



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL
MESTRADO E DOUTORADO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Elisabeth Cristina Drumm

**DA PRODUÇÃO AO CONSUMO CULTURAL: AS MEDIAÇÕES NA
IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA CULTURA DO TRABALHADOR – VALE-
CULTURA NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA-RS**

Santa Cruz do Sul

2019

Elisabeth Cristina Drumm

**DA PRODUÇÃO AO CONSUMO CULTURAL: AS MEDIAÇÕES NA
IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA CULTURA DO TRABALHADOR – VALE-
CULTURA NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA-RS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Doutorado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Linha de Pesquisa em Território, Planejamento e Sustentabilidade, da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Regional.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ângela Cristina Trevisan Felippi.

Santa Cruz do Sul

2019

Elisabeth Cristina Drumm

**DA PRODUÇÃO AO CONSUMO CULTURAL: AS MEDIAÇÕES NA
IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA CULTURA DO TRABALHADOR – VALE-
CULTURA NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA-RS**

Esta tese foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Doutorado Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Linha de Pesquisa em Território, Planejamento e Sustentabilidade, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Regional.

Dr.^a Ângela Cristina Trevisan Felippi
Professora orientadora – PPGDR/UNISC

Dr.^a Cláudia Tirelli
Professora examinadora – PPGDR/UNISC examinadora –

Dr.^a Grazielle Betina Brandt
Professora examinadora – PPGDR/UNISC

Dr.^a Ana Carolina Damboriarena Escosteguy
Professora examinadora – POSCOM-UFSM

Dr. Tiago Costa Martins
Professor examinador – PPGCIC-UNIPAMPA

Santa Cruz do Sul

2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço a CAPES, pela oportunidade de avançar em meus estudos sobre políticas públicas voltadas para o consumo de bens e serviços culturais. Agradeço a Universidade da Região da Campanha (URCAMP), e muito em especial à Professora Lia Maria Herzer Quintana, pelo apoio incondicional e pelo exemplo de membro ativo do movimento em torno do desenvolvimento da Região do Corede Campanha (RCC). Agradeço a possibilidade de participar de importantes projetos e de ações orientadas para o desenvolvimento econômico e social da RCC, por meio da minha atuação na URCAMP, em parcerias com os Conselhos Municipais de Desenvolvimento (COMUDES), Corede Campanha (CC), SEBRAE - Regional Campanha e Fronteira Oeste, prefeituras municipais, Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã, Conselho Municipal de Inovação e Tecnologia de Bagé (CMIT), Conselho Municipal de Turismo de Bagé (CMT), Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural de Bagé (Comder), Conselho Municipal de Indústria, Comércio e Serviços de Bagé (CMIC), e as demais instituições que compõem esses espaços de reflexão e de proposição de ações para a Região. Agradeço a participação de todos os representantes de instituições ligadas à cultura dos municípios da RCC, e que contribuíram de alguma forma para a conclusão deste estudo.

Agradeço a Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) e ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR), pela oportunidade de concluir, ou ir até aqui, nos estudos relacionados ao desenvolvimento regional. Agradeço, imensamente, aos meus professores do PPGDR, saibam que vocês, para além da formação de mestres e de doutores, e nisso são exemplares, são incansáveis pela construção de um mundo no qual a concepção de desenvolvimento regional faça sentido único e particular. Um agradecimento especial aos professores Rogério Leandro Lima da Silveira e Cidonea Machado Deponti. À minha orientadora, Professora Ângela Cristina Trevisan Felippi, agradeço imensamente, pois, com sua dedicação, confiança e paciência, oportunizou o meu caminhar e o chegar até aqui. E, pelas palavras de Eduardo Galeano, quero expressar o que sinto, pelos mestres que tive nessa trajetória.

Diego não conhecia o mar. O pai, Santiago Kovakloff, levou-o para que descobrisse o mar. Viajaram para o Sul. Ele, o mar, estava do outro lado das dunas altas, esperando. Quando o menino e o pai enfim alcançaram aquelas alturas de areia, depois de muito caminhar, o mar estava na frente de seus olhos. E foi tanta a imensidão do mar, e tanto seu fulgor, que o menino ficou mudo de beleza. E quando finalmente conseguiu falar, tremendo, gaguejando, pediu ao pai: - Pai, me ensina a olhar!

Aos colegas e amigos, frutos do convívio durante o Doutorado, agradeço a oportunidade

de conhecer mais pessoas que defendam o desenvolvimento regional enquanto possibilidade de construção coletiva e de valorização das particularidades regionais. Aos novos amigos Pedro Muller, Berenice Beatriz Rossner Wbatubae e Rejane Kieling, meu especial agradecimento pela parceria e torcida, mesmo à distância.

Agradeço aos amigos de longa data pela torcida, e por compreenderem minha ausência durante esse tempo. Agradeço imensamente a Luiza Seligman, pois sem a tua presença e participação, a minha caminhada pela construção de novos conhecimentos não teria sido possível, ou talvez nem teria iniciado. Aos novos amigos, conquistados recentemente, agradeço a acolhida por ocasião da minha chegada na Região da Campanha, pois vocês foram fundamentais para minha permanência e a conclusão dessa etapa. À minha companheira de viagem e de longas conversas, Paula Lemos Silveira, agradeço por me fazer acreditar que tudo é possível, com dedicação, muita emoção e fé. Ao meu anjo da guarda, Ângela Carretta, sempre presente nos momentos mais difíceis e delicados, obrigada por cuidar de mim, da minha saúde e sanidade. Chegar até aqui somente foi possível pela tua presença e carinho. Ao meu amigo Álvaro Luiz Mansur Munhoz, agradeço por me lembrar que sou o resultado de minhas experiências e que a caminhada até aqui percorrida, nada mais é do que uma trilha, com mais ou menos obstáculos, todos superáveis, mas que as imagens produzidas e traduzidas pelo olhar do outro, são a verdadeira essência da plenitude de viver.

A minha família agradeço pelo suporte, pela presença e por tudo que me oportunizaram. Aos meus pais, Rudi Müller e Iraci Erna Muller, agradeço o apoio e o cuidado com os seus netos. Pelo carinho e dedicação, pelas idas e vindas, pelos deliciosos almoços e pela companhia.

Aos meus filhos, Matheus Heinrich Drumm e Isabela Catharina Drumm, agradeço por compreenderem que viver significa fazer escolhas, e que mesmo com muitos quilômetros de distância, ainda assim é possível manter os vínculos de amor e de afeto. Que o abandono não se mede pela distância em quilômetros que separa as pessoas, mas pelo descaso com que se trata o outro, que pode estar fisicamente ao nosso lado. Que o sentido e a representação de pequenos atos, de olhares e de gestos sejam capazes de nos mover em direção àquilo que acreditamos. Que a escravidão nos sirva de referência, mas somente para que nossas decisões e atitudes nos impulsionem rumo à liberdade.

O colonialismo visível te mutila sem disfarce: te proíbe de dizer, te proíbe de fazer, te proíbe de ser. O colonialismo invisível, por sua vez, te convence de que a servidão é um destino, e a impotência, a tua natureza: te convence de que não se pode dizer, não se pode fazer, não se pode ser (Eduardo Galeano).

RESUMO

Parte-se da Região do Corede Campanha (RCC) e da política pública de fomento ao consumo cultural, inovadora no contexto brasileiro, para delinear o tema desta tese: o consumo cultural de trabalhadores a partir de mediações culturais decorrentes da implementação do Programa Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura (PCT-VC), em um contexto regional. Enquanto fundamentos teóricos que abrigaram as reflexões, a busca por relações interdisciplinares orientou a análise e a compreensão em torno do território e seu desenvolvimento, considerando as práticas sociais e institucionais como particulares e únicas. Pela contextualização histórica, a RCC foi apresentada considerando as dimensões econômicas, sociais e culturais. A cultura representa elemento central na discussão, sendo considerada como popular e democrática e faz parte do cotidiano, na qual todas as manifestações estão inseridas e a partir dela se constituem e oportunizam a constituição da cidadania e a produção de sentidos. As políticas públicas de cultura no Brasil assumem o papel de reunir as concepções e as ideias expressas nos diferentes contextos. No período de redemocratização, discussões em torno do acesso à cultura e do movimento em torno da construção de uma agenda que abrigasse a diversidade, oportunizou a reflexão acerca do papel do Estado e das relações de poder para o processo de implementação de uma política pública que inova ao propor o acesso ao consumo de bens e serviços culturais. O objetivo principal foi o de compreender o consumo cultural do trabalhador da RCC a partir do fomento do PCT-VC, sob a perspectiva da teoria das mediações culturais, com ênfase na mediação da Institucionalidade. Partiu-se das concepções dos Estudos Culturais (EC), enquanto proposta teórica e metodológica. Esta pesquisa, de natureza qualitativa, adotou o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura, de Jesús Martín-Barbero (2003), enquanto circuito de cultura e método para a análise. Foram utilizadas como técnicas: a pesquisa de campo, por meio da observação participante, entrevistas semiestruturadas, aplicação de a bibliográfica e a documental. O recorte temporal situa-se entre os meses de novembro de 2012 e janeiro de 2019. O PCT-VC apresentou a legislação necessária à sua implementação e um processo de comunicação e de informação limitado. O período imposto para a subvenção fiscal para as empresas beneficiárias foi considerado outro limite. As Matrizes Culturais apontam para uma região forjada pelas relações de poder e de disputa por espaços entre movimentos de exploração de instituições globais e os exercícios de constituições de diferentes territorialidades, em prol do seu desenvolvimento regional. A valorização da cultura e da constituição do território está presente no seu cotidiano. As Lógicas de Produção evidenciam a existência de alguns empresários engajados na implementação do PCT-VC, mas com esforços de comunicação e informação pouco eficientes. Questões tecnológicas foram identificadas como barreiras para a sua implementação, como a grande variedade de bandeiras das empresas operadoras. Houve um consumo de R\$ 461.590,56. Constatou-se que os trabalhadores compreendem como válida a existência de uma política de estímulo ao consumo, porém não se observou um movimento em torno da defesa da continuidade do VC. Sobre os hábitos de consumo do trabalhador, destacam-se 1) a dificuldade em estabelecer um tempo no qual a prática do lazer e de acesso a equipamentos, bens e serviços culturais seja prioritário; 2) observou-se um movimento único, em relação ao consumo, que não aconteceria na RCC, sem o VC. Não se observam mudanças na Institucionalidade, a partir da implementação do PCT-VC na RCC, considerando as relações de poder tradicionais e a forma de construção dos discursos, pautados pela não credibilidade nas políticas públicas e na certeza de sua descontinuidade.

Palavras-chave: Desenvolvimento Regional. Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura. Consumo Cultural. Política Pública. Vale-Cultura.

ABSTRACT

We start from the Corede Campanha Region (CCR) and the public policy to promote cultural consumption, innovative in the Brazilian context, to outline the theme of this thesis: the cultural consumption of workers based on the cultural mediations resulting of the implementation of the Programa Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura (PCT-VC), in a regional context. As theoretical foundations that sustain the reflections, the search for interdisciplinary relations guided the analysis and understanding around the territory and its development, considering the social and institutional practices as particular and unique. Through historical contextualization, the CCR was presented considering the economic, social and cultural dimensions. The culture represents the central element of the discussion, being considerate as popular and democratic and part of the daily life, in which all manifestations are inserted and from it people constitute and oportunize the constitution of the citizenship and the production of meanings. The public policies of culture in Brazil assume the role of gathering the conceptions and the ideas expressed in different contexts. In the re-democratization period, discussions around the access to culture e the movement around the construction of an agenda that encompassed the diversity, engendered the reflection about the role of the State and power relations in the implementation process of a public policy that innovates proposing the access to the consumption of cultural products and services. The main goal of this thesis was to understand the cultural consumption of the worker in the CCR based on the promotion of the PCT-VC, under the perspective of the cultural-mediation theory, emphasizing the mediation of the Institutionality. We started from the conceptions of the Cultural Studies (CS), as a theoretical and methodological proposal. This research, with qualitative nature, adopted the Map of Communicative Mediation of Culture, by Jesús Martín-Barbero (2003), as circuit of culture and method to the analysis. The technic used was: the field research, through participant observation, semi-structured interviews and through application of questionnaires; bibliographical and documental research. The time clipping embraces the months of November 2012 and January 2019. The PCT-VC presented the legislation required to its implementation, as well as a process of communication and limited information. The tax subsidy period imposed for the beneficiary companies was considered another limit. The Cultural Matrices point to a region forged by the relations of power and dispute for spaces between movements of global institution's exploitation and exercises of different-nationality constitutions, in favor of their regional development. The valuation of the culture and the territory constitution is present in the daily life of the region. The Production Logic evidences the existence of some businessmen that are engaged in the implementation of the PCT-VC, but with low efficiency of communication and information efforts. Technological issues were identified as barriers to the PCT-VC's implementation, such as the wide variety of flags of the operating companies. There was a consumption of R\$ 461.590,56. We observed that the workers considerate the existence of a policy to stimulate the consumption as something valid, however we did not observe a movement to defend the continuity of the VC. Regarding to the consumption habits of the workers, we highlight: 1) the difficulty in establishing a time in which leisure activities and access to equipments, products and cultural services is a priority; 2) we observed a single movement related to consumption, wich would not happen in the CCR, without the VC. We did not observe any changes in the Institutionality from the implementation of the PCT-VC in the CCR, considering the traditional power relations and the way of constructing the discourses, ruled by the lack of credibility in public policies and the certainty of their discontinuity.

Keywords: Regional Development. Map of Communicative Mediation of Culture. Cultural Consumption. Public Policies. Vale-Cultura.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Esquema analítico da tese a partir do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura.....	33
Figura 2 - Duas concepções sobre Sustentabilidade.....	41
Figura 3 - Marca Coletiva Territorial Alto Camaquã	85
Figura 4 - O sistema de governança para o Programa Líder - SEBRAE	90
Figura 5 - Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura (1998).....	115
Figura 6 - Diagrama do MDC	165
Figura 7 - Sítio do VC – www.vale.cultura.gov.br	188
Figura 8 - VC, página associada ao Ministério da Cultura	189
Figura 9 - Parte da Campanha Publicitária VC, 2015 e 2017	216
Gráfico 1 - Empresas beneficiárias cadastradas nas Regiões do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.	190
Gráfico 2 - Tendência do número anual de empresas beneficiárias cadastradas no PCT, 2014-2017.....	191
Gráfico 3 - Empresas beneficiárias cadastrados nas Unidades da Federação da Região Sul do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.....	192
Gráfico 4 - Trabalhadores cadastrados nas Regiões do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.	193
Gráfico 5 - Tendência do número anual de trabalhadores cadastrados no PCT, 2014-2017.	193
Gráfico 6 - Trabalhadores cadastrados nas Unidades da Federação da Região Sul do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.....	194
Gráfico 7 - Empresas receptoras cadastradas nas Regiões do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.	196
Gráfico 8 - Empresas receptoras e trabalhadores cadastrados no PCT, por ano, 2013-2017.....	196
Gráfico 9 - Empresas receptoras cadastradas nas Unidades da Federação da Região Sul do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.....	197
Gráfico 10 - Percepção dos trabalhadores em relação ao valor de R\$ 50 do PCT-VC (Em %).	226

Gráfico 11 - Percepção de mal situado relativo aos espaços para práticas culturais e sociais, no Brasil, na Região Sul e na RCC (Em %)	229
Mapa 1 - Região do Conselho Regional de Desenvolvimento da Campanha/RS	28
Mapa 2 - Número de famílias assentadas no período de 1975-2016, por Coredes do RS	44
Mapa 3 - Regionalizações dos municípios do Corede Campanha, 2018	77
Mapa 4 - Municípios que compõem o Corede Campanha e as suas regionalizações, 2018	78
Mapa 5 - Municípios que compõem a ASSUDOESTE, 2018	82
Mapa 6 - Municípios que compõem o CIDEJA, 2018	83
Mapa 7 - Municípios que compõem a ADAC, 2018	85
Mapa 8 - Municípios que compõem o CODEPAMPA, 2018	88
Mapa 9 - Municípios que compõem o Programa Líder - SEBRAE, 2018	89
Mapa 10 - Participação (%) das Classes Criativas no Mercado de Trabalho de Cada Município do RS	126
Mapa 11 - Participação (%) Classes Criativas em Cada Município da RCC/RS	127
Mapa 12 - Participação (%) do Setor Cultural (Cnae) em Cada Município do RS	128
Mapa 13 - Participação (%) do Setor Cultural (Cnae) em Cada Município da RCC/RS	128
Mapa 14 - Participação (%) das Ocupações Culturais (CBO) em Cada Município do RS	129
Mapa 15 - Participação (%) das Ocupações Culturais (CBO) em Cada Município da RCC/RS	130
Mapa 16 - Idecult Alto - Brasil	151
Mapa 17 - Idecult Médio - Brasil	152
Mapa 18 - Idecult Baixo - Brasil	152
Mapa 19 - Idecult da RCC	153
Quadro 1 - Entrevistados ligados a Cultura na RCC	35
Quadro 2 - Municípios da RCC, data de criação e origem	70
Quadro 3 - Participação dos municípios do Corede Campanha em diferentes associações/instituições promotoras do seu desenvolvimento	76
Quadro 4 - Dimensões de gestão e diretrizes estratégicas do PDE Campanha – 2015-2030	80

Quadro 5 - Composição do mercado de trabalho Cultural –CNA e CBO	125
Quadro 6 - Classes Criativas	125
Quadro 7 - Grupos de equipamentos culturais.....	133
Quadro 8: Dimensões de oferta e demanda, com subindicadores ou subíndices, do Idecult, IPEA.....	150
Quadro 9 - Fatores e variáveis de análise de implementação de políticas públicas	166
Quadro 10 - Pressupostos ideológicos de uma política cultural	167
Quadro 11 - Política cultural e os circuitos de intervenção	168
Quadro 12 - Política cultural e os modos ideológicos	169
Quadro 13 - Participação dos municípios no SNC	175
Quadro 14 - Legislação Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac)– Lei Rouanet	176
Quadro 15: Lista de bens e serviços do VC – Instrução Normativa nº 2, de 4 de setembro de 2013	183
Quadro 16 - Lista de bens e serviços do VC, acrescentados pela Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014	183
Quadro 17 - Lista de classes de atividades econômicas culturais admitidas para habilitação das empresas receptoras - Instrução Normativa nº 02, de 4 de setembro de 2013	183
Quadro 18 - Lista de classes de atividades econômicas culturais admitidas para habilitação das empresas receptoras - Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014	184
Quadro 19 - Proposta de alteração do caput do artigo 10 da Lei nº 12.761 de 27 de dezembro de 2012, pelo Projeto de Lei PL 6233/2016.....	185
Quadro 20 - Síntese dos relatórios de acompanhamento das metas do PNC, em relação a Meta 26 – VC.	186
Quadro 21 - Legislação VC.....	187
Quadro 22 - Requisitos e deveres empresas operadoras, receptoras e beneficiárias... 	187
Quadro 23 - Matérias publicadas nos Jornais Minuano e Folha do Sul, entre novembro de 2013 e maio de 2016.....	217

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - População e taxas de crescimento média anual, municípios da RCC (2000-2010)	70
Tabela 2 - PIB total e VAB total e setorial, 2013 – municípios, RCC e RS	71
Tabela 3 - Agricultura, Culturas Temporárias, Arroz, Área Plantada nos municípios, na RCC e no RS	72
Tabela 4 - Agricultura, Culturas Temporárias, Soja, Área Plantada nos municípios, na RCC e no RS	72
Tabela 5 - Agricultura, Culturas Temporárias, Trigo, Área Plantada nos municípios, na RCC e no RS	73
Tabela 6 - Silvicultura, m³ de lenha, nos municípios, na RCC e no RS	73
Tabela 7 - Silvicultura, m³ de madeira em tora, nos municípios, na RCC e no RS	73
Tabela 8 - 15 Municípios com maior participação em cada categoria construída	130
Tabela 9 - Indicadores sociais e culturais selecionados, municípios da RCC/RS	131
Tabela 10 - Renda e despesas culturais domiciliares mensais per capita segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (em R\$)	142
Tabela 11 - Despesas culturais domiciliares mensais per capita conforme características das famílias segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs (em R\$)	143
Tabela 12 - Despesas culturais domiciliares médias mensais per capita conforme itens de despesa cultural segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs (em R\$)	144
Tabela 13 - Despesas culturais domiciliares mensais per capita por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	144
Tabela 14 - Atividades realizadas	145
Tabela 15 - Relação de Partidos Políticos dos Deputados que apresentaram o Projeto de Lei PL 4682/2012	179
Tabela 16 - Relação de Unidades Federativas dos Deputados que apresentaram o Projeto de Lei PL	180
Tabela 17 - Evolução dos indicadores do VC	185
Tabela 18 - Empresas beneficiárias cadastradas no Programa VC, no Brasil e nas Regiões, de setembro de 2013 a dezembro de 2017	190

Tabela 19 - Empresas beneficiárias cadastradas no Programa VC, no Brasil, na Região Sul e nas respectivas Unidades da Federação, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.	191
Tabela 20 - Trabalhadores cadastrados no Programa VC, nas Regiões e no Brasil, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.	192
Tabela 21 - Trabalhadores cadastrados no Programa VC, no Brasil, na Região Sul e nas respectivas Unidades da Federação, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.	194
Tabela 22 -Empresas receptoras cadastradas no Programa VC, nas Regiões e no Brasil, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.	195
Tabela 23 - Empresas receptoras cadastradas no Programa VC, no Brasil, na Região Sul e nas respectivas Unidades da Federação, de setembro de 2013 a dezembro de 2017 ...	197
Tabela 24 -Número de Operadoras do Cartão VC no Brasil	198
Tabela 25 - Valor total anual do consumo no Vale Cultura no Brasil e Regiões- 2013-2017	198
Tabela 26 - Valor total anual do consumo no Vale Cultura no Brasil, Região Sul e Unidades Federativas, 2013-2017	199
Tabela 27 - Valor total de consumo no Vale Cultura agregados por CNAE, Brasil, Região Sul e RS - 2013-2017	199
Tabela 28 - Empresas receptoras cadastradas no PCT-VC no Brasil, na Região Sul, no RS e na RCC, de setembro de 2013 a dezembro de 2017	213
Tabela 29 - Empresas beneficiárias cadastradas no PCT-VC, no Brasil e nas Regiões, de setembro de 2013 a dezembro de 2017	214
Tabela 30 - Trabalhadores cadastrados no PCT-VC, no Brasil, na Região Sul, no RS e na RCC, de setembro de 2013 a dezembro de 2017	220
Tabela 31 - Valor total anual do consumo no PCT-VC no RS, RCC e Municípios, 2013-2017	221
Tabela 32 - Valor total (R\$) de consumo no PCT-VC agregados por CNAE, RCC, Bagé, Candiota e Dom Pedrito- 2013-2017	222
Tabela 33 - Bens e serviços consumidos pelos trabalhadores, frequência e local, na RCC (Em %)	223
Tabela 34 - Percepção sobre o tempo livre, no Brasil e na RCC (Em %)	224
Tabela 35 - Percepção sobre o uso do tempo livre, no Brasil e na RCC (Em %)	224

Tabela 36 - Percepção a respeito dos obstáculos ao acesso oferta cultural, no Brasil e na RCC (Em %)	225
Tabela 37 - Potencial de Consumo urbano - Despesas com recreação e cultura	226
Tabela 38 - Frequência de práticas culturais, na RCC (Em %)	227
Tabela 39 - Pessoas que nunca realizam práticas culturais, no Brasil e na RCC (Em %)	227
Tabela 40 - Percepção a respeito da localização de diferentes espaços para práticas culturais e sociais no Brasil (Em %)	228
Tabela 41 - Percepção a respeito da localização de diferentes espaços para práticas culturais e sociais na RCC (Em %).....	228

LISTA DE ABREVIATURAS

ACIBA	Associação Comercial e Industrial de Bagé
ADAC	Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã
Ancine	Agência Nacional do Cinema
APATUR	Associação Pampa Gaúcho de Turismo
APL	Arranjo Produtivo Local
APROSEM	Associação dos Produtores de Sementes de Soja
ARCO	Associação Brasileira de Criadores de Ovinos
Assudoeste	Associação dos Municípios da Região Sudoeste
AT	Associação Tradicionalista
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CBO	Classificação Brasileira de Ocupações
CCT	Convenção Coletiva de Trabalho
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas
CDR	Centro de Desenvolvimento Regional
CFT	Comissão de Finanças e Tributação
CGEE	Centro de Gestão e Estudos Estratégicos
Cideja	Consórcio Público Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental dos Municípios da Bacia do Rio Jaguarão
CIPOC	Comitê de Integração de Políticas Culturais
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
CMT	Coordenadoria Municipal de Tradicionalismo
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNC	Conferência Nacional de Cultura
CNPC	Conselho Nacional de Política Cultural
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
CODEPAMPA	Consórcio de Desenvolvimento do Pampa
Comudes	Conselhos Municipais de Desenvolvimento
Concine	Conselho Nacional de Cinema
Corede	Conselho Regional de Desenvolvimento
CR	Competência de Recepção
CRM	Companhia Riograndense de Mineração
CTG	Centro de Tradições Gaúchas
DC	Departamento Cultural
DCE	Diretório Central dos Estudantes
DEM	Democratas
DF	Distrito Federal
DIP	Departamento de Informação e Propaganda
DISOC	Diretoria de Estudos e Políticas Sociais
DVD	<i>Digital Video Disc</i>
EC	Estudos Culturais
Ecoarte	Grupo de Arte e Ecologia de Bagé
EGP	Escola de Gestão Pública
EMATER	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

LISTA DE ABREVIATURAS

Embrafilme	Empresa Brasileira de Filmes Sociedade Anônima
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
ER	Empresa Receptora
e-SIC	Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão
Famurs	Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul
FBN	Fundação Biblioteca Nacional
FCP	Fundação Cultural Palmares
FCRB	Fundação Casa de Rui Barbosa
FEE	Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser
Fenaban	Federação Nacional dos Bancos
FEPAGRO	Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária
FETAG	Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Rio Grande do Sul
FI	Formatos Industriais
FICART	Fundo de Investimento em Cultura e Arte
FIMP	Festival Internacional da Música no Pampa
FNC	Fundo Nacional de Cultura
FNSP	Fundo Nacional de Segurança Pública
Funarte	Fundação Nacional de Artes
GAN	Grupo de Artes Nativas
GR	Grupo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
IDEAU	Instituto Desenvolvimento Educacional ao Alto Uruguai
Idecult	Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
IFSUL	Índice Geral de Preços do Mercado
IGP-M	Centros de Artes e Esportes Unificados
CAEU	Instituto Municipal de Belas Artes
Imba	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
INCRA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPEA	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado do Rio Grande do Sul
IPHAE	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPHAN	Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica
IRPJ	Instituto Rio Grandense do Arroz
IRGA	Instituto Superior de Estudos Brasileiros
ISEB	Lógicas de Produção
LP	Matriz Cultural
MC	Modelo de Coalizões de Defesa
MCD	Ministério da Educação
MEC	Mercado Comum do Sul
Mercosul	

LISTA DE ABREVIATURAS

Mesosul	Fórum de Desenvolvimento Integrado e Sustentável da Mesorregião Metade Sul do Rio Grande do Sul
MI	Ministério da Integração Nacional
MinC	Ministério da Cultura
MTG	Movimento Tradicionalista Gaúcho
MUNIC	Pesquisa de Informações Básicas Municipais
OFIBA	Orquestra Filarmônica da Igreja Batista
ONU	Organização das Nações Unidas
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PCT	Programa Cultura do Trabalhador
PDS	Partido Social Democrático
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PEC	Proposta de Emenda à Constituição
PED	Plano Estratégico de Desenvolvimento
PFB	Partido Federalista Brasileiro
PIB	Produto Interno Bruto
PL	Partido Liberal
PL	Projeto de Lei
PL	Piquete de Laçadores
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PNC	Plano Nacional de Cultura
PNDR	Política Nacional de Desenvolvimento Regional
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
PP	Partido Progressista
PPS	Partido Popular Socialista
PR	Partido da República
PRB	Partido Republicano Brasileiro
PRL	Partido Republicano Liberal
Pronac	Programa Nacional de Apoio à Cultura
PRR	Partido Republicano Rio-Grandense
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
PV	Partido Verde
RC	Região da Campanha
RCC	Região do Corede Campanha
ReAC	Rede de Produtores e Empreendedores do Alto Camaquã
RFP	Região Funcional de Planejamento
RM	Região Metropolitana
RMPA	Região Metropolitana de Porto Alegre

LISTA DE ABREVIATURAS

RS	Rio Grande do Sul
RT	Região Tradicionalista
SCT	Secretaria de Cultura e Turismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Sefic	Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SEPLAG	Secretaria Estadual de Planejamento e Gestão
SESU	Secretaria de Educação Superior
SFC	Sistema Federal de Cultura
SISPS	Sistema de Indicadores de Percepção Social
SNC	Sistema Nacional de Cultura
SNPC	Sistema Nacional de Política Cultural
SPGG	Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão
Sphan	Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
UBES	União Brasileira dos Estudantes Secundaristas
UEPAs	Unidades Experimentais Participativas
UERGS	Universidade Estadual do Rio Grande do Sul
UF	Unidade Federativa
UFPEL	Universidade Federal de Pelotas
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Unesco	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNIPAMPA	Universidade Federal do Pampa
URCAMP	Universidade da Região da Campanha
UTE	Unidade Termoelétrica
VAB	Valor Adicionado Bruto
VC	Vale-Cultura

LISTA DE ILUSTRAÇÕES
SUMÁRIO

1 A POLÍTICA PÚBLICA DE ESTÍMULO AO CONSUMO CULTURAL NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA EM QUESTÃO	22
1.1 Percurso metodológico	31
2 PARTICULARIDADES DA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA: ORIGEM, CONSTRUÇÃO E DESENVOLVIMENTO	38
2.1 Território e desenvolvimento da Região do Corede Campanha	38
2.2 A constituição socio-histórica e econômica da Região da Campanha	49
2.2.1 A origem e a constituição socio-histórica da Região da Campanha: da população indígena à abolição da escravatura	49
2.2.2 A nova estrutura espacial da Região da Campanha: entre latifúndios, minifúndios e diversificação produtiva	58
2.3 A Região do Corede Campanha: aspectos socioeconômicos	69
2.3.1 A Região do Corede Campanha: a origem enquanto programa de desenvolvimento regional	69
2.3.2 As instituições e as ações em prol do desenvolvimento da Região do Corede Campanha	74
2.3.2.1 Conselho Regional de Desenvolvimento (Corede) Campanha	78
2.3.2.2 Associações de Municípios ligadas a Famurs - Assudoeste	81
2.3.2.3 Consórcio Público Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental dos Municípios da Bacia do Rio Jaguarão – Cideja	82
2.3.2.4 Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã - ADAC	84
2.3.2.5 Consórcio para o Desenvolvimento do Pampa - CODEPAMPA	87
2.3.2.6 Programa Líder – Liderança para o Desenvolvimento Regional da Fronteira Sul	89
3 AS TRAMAS DA CULTURA E DO DESENVOLVIMENTO NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA	91
3.1 A construção do campo da cultura: entre os limites materiais e simbólicos	91
3.1.1 Um ponto de partida: a mestiçagem, o nacional e os intelectuais	92

3.1.2 Seguindo pelos caminhos das culturas populares.....	96
3.1.3 Percorrendo o período autoritário e o processo de redemocratização	104
3.1.4 Um ponto de chegada: compreendendo a cultura como híbrida, democrática e cotidiana	107
3.2 A cultura enquanto sistema de circulação de bens e de serviços simbólicos.....	113
3.2.1 Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura – Martín-Barbero (1998).....	114
3.2.2 Sistema de Cultura no Brasil e na Região do Corede Campanha	120
3.2.3 Consumo cultural brasileiro	135
3.3 Desenvolvimento e cultura.....	146
3.3.1 Reflexões sobre a cultura e o desenvolvimento na Região do Corede Campanha	146
3.3.2 Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura, dos municípios da Região do Corede Campanha.....	149
4 POLÍTICA PÚBLICA DE ESTÍMULO AO CONSUMO CULTURAL: O PROGRAMA CULTURA DO TRABALHADOR – VALE-CULTURA.....	155
4.1 Política pública de cultura no Brasil.....	157
4.1.1 A concepção e a análise da implementação de política pública.....	157
4.1.2 Política pública de cultura no Brasil: um caminho percorrido.....	169
4.2 Programa de Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura: A Implementação da Política de Estímulo ao Consumo Cultural.....	178
4.2.1 As características do Programa Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura	179
4.2.2 A organização do aparato administrativo para a implementação do Vale-Cultura	187
4.2.3 O percurso da política de estímulo ao consumo cultural: o Vale-Cultura no Brasil	189
5 AS TRAMAS DO CONSUMO CULTURAL NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA: A MEDIAÇÃO DA INSTITUCIONALIDADE NA IMPLEMENTAÇÃO DO VALE-CULTURA	201
5.1 Pelos pagos do Pampa: O Programa Cultura do trabalhador – Vale-Cultura enquanto circuito cultural regional	203
5.1.1 Matrizes Culturais	204
5.1.2 Lógicas de produção.....	210

5.1.3 Competências de recepção ou consumo cultural na RCC	219
5.2 Cavalo encilhado só passa uma vez? O consumo cultural mediado pelas relações de poder	230
6 CONCLUSÕES.....	241
REFERÊNCIAS	245
APÊNDICE A – Campanha Vale-Cultura 2015.....	257
APÊNDICE B – Campanha Vale-Cultura 2017	260
APÊNDICE C – Vale-Cultura na imprensa regional.....	261
APÊNDICE D – Roteiros de entrevistas envolvidos com a cultura na RCC	266
APÊNDICE E – Questionário aplicado aos trabalhadores que aderiram ao Vale-Cultura na RCC	267
ANEXO A – Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012, Institui o Programa de Cultura do Trabalhador; cria o Vale-Cultura.....	271
ANEXO B – Decreto nº 8.084, de 26 de agosto de 2013, regulamenta a Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012	274

1 A POLÍTICA PÚBLICA DE ESTÍMULO AO CONSUMO CULTURAL NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA EM QUESTÃO

Em um período em que o papel do Estado novamente está em discussão como provedor de garantias básicas, nas quais se inclui a cultura, observa-se que o cenário político está fragilizado e não apresenta perspectivas seguras para a manutenção das condições mínimas para a sua efetivação. Historicamente, a pasta da cultura é relegada a orçamentos mínimos, apesar dos avanços com o Sistema Nacional de Cultura (SNC) e o Plano Nacional de Cultura (PNC),¹ com garantias em lei até 2020, a partir dos governos do Presidente da República Luís Inácio Lula da Silva (2003-2011).

Em 2012, o Brasil inaugura uma nova perspectiva de política pública de cultura, pois se inicia a implementação do Programa Cultura do Trabalhador (PCT-VC). Trata-se de uma política redistributiva, ou seja, tem como objetivo atingir um número expressivo de pessoas, nesse caso, trabalhadores e empresas receptoras, conforme a definição de Souza (2006), e devido à proposta de deslocamento consciente de recursos financeiros, é orientado para o conflito (FREY, 2000).

Em 2016, com o afastamento da Presidente Dilma Vana Rousseff (2012-2016) do Governo Federal, e com a posse do Presidente Michel Miguel Elias Temer Lulia (2016-2018), observou-se no cenário nacional a luta pela manutenção do Ministério da Cultura (MinC), resultado da força da articulação em níveis estaduais e municipais, e da sociedade civil. Destaca-se neste cenário, desde 2012, a implementação do PNC, Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010, da instalação do Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC), pelo Decreto nº 5.520/2005, da implementação do PCT-VC, Lei 12.761, de 27 de dezembro de 2012 (Anexo A), e a sua regulamentação pelo Decreto nº 8.084, de 26 de agosto de 2013 (Anexo B).

Os estudos acerca da implementação de políticas públicas de cultura no Brasil, tendo em vista os principais momentos políticos e econômicos, a partir do olhar de Coelho (2011), Rubim (2007, 2007a, 2015), Ortiz (2012), Barbalho (2014), Silva (2017), indicam a fragilidade da estruturação de um ambiente propício para a sua implementação e ampliação. Constata-se pelo caminho instável em que passa o país e, compreende-se a dinâmica associada entre a concepção de cultura e a própria implementação de políticas públicas ao longo dos anos, necessariamente acompanhando o cenário político e econômico de cada época.

O PCT-VC é resultante de uma política pública redistributiva de estímulo ao consumo de

¹ Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010, que instituiu o PNC e cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC.

bens e serviços culturais, destinado a trabalhadores com renda até 5 salários mínimos. O Programa é considerado inovador, pois até o momento as políticas foram destinadas a fomentar a produção cultural. Com a meta de atingir a adesão voluntária de 12 milhões de trabalhadores, até dezembro de 2017, 536.568 trabalhadores aderiram, representando 4,47% da meta de número 26, conforme o PNC. Cumpre-se registrar que a adesão dos trabalhadores depende da adesão da empresa na qual eles trabalham, na condição de beneficiária, e até dezembro de 2017, havia um total de 1.370 cadastradas junto ao Minc.

Além da adesão dos trabalhadores por meio das empresas, o Programa também prevê a adesão das empresas receptoras, ou seja, aquelas que oferecerão aos trabalhadores cadastrados os bens e serviços culturais, de acordo com os critérios definidos pelo Minc. Até dezembro de 2017, havia um total de 42.545 empresas cadastradas como receptoras. Por fim, o Programa prevê a participação de empresas operadoras do Cartão VC, isto é, a empresa que disponibiliza o mesmo e que realiza as transações entre o trabalhador (consumidor) e a empresa receptora (oferta de bens e serviços culturais).

Na sua origem, o PCT-VC objetivou a promoção do consumo de bens e serviços culturais e, portanto, para que a partir dele (consumo) os demais ‘eixos’ ou momentos do processo (ou setores da cadeia produtiva da cultura) sejam estimulados. Como um processo, está situado em um tempo e em um espaço, sujeito as mediações entre as matrizes culturais (socio-históricas), o Estado, os agentes político-culturais, as empresas que aderirem ao PCT-VC, na condição de beneficiadoras e as empresas receptoras, e os trabalhadores (consumidores).

Neste estudo, partiu-se dos Estudos Culturais (EC) enquanto proposta teórica e metodológica, pois está relacionada à constituição da identidade em contextos geográficos, o que indicou o caminho a ser percorrido na compreensão do consumo cultural de um território construído pelas relações socio-históricas, ou em uma determinada região. Essa possibilidade é confirmada por Escosteguy (2010, p. 45), que aponta para o entendimento-síntese, de que os EC britânicos têm sua ênfase na ação social, e pela “[...] importância dada ao contexto, o foco localizado e historicamente específico, a atenção às especificidades e particularidades articuladas a uma conjuntura histórica determinada, produzindo, então, uma teoria engajada nas diferenças culturais”.

Da mesma forma, para Johnson (1999), os EC mantêm três premissas que acompanham o trabalho: 1) que os processos culturais estão vinculados às relações sociais (relações e formações de classes sociais, divisões sexuais, estruturação racial e opressões de idade); 2) que a cultura envolve poder, o que contribui para a produção de assimetrias nas capacidades dos indivíduos e dos grupos sociais para a satisfação de suas necessidades; 3) a cultura não é um

campo autônomo nem externamente determinado, mas um local de diferenças e de lutas sociais.

Ao reconhecer a existência de mediações a partir da comunicação, da cultura e da política, na constituição de redes de poder e de produção cultural, Martín-Barbero (2003) apresenta o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura (1998).² Trata-se de um protocolo metodológico, que procura abranger a produção cultural dentro de uma visão processual, contemplando os distintos momentos que compõem o circuito produtivo de uma mercadoria cultural, dispostos por meio de quatro tópicos ou ‘etapas’, entremeadas por mediações culturais que circundam o processo produtivo cultural. O autor evidencia que a Matriz Cultural (MC), as Lógicas de Produção (LP), os Formatos Industriais (FI) e a Competência de Recepção (CR), ou o consumo, estão inter-relacionadas nos eixos sincrônico (LP e CR) e diacrônico (MC e FI) (MARTÍN-BARBERO, 2003).

Por mediação, compreende-se o espaço entre dois componentes sociais, cujas referências permitem estabelecer uma inter-relação por meio da comunicação, da política e da cultura. As relações intermediam o processo cultural e, segundo Martín-Barbero (2003), há quatro ‘tipos’ de mediações: as que partem das MC, que são a Socialidade e a Institucionalidade, sendo que a primeira, relaciona-se com as CR e a segunda com as LP; e as mediações da Ritualidade e da Tecnicidade que tratam das relações entre os FI e as CR e as LP, respectivamente. A partir da visão processual dos EC e do modelo de Martín-Barbero (2003), todos os momentos do processo produtivo (cultural) interferem nos demais e, enquanto modelo, o Mapa está sempre em um constante processo de construção, pois não se trata de um modelo fechado.

Além dos EC também foram explorados conceitos relacionados ao território, a região, ao desenvolvimento e políticas públicas. Para tanto, adotou-se a concepção de região de Haesbaert (1988), enquanto espaço de identidade ideológico-cultural e de representatividade política que se articula tendo em vista seus interesses, geralmente econômicos, que nele reconhece como sendo a base de produção. Em seus estudos, o autor definiu a Região da Campanha (RC),³ a partir dos seguintes pressupostos: 1) a organização política, com base no caráter militar fronteiriço como um fator essencial para a formação da região; 2) a hegemonia de base

² Ao longo dos 30 anos de desenvolvimento da sua Teoria das Mediações, Jesús Martín-Barbero, foi representando-a na forma de mapas teórico metodológicos, elaborando ao menos quatro mapas nessas décadas. Esta tese opta por tomar como base o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura, por se entender que se trata da proposta mais adequada para a questão de pesquisas que aqui se coloca.

³ O uso da denominação “Região da Campanha” neste estudo, refere-se a uma denominação de divisão regional informal, tomada por instituições que lhe dão recorte espacial, por vezes distinto. Para fins deste estudo, o recorte espacial será o definido pelo Corede. Criados pela Lei Nº 10.283, de 17 de outubro de 1994, os Coredes têm por objetivo a promoção do desenvolvimento regional, por meio da integração dos recursos e das ações de governo na região. Portanto, será adotada a denominação “Região do Corede Campanha”, toda vez que a reflexão se referir ao *locus* da coleta e análise de dados relacionados ao objeto de investigação desta tese.

econômica, representada pelo latifúndio, não parece ter sido condição obrigatória para que subsistisse o regionalismo a nível político; 3) os elementos culturais podem fundar ou fortalecer uma organização social de bases regionais – sendo o resgate da identidade regional gaúcha um indicador desse (re)fortalecimento. Nesse sentido, pretendeu-se explorar esses pressupostos para compreender a Região do Corede Campanha (RCC), geograficamente inserida na RC, principalmente considerando os elementos culturais.

Abordou-se também, a perspectiva de território de Abramovay (1998), capaz de oportunizar pelas relações sociais as condições para a implementação de empreendimentos inovadores, e de Benko (1999), enquanto espaço construído pelo uso e pela apropriação da sociedade, associado à questão da diversidade apresentada por Limonad (2004). Ambos reforçam a atuação dos atores sociais na construção da região, assim como Bonnal, Cazella e Delgado (2012).

Em relação ao conceito de território, e sobre a maneira de como lidar com ele por meio de políticas públicas, Reis (2015) o define como elemento essencial da matriz das sociedades contemporâneas, por meio da análise de três dimensões das estruturas e das dinâmicas territoriais: a) proximidade (ordens relacionais, conhecimento e identidade compartilhadas); b) densidade (externalidades cognitivas, que coordenam a ação de atores sociais); c) polimorfismo estrutural (tensão entre mobilidades e territorialidades).

Ainda considerando a origem latifundiária e o processo socio-histórico construído a partir da produção agropecuária (mas não somente), sobre o desenvolvimento, incluído o rural, fez-se referência a Schneider (2007), por tratar o desenvolvimento como o conjunto de fatores capazes de produzir a mudança, o movimento, a alteração e a transformação nas dimensões econômico-social, sociocultural, político institucional e ético-moral.

No que se refere também ao desenvolvimento e a forma de mensuração do mesmo, partiu-se das concepções de Sen (2000) e de Furtado (1983), uma vez que os autores ultrapassam a discussão tradicional sustentada pelo crescimento econômico e incluem as capacidades sociais, a liberdade de atuação (SEN, 2000) e a cultura (FURTADO, 1983), a partir da valorização da capacidade criativa (FURTADO, 1984, 1999). Nesse sentido, aproxima-se dos conceitos de territórios simbólicos (HAESBAERT, 2002) e de território criativo (PECQUEUR, 2009).

Sobre a concepção de cultura, considerando a importância desta, seja no processo de pensar e construir os territórios, ou na articulação social, dada a complexidade dos processos de desenvolvimento orientado para o regional, trata-se de recuperar a trajetória no Brasil, associado ao movimento das políticas públicas orientadas para a cultura. Neste cenário, a cultura é uma dimensão importante e essencial, e as políticas públicas são a mão do Estado,

com a participação da sociedade para articular e regular estes processos.

Assim, a partir de Ortiz (2012) e de Gramsci (1982), procurou-se refletir sobre a concepção de cultura no Brasil, frente aos próprios movimentos econômicos e políticos, cujo discurso materializado pelos intelectuais de cada época, constituem uma concepção em busca da construção de uma identidade nacional, ou na construção de uma cultura nacional. Para se pensar sobre o processo de identificação, enquanto reconhecimento de particularidades de um contexto social, construído em determinado território, foi proposta, para tanto, uma reflexão sobre o processo de identificação a partir de Hall (2000, 2006), Canclini (2010a, 2010b) e Ortiz (2012).

Também se faz uma reflexão acerca da cultura popular, fortemente associada aos movimentos de resistência ao discurso hegemônico das elites dominantes, na perspectiva de reconhecer, por exemplo, qual o local que ocupam os trabalhadores da RCC enquanto classe, diante de uma política pública de estímulo ao seu consumo de bens culturais. Foram exploradas as reflexões de Canclini (1983), Fávero (1983), Gullar (1983), Coelho (1997), Hall (2003), Ortiz (2007, 2012).

A partir da reunião dos elementos centrais na discussão acerca de território, região, desenvolvimento e cultura, procurou-se compreender o contexto das políticas públicas no Brasil, principalmente no sentido de desvendar a importância do ineditismo de uma política de cultura orientada para o consumo cultural, o PCT-VC. E a necessidade de se compreender a concepção de política pública e o seu processo de formulação, uma vez que traduzem o propósito dos governos democráticos em programas e ações que resultarão em mudanças na realidade social, a partir da interação com a sociedade (SOUZA, 2006).

Quanto ao processo de implementação de uma política pública e a sua transformação em programa, parte-se da compreensão do ciclo da política pública (Frey, 2000; Souza, 2006; Lima; D'ascenzi, 2013), constituído pelas fases de formulação, implementação e avaliação. Sobre a análise da implementação, no modelo de Lima e D'ascenzi (2013), reúne-se o processo de formulação e elementos do contexto no qual a política é implementada. Assim, os autores propõem a análise, a partir de três fatores e suas variáveis; estas independentes que influenciam o êxito do processo de implementação: 1) as características do plano; 2) a organização do aparato administrativo responsável pela implementação; 3) as ideias, os valores e as concepções de mundo dos indivíduos.

Destaca-se que os estudos em torno do Desenvolvimento Regional, em particular, na relação com a Cultura e a Comunicação, são desenvolvidos no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR), da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), a partir

do Grupo de Pesquisa em Desenvolvimento Regional e Processos Socioculturais, na perspectiva de “[...] compreender as relações entre a cultura global e regional no contexto do desenvolvimento regional” (UNISC, 2019).

Dentre os estudos, salienta-se as produções que tomam a teoria das mediações de Martín-Barbero (FELIPPI, 2018). Utilizando-se assim, as dissertações “Comunicação Pública e saúde: o processo produtivo e suas mediações na comunicação hospitalar na 13ª Coordenadoria Regional de Saúde do Rio Grande do Sul” (HOSS, 2017), e “Do Barro de A Caverna ao cobertor mostardeiro: o artesanato a partir de uma perspectiva territorial” (BORTOLUZZI, 2017); e a tese “Múltiplos olhares, múltiplas mediações: as representações sociais da ruralidade entre os jovens rurais da microrregião de Santa Cruz do Sul” (GUERIN, 2017).

Esta tese procura inaugurar, no âmbito dos estudos interdisciplinares, um olhar para a inter-relação entre a cultura, a implementação de políticas públicas e o desenvolvimento regional. O tema central, é o consumo cultural de trabalhadores a partir de mediações culturais decorrentes da implementação do Programa Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura, em um contexto regional. As questões norteadoras são: como a Região do Corede Campanha (RCC), constitui-se enquanto territorialidade e a relação da cultura na perspectiva do desenvolvimento regional? Como tem sido o processo de implementação do VC, enquanto política pública redistributiva de cultura, na RCC? Como se estabelece o acesso ao VC e ao consumo cultural de bens autorizados pelo VC pelos trabalhadores da RCC, a partir do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura, observando principalmente a mediação da Institucionalidade?

O objetivo geral da presente pesquisa, é compreender o consumo cultural do trabalhador da Região do Conselho Regional de Desenvolvimento (Corede) Campanha, no Rio Grande do Sul (RS), a partir do fomento do PCT-VC, sob a perspectiva da teoria das mediações culturais, com ênfase na mediação da Institucionalidade.

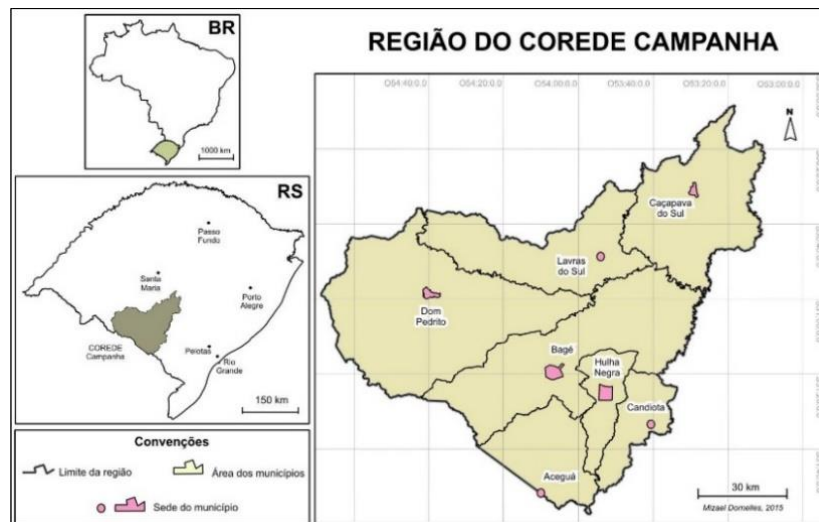
Enquanto objetivos específicos, destacam-se: 1) caracterizar o contexto regional da RCC, considerando a sua história, sua territorialidade e a perspectiva da cultura e do desenvolvimento; 2) analisar a implementação do VC, enquanto política pública redistributiva de cultura, na RCC; 3) compreender o consumo cultural do VC pelos trabalhadores da RCC, observando especialmente a mediação da Institucionalidade.

Na RCC, apesar da localização afastada dos grandes polos culturais (regiões metropolitanas), havia 638 trabalhadores cadastrados até dezembro de 2017, o que representava 1,75% dos trabalhadores cadastrados no Rio Grande do Sul, no mesmo período. Ainda que os registros de Ministério da Cultura indiquem a existência de 02 empresas beneficiárias cadastradas na RCC, nos municípios de Bagé e Candiota, empresas com filiais na região, tais

como bancos, ofereciam a possibilidade de os trabalhadores aderirem ao Programa. Além disso, a região contava com a participação de 68 empresas receptoras, correspondendo a 2,06% do Rio Grande do Sul.

Neste estudo, parte-se da região que compreende o Conselho Regional de Desenvolvimento – Corede Campanha (Mapa 1), no Rio Grande do Sul, como um território que foi analisado a partir de sua particularidade, porém, não dissociado do todo.

Mapa 1: Região do Conselho Regional de Desenvolvimento da Campanha/RS



Fonte: IBGE – base cartográfica, 2010.

Organização: Elisabeth Cristina Drumm.

Elaboração: Mizael Dornelles.

Cabe ressaltar, que se trata de um recorte em termos de espaço, dentro do que se chama, genericamente, de RC. A escolha deu-se por conveniência, devido ao fato da pesquisadora estar envolvida na condição de assessora técnica na gestão da RCC, entre os anos de 2016 a 2018. Nesse período, acompanhou a execução da Consulta Popular, com a participação da assembleia do Codere Campanha, desenvolveu, juntamente com uma equipe multidisciplinar, o Plano Estratégico de Desenvolvimento (PED) da RCC, para o período de 2015-2030, e acompanhou o processo de implementação do Centro de Desenvolvimento Regional (CDR), com a equipe do Ministério da Educação (MEC) e do Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE).

A região de abrangência do Corede Campanha, está localizada no Sul do estado do Rio Grande do Sul, e possui população total de 216.269 habitantes, sendo que 78% urbana e 22% rural, em uma área de 18.240,9 km², e densidade demográfica de 11,9 hab./km², conforme o último Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A cidade polo da Região é Bagé, que abrange também os municípios de Aceguá, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul. A RCC está geograficamente inserida na RC localizada

no estado.

A RC tem na sua origem identitária o Pampa⁴ Gaúcho, que para além de um território cultural, o termo Pampa se refere a um bioma com o mesmo nome, e que é compartilhado com a Argentina e o Uruguai. Seu nome, atrelado à paisagem do Pampa e aos costumes dos habitantes que ocupavam a terra antes de 1750, tendo nela sua forma de subsistência por meio da pecuária, também está atrelado aos movimentos militares na origem do seu povoamento.

A expansão e a guarda da fronteira, enquanto atributo de poder e garantia de espaço para os colonizadores, foi o primeiro propósito assegurado aos que ocupavam a terra. Prioritariamente, o espaço foi constituído a partir de objetivos e fins militares, o que conferia aos proprietários de terra uma vantagem política, mas o desempenho econômico à época, não fora suficiente para garantir as mesmas vantagens. Decorreu-se no processo de ocupação, a expulsão dos indígenas que ocupavam o território, estes que traziam na sua bagagem cultural os hábitos e costumes que futuramente designariam parte da constituição identitária do gaúcho dos pampas, formado também por elementos do errante explorador e do colonizador.

Foi por meio da distribuição de terras pelo Império, em razão das constantes guerras e conflitos, que foi oportunizada a constituição de latifúndios,⁵ na sua origem, e com ela a produção pecuária, que viabilizava renda aos estancieiros por meio da produção do charque. Devido à centralidade do Império, a partir da definição dos limites com o Uruguai, em decorrência da transformação da província do Uruguai em República Oriental do Uruguai, na primeira metade do século XIX, a região se constituiu em prol de seus interesses econômicos e políticos, o que desencadeou a Revolução Farroupilha (1835-1845), cujo cerne estava pautado

⁴ Em referência ao Bioma Pampa, que representa 63% do território do Rio Grande do Sul, e 2,07% do território brasileiro, com uma área de 176.496 km². Apesar de sua extensão territorial ser a menor dos biomas do Brasil, compreende uma paisagem variada formada por serras e planícies, morros rupestres e coxilhas, com predomínio de campos nativos, mas também com a presença de matas ciliares, matas de encosta, matas de pau-ferro, formações arbustivas, butiazais, banhados, afloramentos rochosos, etc. Devido ao fato de se constituir de conjunto de ecossistemas muito antigos, o Pampa apresenta flora e fauna próprias e grande biodiversidade, sendo que a flora do Pampa possui, em torno de 3000 espécies de plantas, com expressiva diversidade de gramíneas. A fauna apresenta quase 500 espécies de aves, mais de 100 espécies de mamíferos terrestres (MMA, 2017).

⁵ Em relação ao tamanho da área, os imóveis rurais são classificados em: Minifúndio – é o imóvel rural com área inferior a 1 módulo fiscal; Pequena Propriedade – o imóvel de área compreendida entre 1 e 4 módulos fiscais; Média Propriedade – o imóvel rural de área superior a 4 e até 15 módulos fiscais; Grande Propriedade – o imóvel rural de área superior 15 módulos fiscais. A classificação é definida pela Lei 8.629, de 25 de fevereiro de 1993 e leva em conta o módulo fiscal (e não apenas a metragem), que varia de acordo com cada município (INCRA, 2017). Segundo Zeneratti (2017), não existe amparo legal que defina o latifúndio no Brasil, ou as prerrogativas de sua condição. Porém, a partir de seus estudos sobre a legislação referente a propriedade e uso da terra, desde a possível origem da classe de proprietários de terras, associada a Lei de Terras em 1850. O autor, defende que “[...] o latifúndio está presente em toda terra que não exerça a sua função social, ou seja, não respeite simultaneamente os requisitos constitucionais de aproveitamento racional e adequado do solo, preservação do meio ambiente, respeito às relações legais de trabalho e exploração que favoreça o bem estar social; esses são os componentes modernos do conceito de latifúndio e o não cumprimento de qualquer um desses componentes caracteriza o latifúndio, independentemente da dimensão da área” (ZENERATTI, 2017, p. 453).

nos princípios liberais e que configura a hegemonia de uma classe dominante. Assim, definiu-se uma hegemonia regional, a partir da ocupação e definição da fronteira.

A partir de 1875, o domínio da classe latifundiária viu-se obrigada a se dividir em decorrência da ampliação dos minifúndios (devido a colonização alemã e italiana, principalmente), em conservadores e liberais. Iniciara-se, desta forma, as bases para a Revolução Federalista (1893 a 1895), considerando novamente os interesses em torno da hegemonia política e econômica do espaço. Surgem, com os opositores desta batalha, os símbolos de uma luta por poder: de um lado os que usavam o lenço vermelho, também chamados de gasparistas; de outro, os republicanos, governistas de lenços brancos, chamados de castilhistas e pica-paus, referência ainda atual no contexto regional.

Nesse cenário, se evidenciou a passagem de um coronelismo monárquico para o republicano. Cabe ressaltar que, apesar de opositores em ambas as revoluções, ainda assim, gasparistas e castilhistas defendiam o mesmo interesse político e econômico, a ponto de se unirem na campanha para eleger Getúlio Vargas, em 1929, com o propósito de marcar a reconciliação da classe “dominante” gaúcha, fato que não garantiu o interesse pelo poder político e econômico dos estancieiros.

Outro momento importante do contexto socio-histórico da região, foi o período pós II Grande Guerra, com a incorporação de outras produções, como o arroz e trigo, de maneira a ampliar o número de pequenas e médias propriedades, porém, sem comprometer a produção pecuária, nem a hegemonia da fração regional da classe. A reestruturação regional ocorreu quando da abertura da região à capitais privados e estatais, internos ou externos, dentre esses o capital de colonos⁶ que passaram a arrendar terras, o que garantiu a força de trabalho e o potenciais consumidores. Na sequência, outro movimento iniciado foi o dos assentamentos de reforma agrária,⁷ com agricultores oriundos do Planalto do Rio Grande do Sul, implicando em uma proposta de diversificação produtiva.

A recuperação de aspectos históricos que constituíram a RC, em grande medida, é consequência de um contexto econômico e de guarda da fronteira entre o Brasil, o Uruguai e a Argentina. Portanto, em termos de manifestações culturais, houve um trânsito significativo de hábitos e costumes entre os povos que ocuparam esta região ao longo dos séculos. A proximidade da fronteira oportunizou um intercâmbio constante, parte migrou para a

⁶ Os colonos são os imigrantes europeus que vieram para o Brasil no século XIX, e seus descendentes, a partir de um movimento interno de deslocamento de brasileiros de origem alemã ou italiana para a RC.

⁷ Por reforma agrária entende-se “o conjunto de medidas para promover a melhor distribuição da terra mediante modificações no regime de posse e uso, a fim de atender aos princípios de justiça social, desenvolvimento rural sustentável e aumento de produção”, conforme o Estatuto da Terra - Lei nº 4504/64.

Campanha, implicando em uma relação de interferência também da cultura hispânica destes países na Campanha gaúcha. Outras culturas também se fizeram presentes no contexto da RC, em função das relações comerciais fronteiriças, como os povos de origem árabe e sírio-libanês, no início do século XX, que são uma marca cultural forte em toda região.

Esse movimento de dinâmicas constituiu a cultura regional, marcada por tradições, por hábitos relacionados ao movimento produtivo e que representara, em grande medida, as manifestações do poder hegemônico dos latifundiários. Representadas em festas, folclores, monumentos, prédios históricos, hábitos cotidianos, a cultura caracterizou esta região, extrapolando até mesmo os limites da RC, como uma revolução, em cujas batalhas procuraram recuperar o poder hegemônico. Marcas registradas nas estrofes do Hino Rio-Grandense e cantado por todos: “*Como a aurora precursora do farol da divindade foi o 20 de Setembro o precursor da liberdade [...]*”, em alusão a Revolução Farroupilha, representando um discurso político à época.

Nesse contexto, na constituição da RC, e portanto da RCC, a partir da perspectiva socio-histórica, a cultura assume papel relevante de condução de uma agenda política que envolve os atores regionais e, em outras escalas, em prol de seu desenvolvimento, uma vez que a relação entre este e a cultura é estreita. A cultura, portanto, associada às práticas sociais, envolvendo as manifestações artísticas e intelectuais, e como produção de sentidos.

1.1 Percurso metodológico

O norte teórico metodológico principal desta tese, situa-se na perspectiva dos EC, particularmente, na teoria das mediações de Martín-Barbero, a partir da sua proposta original, o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura, que surgiu como elemento de análise para compreender as novas “[...] complexidades nas relações constitutivas entre comunicação, cultura e política” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 15). Principalmente por considerar que, conforme o autor, o mercado não é capaz de sedimentar tradições, tendo em vista se propor à obsolescência acelerada e generalizada, tanto das coisas, das formas e das instituições. Também não sendo capaz de criar vínculos societários, oportunizados por uma comunicação de sentido, entre sujeitos, enquanto o mercado opera na suposição de trocas formais, que geram satisfação ou frustração, mas não sentido. Além disso, o mercado não é capaz de engendrar inovação social, “[...] pois esta pressupõe diferenças e solidariedades não funcionais, resistências e dissidências, quando aquela trabalha unicamente com rentabilidade” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 15).

Assim, por se tratar de um estudo interdisciplinar, foi elaborada uma proposta metodológica seguida durante o processo de investigação, a partir dos conceitos originados da proposta analítica de Martín-Barbero (2003), considerando que o objeto de estudo, enquanto bem cultural, o VC é decorrente de uma política pública, implementada por meio de um programa e que prescinde da reunião de um olhar conceitual dessa área.

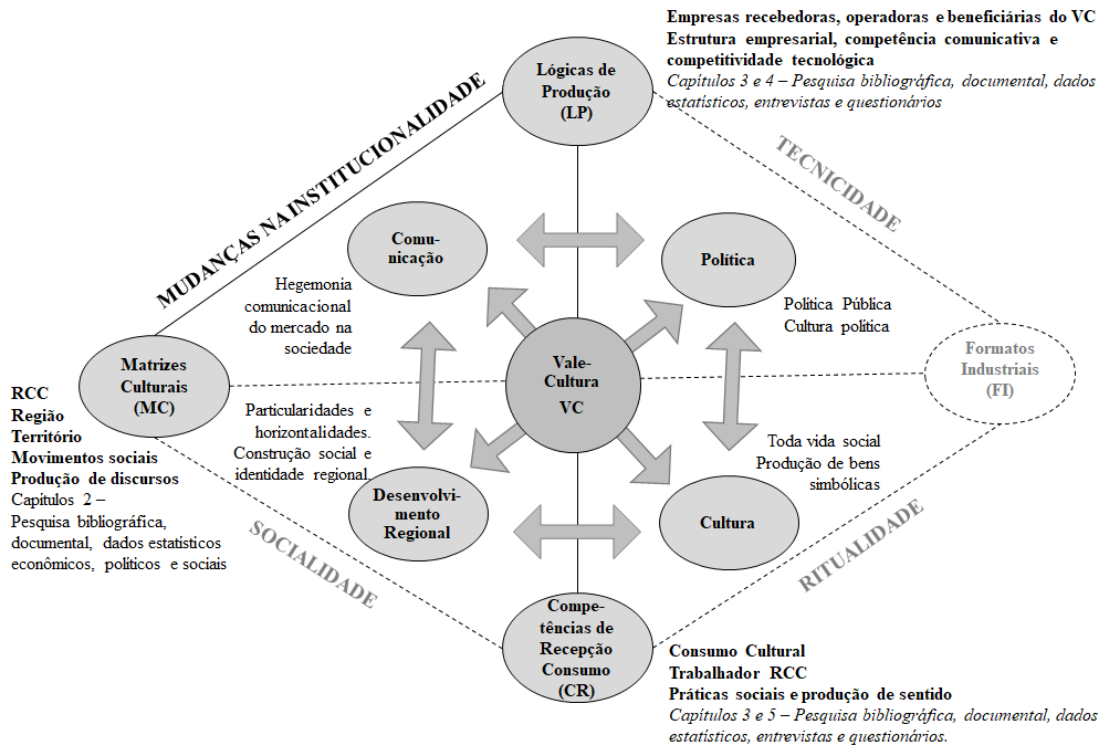
O *locus* desse olhar é a RCC, observada enquanto região de desenvolvimento, portanto, é necessário um olhar para a sua constituição socio-histórica. Desta forma, a partir do Mapa, aproximaram-se conceitos que oportunizaram essa percepção interdisciplinar, o que resultou na proposta apresentada na Figura 1.

Ainda sob o ponto de vista metodológico, compreende-se que o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura, não se constitui a partir da análise isolada de suas partes. Pelo contrário, as mediações estabelecem-se necessariamente pela composição das partes. A escolha por concentrar a reflexão na análise da Institucionalidade, porém sem desconsiderar as demais, deveu-se ao fato de remeter aos interesses e poderes que afetam a regulação de discursos entre os que buscam a estabilidade da ordem estabelecida, e aqueles que buscam defender seus direitos, num processo de constante reconstrução social (MARTÍN-BARBERO, 2003).

Assim, essa mediação está presente na dinâmica da (re)construção social da RCC, dados os diferentes interesses, construções e novas Institucionalidades e, em que medida, esse movimento oportuniza a implementação, ou não, de uma política pública de estímulo ao consumo de bens e de serviços culturais, numa dimensão, inclusive, emancipatória. Para tanto, conforme a Figura 5,⁸ a análise concentrou-se nas MCs, em relação a RCC; nas LP e nelas as empresas receptoras, operadoras e beneficiárias; nas CR, considerando o trabalhador da RCC, usuário do VC.

⁸ Na figura, essas mediações estão conectadas por traços contínuos representando os elementos que constituíram a essência do esforço de análise.

Figura 1 - Esquema analítico da tese a partir do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura



Fonte: Elaborado por Elisabeth Cristina Drumm, baseado em Martín-Barbero (2003).

Do ponto de vista da natureza desta investigação, este estudo classifica-se como qualitativo, uma vez que permite a reunião de várias formações teóricas e não se baseia em um único programa teórico (FLICK, 2009). A pesquisa qualitativa não privilegia uma prática metodológica única em relação a outras, sendo sua natureza interdisciplinar. Isso significa dizer que a pesquisa qualitativa é um conjunto de práticas, tensões e contradições constantes em torno do projeto, seus métodos, as formas das descobertas e as suas interpretações (DENZIN; LINCON, 2006).

Neste estudo, dada a sua proposta qualitativa, foram utilizadas como técnicas, a pesquisa de campo (por meio da observação participante, a realização de entrevistas semiestruturadas e da aplicação de questionários), bibliográfica e a documental. A observação participante intensificou-se no período de revisão do PED da Região do Corede Campanha (2015-2030),⁹ durante o período de fevereiro de 2016 a junho de 2017, por meio da participação em reuniões de diagnóstico, discussões temáticas e definição da carteira de projetos, envolvendo

⁹ O PED da RCC foi realizado por meio do convênio da Secretaria de Planejamento do estado do RS com o Fórum dos Coredes (convênio número 1636/2015) e que objetivou atualizar e ampliar os planos dos 28 Coredes. A metodologia foi realizada em 07 (sete) etapas, envolvendo: o diagnóstico técnico; a análise situacional; a análise das forças, fraquezas, ameaças e oportunidades; a definição de visão e valores; a identificação de objetivos e a definição de uma carteira de projetos; a definição de uma modelo de gestão e a divulgação do PED.

representantes de todos os municípios da região. Além da participação nos Conselhos Municipais de Turismo, Ciência, Tecnologia e Inovação, Desenvolvimento Rural e Indústria, Comércio e Serviços, do município de Bagé, da cidade polo da região, com maior número de trabalhadores que aderiram ao PCT. Também, pela participação no Programa Líder, que envolveu representantes das regiões de abrangência dos Coredes Campanha e Fronteira Oeste, que juntos formam a Região Funcional de Planejamento 6 (RFP 6),¹⁰ ligada a Secretaria de Planejamento do Estado do Rio Grande do Sul.

A pesquisa documental foi realizada a partir das análises dos documentos: 1) PNC, Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010; 2) Projeto de Lei PL 4682/2012, que deu origem ao PNC; 3) PCT-VC, a Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012 (Anexo A); 4) Decreto nº 8.084, de 26 de agosto de 2013 (Anexo B); 5) relatórios e documentos referentes as Conferências Nacionais de Cultura (CNC), realizadas em 2005, 2010 e 2013; 6) instruções normativas para a implementação do PCT; 7) relatórios anuais do PCT; 8) Projeto de Lei; 9) documentos de instituições que atuam em prol do desenvolvimento da região, cuja governança envolve representantes de diferentes escalas e da sociedade civil; 10) propagandas do Minc sobre o VC, nos anos de 2015 (Apêndice A) e 2017 (Apêndice B); 11) Matérias dos Jornais Minuano e Folha do Sul, sobre a implementação do VC na RCC (Apêndice C).

Os dados analisados em relação ao VC referem-se ao período de 2013 a 2017, conforme tabelas e gráficos disponíveis no subcapítulo 4.2.3, sobre o percurso da política de estímulo ao consumo cultural. Mesmo se tratando de um tempo recente para estudo científico, de outro momento político favorável e que intensificou a ação do Estado por meio de políticas públicas, oportunizando um programa inédito de política de estímulo ao consumo cultural, enquanto resultado de governos populares democráticos.

Por meio do Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão (e-SIC), foram solicitados dados, no que se refere: 1) ao número de empresas beneficiárias e receptoras e trabalhadores que aderiram em nível de Brasil, Unidades Federativas (UF) e municípios, desde a sua implementação, em 2013, ao Minc; 2) aos dados sobre o Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura (Idecult) do Brasil, do Rio Grande do Sul e dos municípios da RCC, ao Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA); 3) ao valor (R\$) total de consumo no cartão VC agregados pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), País, Região, UF, municípios da RCC - 2013-2017.

¹⁰ As 09 Regiões Funcionais de Planejamento (RFP), foram definidas pela SEPLAG, no Estudo de Desenvolvimento Regional e Logística do RS – Rumos 2015 –, a partir dos seguintes critérios: homogeneidade econômica, ambiental e social; 2) adequação de variáveis correspondentes para identificação de polarizações.

Os dados evidenciam uma queda significativa em relação à evolução inicial e um resultado aquém das metas estipuladas. Em 2018, por se tratar de um período eleitoral, e em 2019, pelo início do novo governo sem a manutenção da pasta do Minc, o acesso aos dados atuais foi dificultado. Esse movimento reforça a histórica descontinuidade da implementação de políticas públicas no âmbito da cultura, agravada por um governo que de acordo com sua proposta de trabalho, não reconhece a cultura como a base de uma nação.

Com o propósito de ampliar a coleta de dados referentes ao processo de implementação do Programa VC na RC, foram entrevistadas 09 pessoas atuantes em diferentes segmentos relacionados à cultura (governo, espaços culturais e empresa recebedora do VC), conforme Quadro 1. Sendo 01 de Caçapava do Sul, 02 de Candiota, 01 de Dom Pedrito e 05 de Bagé (roteiro de entrevista no Apêndice D). Os entrevistados escolhidos participaram de alguma forma, das discussões acerca do Desenvolvimento da Região por ocasião da elaboração do PED, ou foram contatados por ocuparem cargos de relevância em instituições públicas e privadas.

Quadro 1 - Entrevistados ligados a Cultura na RCC

Sigla	Segmento/instituição	Município
E1 – SCT	Secretário de Cultura e Turismo	Caçapava do Sul
E2 – SCT	Secretário de Cultura e Turismo	Candiota
E3 – ASCT	Assessor da Secretaria de Cultura e Turismo	Candiota
E4 – GMu	Gestor do Museu	Dom Pedrito
E5 – GMu	Gestora do Museu	Bagé
E6 – CPoC	Coordenadora do Ponto de Cultura	Bagé
E7 – GCC	Gestora da Casa de Cultura	Bagé
E8 – PrC/APM	Produtor Cultural e Assessor da Prefeitura Municipal	Bagé
E9 – PER	Proprietário de Empresa Recebedora	Bagé

Fonte: Elaborado por Elisabeth Cristina Drumm.

Os principais aspectos investigados referiam-se a: 1) o desenvolvimento da RC; 2) a concepção de cultura e sua relação com o desenvolvimento; 3) o papel dos atores e das instituições no desenvolvimento da região; 4) os diferentes períodos de governos, entre os anos de 2003 a 2017; 5) o SNC, especialmente as políticas orientadas para a produção e consumo cultural; 6) a implementação do VC, em destaque relacionado aos aspectos culturais, políticos e de comunicação.

Também foi aplicado um questionário (Apêndice E), junto aos trabalhadores que, em algum momento aderiram ao VC, mas que durante a coleta de dados não faziam mais parte do Programa, uma vez que as empresas cancelaram a sua adesão. Dado ao contexto político e econômico nacional em que a tese se desenvolve, mais especificamente de 2015 em diante, com a deposição da Presidente Dilma Rousseff, a instauração de uma crise política, associada à uma crise econômica, (e se não a paralização, ao menos o freio ao andamento desta política), não foi

possível uma pesquisa ampla junto aos usuários do VC na RCC, em vista da retração na implementação da política.

Os itens do questionário (Apêndice E) foram organizadas da seguinte forma: 1) dados do perfil do respondente; 2) questões baseadas no Sistema de Indicadores de Percepção Social (SISPS) – Cultura 2010 (IPEA, 2010), por meio de algumas questões do instrumento de coletada de dados, sobre pesquisa, tais como: a) disposições culturais para o uso do tempo; b) percepções a respeito da oferta cultural; c) frequência de práticas culturais; 3) adesão ou não ao Programa VC e percepções acerca do mesmo, bem como os hábitos de consumo por meio do uso do cartão.

Foram distribuídos 169 questionários para trabalhadores, deste total 69 para 05 empresas localizadas em Bagé, e 100 para 01 localizada em Candiota. Houve um retorno de 36 questionários, sendo que 27 trabalhadores consumiram bens ou serviços a partir do Programa. Apesar do baixo número de participantes, julgou-se relevante apresentar os resultados, que foram associados aos demais dados, sem considerá-los como sendo de natureza quantitativa, uma vez que a população de trabalhadores usuários do VC pretendida neste estudo, não existe mais.

A concentração das entrevistas e dos questionários no município de Bagé foi intencional e por conveniência¹¹, justificada pelo fato concentrar o maior número de trabalhadores que aderiram ao VC, ou seja, 55,8% da RCC, totalizando 638 trabalhadores, no período de 2013-2017. E em Candiota, está localizada uma das maiores empresas da região que aderiu ao PCT-VC.

Considerando a perspectiva interdisciplinar, a análise deste estudo foi baseada na Triangulação de Métodos, que consiste na possibilidade de “[...] combinação e cruzamento de múltiplos pontos de vista” (MINAYO, 2010, p. 29). No caso desta tese, pautada inicialmente pelos autores da pesquisa bibliográfica, seguida do levantamento de dados de diferentes fontes, conforme mencionado acima.

A implementação do VC foi analisada com base na forma descritiva, a partir do modelo de análise proposto por Lima e Dáscenzi (2013), considerando suas características e a organização do aparato administrativo responsável pela implementação na perspectiva nacional e na RCC, e na forma interpretativa, em relação as ideias, os valores e as concepções de mundo dos indivíduos (LIMA; DÁSCENZI, 2013) da RCC, considerando-se as MC, LP, CR e a medição da Institucionalidade, do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura de Martín-

¹¹ A escolha pela Região do Corede Campanha foi por conveniência, considerando a atuação profissional da responsável pela tese.

Barbero (2003) (Figura 5).

O recorte temporal desta tese, situa-se entre os meses de novembro de 2012, a partir do encaminhamento do PL 4682/2012, e janeiro de 2019. Nesse período, momentos específicos no cenário político foram inseridos na análise, considerando seu impacto e relevância para a discussão do tema: 1) o movimento do impedimento da Presidente Dilma Vana Rousseff (2016), que culminou na posse do Presidente Michel Miguel Elias Temer Lulia (2016-2018), com a tentativa de extinção do Minc; 2) a posse do Presidente Jair Messias Bolsonaro (2019) e a extinção de fato do MinC. Sendo esta, mais uma evidência da descontinuidade das ações e das políticas relacionadas a cultura no Brasil.

A pesquisa foi desenvolvida em quatro capítulos, além dessa introdução e da conclusão. Em cada um, além da discussão teórica, há o tratamento de dados empíricos relativos à sua proposta temática. No capítulo 2, são abordadas as concepções de território, região e desenvolvimento. No capítulo 3, foram trabalhados aspectos relacionados à cultura, cultura popular de fronteira e híbrida, bem como e as perspectivas associadas ao sistema de cultura no Brasil e na RCC. No capítulo 4, foram tratados os conceitos relacionados às políticas públicas de cultura, tanto na perspectiva cultural, quanto o movimento histórico em torno delas. No capítulo 5, o foco foi à implementação do VC, e o consumo de bens e serviços culturais na RCC, considerando as mediações, com destaque para a mediação da Institucionalidade.

2 PARTICULARIDADES DA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA: ORIGEM, CONSTRUÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Nesse capítulo, considerando o tema central dessa tese, que se refere ao consumo cultural de trabalhadores a partir de mediações culturais decorrentes da implementação do Programa Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura, em um contexto regional, busca-se abarcar reflexões acerca da constituição da RCC, a partir da RC enquanto territorialidade.

Reforça-se, que a RCC formada pelos municípios de Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul, é um recorte da RC. Desta forma, os elementos que formaram a segunda são, em grande medida, os mesmos que serviram de referências simbólicas para a constituição identitária do gaúcho do Pampa. Dos elementos naturais do Bioma Pampa às manifestações e os saberes socializados pelas práticas cotidianas, pela produção artística, pela arquitetura, pelas festas, entre outras, desde os povos indígenas até a atualidade, são as referências da cultura regional impressas na forma de um desenvolvimento muito particular. Esta configuração ou base comum, estende-se para as características econômicas, sociais e políticas.

Portanto, pretendeu-se responder parcialmente ao segundo objetivo específico desta tese, no caso, caracterizar o contexto regional da RCC, considerando a sua história, sua territorialidade, o conceito e indicadores de desenvolvimento, e ainda, aspectos como geração, distribuição de renda, educação e saúde. A perspectiva da cultura foi tratada no capítulo 3, sendo que a decisão de separar os conceitos e as evidências empíricas, deu-se exclusivamente para fins de organização dos capítulos.

2.1 Território e desenvolvimento da Região Corede Campanha

Parte-se da perspectiva de que, regiões são uma alternativa concreta para viabilizar o desenvolvimento que impacte na diminuição das contradições e desigualdades, decorrentes do atual sistema de acumulação. No tema do desenvolvimento regional, conceitos como equidade, diversidade e sustentabilidade são centrais, uma vez que as regiões se reconhecem com diferentes potenciais e, portanto, criam soluções diversas, sem desconsiderar sua relação com o global. Sobre a concepção de desenvolvimento regional, parte-se da premissa da valorização das particularidades regionais do território, enquanto fator de diferenciação. Sustenta-se a perspectiva do desenvolvimento enquanto mosaico, não centrado exclusivamente no econômico, mas na relação deste com os aspectos sociais (saúde, educação e cultura).

Considerando que, segundo Haesbaert (2002), um conceito tem validade temporal, e deve ter uma referência, ou delimitação clara, explicitando a sua finalidade, como produto no jogo entre realidade e representação (materialista ou idealista). O autor afirma que: 1) território, tem um “[...] sentido de espaço mais amplo, pois envolve múltiplas formas de apropriação do espaço, nas diversas escalas temporais”; 2) por região: a) não se trata de um recorte espacial, sem importar a escala, mas “[...] deve ser vista como produto de um processo social, determinado que, expresso de modo complexo no/pelo espaço, define-se também pela escala geográfica em que ocorre, podendo ser, assim, um tipo de território”; b) quando associada a processos sociais específicos de (re)territorialização, torna-se mais consistente, sobretudo devido à “[...] dinâmica de formação de regionalismos (políticos) e identidades regionais”.¹² Para o autor, esses processos estão “[...] vinculados à desterritorialização promovida via redes técnico-econômicas, à qual acrescentam uma dimensão identitária”, e c) também se define pela escala geográfica, sejam tradicionalmente definidas frente ao Estado-nação, ou definidas a partir da intensificação das migrações, as chamadas “regiões-redes” ou “redes regionais” (HAESBAERT, 2002, p. 136).

Ao tratar o território Abramovay (1998, p. 7), defende como sendo “[...] o fenômeno da proximidade social que permite uma forma de coordenação entre os atores capaz de valorizar o conjunto do ambiente em que atuam e, portanto, de convertê-lo em base para empreendimentos inovadores”. Ao apresentar o conceito de território, Benko (1999) o traz como sendo o espaço construído pelo uso e pela apropriação da sociedade, enquanto um processo dinâmico de relações de troca entre as particularidades e a totalidade. Nesse sentido, Limonad (2004), complementa que no território impera a diversidade, e para a autora, é a partir do território, enquanto particularidade, na sua relação com o global, enquanto totalidade, que os atores sociais constroem a região a partir do seu planejamento.

Segundo Bonnal, Cazella e Delgado (2012, p. 05), a construção e uso dos territórios está ligada à ação coletiva dos atores sociais que

[...] a partir de uma representação compartilhada sobre a realidade, identificam os limites do território, geralmente por agregação de unidades administrativas (municípios) ou sociais (sindicatos, organizações de agricultores, comunidades, etc.) e constroem uma estratégia de ação.

Para os autores, o(s) território(s) podem ser entendido enquanto um processo de co-construção social, ou por outro lado, os territórios são o resultado de políticas públicas, nas

¹² O autor refere-se ao conceito de região proposta a partir da Campanha Gaúcha (HAESBAERT, 1988).

quais uma ação encontra-se fora do território, em níveis mais abrangentes:

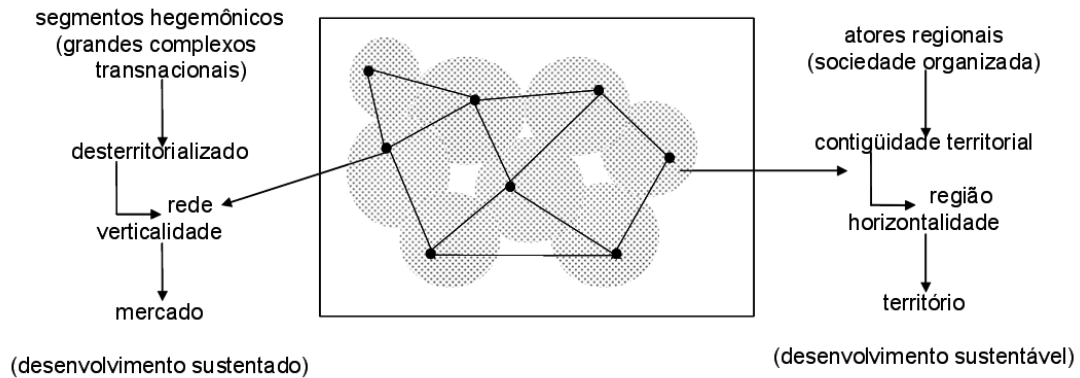
[...] o território é concebido pelos atores públicos com o objetivo de facilitar a resolução de problemas da sociedade, coerente com a missão do Estado (ou com promessas eleitorais de representantes políticos). Nesta lógica, o território é identificado principalmente com referência ao zoneamento de determinado problema ou carência da sociedade. (BONNAL; CAZELLA; DELGADO, 2012, p. 05).

Os referidos autores, ressaltam que na prática, existe um processo de justaposição das lógicas territoriais e de hibridação de modelos de construção de territórios. Etges (2005), apresenta o território como paradigma e, ao tratar do tema da sustentabilidade, parte de uma vertente de pensadores que questiona a insustentabilidade sociopolítica do modelo atual, que não ampara mais uma configuração somente pautada na dimensão econômica. Essa concepção contrapõe-se à vertente que reduz a sustentabilidade a uma “revolução de eficiência” e que sustenta um discurso hegemônico, uma vez que, por meio do uso do termo “sustentável”, propõem-se a imprimir um significado à sociedade que garanta a defesa de seus interesses puramente econômicos.

Orientada para a sustentabilidade democrática, esta vertente apoia-se em uma concepção interdisciplinar – ambiental e ecológica, social, econômica, política e institucional – que se baseia em valores como a equidade, a sociobiodiversidade, a diversidade cultural, além da justiça e da ética. Desta perspectiva emergem movimentos da sociedade (horizontalidades) que pretendem imprimir um novo significado ao termo sustentável, e orientar uma nova concepção de desenvolvimento regional (ETGES, 2005).

A autora, a partir dos estudos de Milton Santos, reforça o fato de que os espaços compõem-se de horizontalidades, - pontos que se agregam sem descontinuidade, que associam tanto o lugar da finalidade imposta de fora, de longe e de cima, quanto o da contra finalidade ou regionalmente gerada, o que determina um desenvolvimento sustentável, orientado para o território; de verticalidades, – pontos separados que asseguram o funcionamento global da economia, a partir de um discurso hegemônico gerador de obediência e disciplina, o que determina um desenvolvimento sustentado, orientado para o mercado. Da mesma forma, o território é atravessado por forças centrípetas, – resultam de processos econômico e social, são forças de agregação e fatores de convergência, que geram a horizontalização, e forças centrífugas, – fatores de desagregação, cujo comando está fora da região, que conduzem a um processo de verticalização (ETGES, 2005). As forças centrífugas dão-se em diversas escalas, inclusive globais, e agem sobre as forças centrípetas, conforme evidenciado na Figura 2.

Figura 2 - Duas concepções sobre Sustentabilidade



Fonte: Etges (2005, p. 9).

Os segmentos hegemônicos, identificados pelos nós formados pelos complexos transnacionais, atuam de forma desterritorializada, em rede, numa perspectiva verticalizada. Por outro lado, os atores regionais encontram-se na contigüidade territorial, ou no pano de fundo para o surgimento das regiões, enquanto expressões da horizontalidade, tendo como suporte o território. Assim, “[...] o desenvolvimento, na perspectiva territorial, está atento ao território como um todo, compreende a sua dinâmica e a sua diversidade, e a partir daí, propõem estratégias de promoção de desenvolvimento regional sustentável” (ETGES, 2005, p.11).

Ao discutir as razões pelas quais pode ocorrer o desaparecimento de uma região, seja pelo fato de a mesma deixar de ser nó de alguma rede (verticalidade), ou pelo fato de ela não conseguir organizar-se, articular-se internamente (horizontalidade), Etges (2001, p.10), destaca que,

[...] construir socialmente uma região significa potencializar sua capacidade de auto-organização, transformando uma sociedade inanimada, segmentada por interesses setoriais, pouco perceptiva de sua identidade territorial e definitivamente passiva, em outra, organizada, coesa, consciente de sua identidade, capaz de mobilizar-se em torno de projetos políticos comuns, ou seja, capaz de transformar-se em sujeito de seu próprio desenvolvimento.

Pela construção social e a partir de uma identidade particular, não existe a possibilidade de garantir a igualdade regional, nem, portanto, concordar com a perspectiva de um desenvolvimento uniforme, considerando a capacidade da região em mobilizar-se. Destaca Etges (2005), que a particularidade regional é o contraponto ao processo de globalização e assim, a considera como uma possibilidade para a reunião de esforços, que devido à fragmentação, determina a diversidade.

Reis (2015), com a finalidade de revisitar o mundo da interpretação e do conhecimento

do território e da forma de lidar com ele, por meio de políticas públicas¹³, o define como “[...] proximidade, atores, interações. E é também um elemento crucial da matriz de relações que define a morfologia do poder nas sociedades contemporâneas” (REIS, 2015, p. 109). Ao responder à questão “O que é um “território”?”, o autor considera três dimensões das estruturas e das dinâmicas territoriais: a) proximidade, b) densidade, c) polimorfismo estrutural.

Por proximidade, apresenta o contexto e as relações que ela propicia: “[...] são pessoas em co-presença; são ordens relacionais; são consolidações de culturas práticas e de instituições; é conhecimento e é identidade partilhada de forma coletiva. É este conjunto de circunstâncias que desencadeia a formação de densidades” (REIS, 2015, p. 110). Assim, na perspectiva da RCC, o território proximidade, é representado pelo contexto socio-histórico, pela relação da cultura gaúcha e da relação com o Bioma Pampa, assunto tratado na seção 2.3.

Pelas densidades, o autor aponta que são expressas as interações, as aprendizagens e as competências, ou seja, as externalidades cognitivas “[...] que coordenam a ação de atores sociais, em multiplicação ou definhamento de contextos institucionais e de governação” (REIS, 2015, p. 110).¹⁴ As externalidades cognitivas da RCC estão expressas, por exemplo, nas diferentes proposições de instituições que se constituíam em prol de seu desenvolvimento, conforme seção 2.3.2.

O polimorfismo estrutural, por sua vez, assinala o fato da tensão entre mobilidades e territorializações – “[...] isto é, o exercício matricial de que os territórios são parte – produzir diferenciações dentro de ordens mais vastas (REIS, 2015, p. 110). Para o autor, a ideia de polimorfismo oportuniza um olhar sobre as diferenças, ou seja, “[...] a visão das coisas em que há espaços estruturais de iniciativa e de autonomia, cujo desenvolvimento afirma a sua relevância própria, de autonomia e exerce efeitos de *feedback* sobre outros espaços” (REIS, 2015, p. 110). Assim, proximidade e densidade formam a rede matricial interna, e o polimorfismo estrutural representa

[...] as relações de poder em que os territórios participam (e que podem ser positivas ou negativas, promocionais ou degradativas) e o modo como esses territórios se inscrevem no mapa estrutural do mundo (como margens ou como centros; como lugares ascendentes e transformadores da matriz global ou como lugares descendentes). (REIS, 2015, p. 110-111).

Em relação às densidades (REIS, 2015), destaca-se a constituição de diferentes

¹³ Nesse capítulo o foco está direcionado para a compreensão do território. As políticas públicas serão retomadas no capítulo 4, tendo em vista o olhar sobre as políticas públicas de cultura e a relação com o território/região.

¹⁴ As citações do autor são mantidas em português de Portugal.

territorialidades em torno dos municípios que compõem a região de abrangência da RCC. Consta-se que, a existência de instituições atuantes em questões pertinentes ao desenvolvimento regional, é uma consequência das aproximações decorrentes de particularidades dos municípios, na constituição de um novo território. Em grande medida, esse movimento pode ser atribuído à fragilidade do próprio Corede até 2016, na condução de uma agenda propositiva orientada para o desenvolvimento.

Segundo Flores (2006), considerando a natureza única e endógena da região, em decorrência das relações sociais e culturais que se estabelecem, é constituída a particularidade que sustenta e orienta a ação regional em busca de alternativas em contraposição com a globalização hegemônica. A singularidade, segundo o autor, parte de soluções exógenas globais, sem considerar a constituição socio-histórica e cultural de uma região (FLORES, 2006).

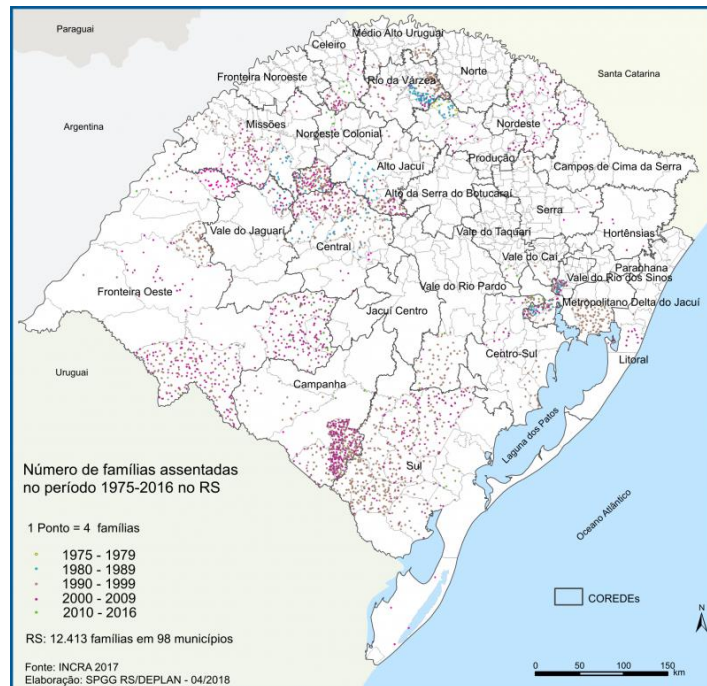
A concepção de particularidade (FLORES, 2006), aproxima-se dos conceitos de proximidade e de densidade (REIS, 2015), e no contexto socio-histórico da região de abrangência da RCC, constatam-se as duas situações: 1) relacionada à constituição dos municípios em dois períodos distintos, sendo o primeiro no século XIX, e o segundo com a constituição de novos municípios, na década de 1990; 2) relacionada às formas de ocupação do território, sendo a primeira pelo povoamento (grandes latifúndios, nos municípios que deram origem a RCC), e a segunda pelo movimento da reforma agrária, principalmente nos municípios recém-formados (Aceguá, Candiota e Hulha Negra) e em Bagé.

O Mapa 2 evidencia a concentração de famílias assentadas na RCC, que foi palco do Programa Nacional de Reforma Agrária, sendo que, conforme Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA, 2017), em Bagé existem 2 assentamentos, em Hulha Negra 24, e em Candiota, 22.¹⁵

De acordo com Rocha, Zanella e Cruz (2013, p. 5), “[...] a reforma agrária no Bioma Pampa tem um potencial de unir os interesses produtivos com os interesses sociais e de preservação ambiental”. Essa construção se viabilizaria por meio da interação entre conhecimentos locais, científicos e ecológicos de maneira a respeitar a heterogeneidade e a biodiversidade do Bioma Pampa.

¹⁵ Ao solicitar ao Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, por meio do IBGE, dados relativos a assentamentos da reforma agrária, áreas nativas e cultivadas, ocupação do pessoal e número e a área dos estabelecimentos rurais, referentes ao Brasil, Rio Grande do Sul e aos municípios da RCC, a resposta dada foi não haver possibilidade de atender à solicitação, uma vez que dados do Censo Agropecuário de 2006, não permitem a tabulação de assentamentos da reforma agrária neste nível de detalhamento. A resposta foi classificada como “Informação sigilosa de acordo com legislação específica”, conforme resposta ao pedido sob protocolo de número 03950000088201856, de 09 de janeiro de 2018.

Mapa 2 - Número de famílias assentadas no período de 1975-2016, por Coredes do RS



Fonte: INCRA, 2017

Elaboração: SPGG-RS/DEPLAN – 04/2018.

Ainda sobre o polimorfismo estrutural (REIS, 2015), os dados relacionados à RCC apontam para uma posição de margem em relação a outras territorialidades do Rio Grande do Sul. Os indicadores econômicos associados aos sociais, evidenciam certa fragilidade percebida na região, principalmente, referente à distribuição de renda, e que orientam para o desafio de buscar alternativas para a promoção de seu desenvolvimento. Por outro lado, há uma expectativa em relação ao aproveitamento do potencial do patrimônio natural e cultural da Região, a partir de suas manifestações culturais.

Para finalizar, porém sem concluir, parte-se da perspectiva que a região é intelectualmente produzida a partir das expectativas, seja do conjunto de atores, seja dos pesquisadores que se debruçam sobre um determinado território, uma vez que, necessariamente,

[...] a região deve ser vista com o um conceito intelectualmente produzido. Partimos da realidade, claro, mas a submetemos à nossa elaboração crítica, na sequência, procurando ir além da sua apreensão em bases puramente sensoriais. Procuramos captar a gênese, a evolução e o significado do objeto, a região. (CORRÊA, 2003, p. 22).

Nesse sentido, a partir das relações sociais estabelecidas no contexto do território, cumpre-se pensar no desenvolvimento (sob a perspectiva deste estudo), para a além do crescimento econômico, assim, assume-se também, a perspectiva de Corrêa (2003, p. 22), que

sustentado pelo materialismo, reconhece a região “[...] como um instrumento de ação e controle dentro de uma sociedade de classes”. Sendo assim, e considerando a essência desta tese, a política pública de estímulo ao consumo de bens culturais por trabalhadores, considera-se o desenvolvimento regional, para além do crescimento econômico, inserindo variáveis relacionadas ao contexto social e cultural.

Na perspectiva de Sen (2000), tendo em vista que a sua proposta ultrapassa a discussão tradicional do crescimento econômico, e inclui as capacidades sociais e a liberdade de atuação individual ou social, o desenvolvimento, enquanto abstração, encontra-se acima do cotidiano de sujeitos e dos habitantes de pequenos espaços diante do todo, para os quais, os conceitos e a matemática da economia não fazem sentido algum, pois sua vida cotidiana é mais simples. E, portanto, o Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* não se constitui em um indicador fundamental na perspectiva do cotidiano.

Nesse sentido, para a economia e para a compreensão da natureza do desenvolvimento, torna-se necessário entender a relação entre rendas e realizações, entre mercadorias e capacidades, e entre riqueza e a possibilidade de viver do modo como os sujeitos gostariam (SEN, 2000). Em sua reflexão,

[...] os fins e os meios do desenvolvimento requerem análise e exame minuciosos para uma compreensão mais plena do processo de desenvolvimento; é sem dúvida inadequado adotar como nosso objetivo básico apenas a maximização da renda ou da riqueza, que é, como observou Aristóteles, “meramente útil e em proveito de alguma outra coisa”. Pela mesma razão, o crescimento econômico não pode sensatamente ser considerado um fim em si mesmo. O desenvolvimento tem de estar relacionado sobretudo com a melhora da vida que levamos e das liberdades que desfrutamos. (SEN, 2000, p. 28-29).

A utilidade da riqueza está nas liberdades substantivas obtidas a partir dela, e para uma concepção adequada de desenvolvimento, faz-se necessário ir para além da acumulação de riqueza e do crescimento do PIB, bem como de variáveis relacionadas à renda, ou seja, pautar o desenvolvimento para além do crescimento econômico (SEN, 2000). Expandir as liberdades, tornar a vida mais rica e mais desimpedida, segundo o autor, além de permitir a existência de pessoas mais completas, que praticam suas aspirações, interagem e influenciam o mundo.

Muitas pessoas são privadas de suas liberdades, independente da condição de seus países, ou seja, em determinadas regiões ocorre a fome coletiva; ainda, em países mais ricos existe a falta de acesso aos serviços de saúde, educação funcional, emprego remunerado ou segurança econômica; e em países muito ricos, ainda existe a desigualdade de direitos entre homens e mulheres. Alguns afirmam que, a negação e a privação da liberdade política e dos direitos civis básicos, possa contribuir para estimular o crescimento econômico, sendo “benéfica” para o

desenvolvimento econômico (SEN, 2000).

Ao referir-se ao conceito de desenvolvimento associado ao de crescimento, enquanto medida da remuneração dos fatores de produção de qualquer conjunto econômico, Furtado (1983), considera a necessidade de superar o mesmo, uma vez que a considera a necessidade de superar o mesmo, uma vez que a composição da procura demonstra preferências individuais e coletivas, necessariamente baseada em um sistema de valores associados ao contexto. Desta forma, o desenvolvimento

[...] se refere ao crescimento de um conjunto de estrutura complexa. Essa complexidade estrutural não é uma questão de nível tecnológico. Na verdade, ela traduz a diversidade das formas sociais e econômicas engendrada pela divisão do trabalho social. Porque deve satisfazer às múltiplas necessidades de uma coletividade é que o conjunto econômico nacional apresenta de estrutura. (FURTADO, 1983, p. 80).

Assim, analisar esse território pela perspectiva meramente econômica (renda), não considera-se todos os fatores responsáveis pelo seu desenvolvimento. Furtado (1983) parte do pressuposto de que o crescimento, “[...] é o aumento da produção, ou seja, do fluxo de renda, ao nível de um subconjunto econômico especializado, e que o desenvolvimento é o *mesmo* fenômeno observado do ponto de vista de suas repercussões no conjunto econômico de estrutura complexa” (FURTADO, 1983, p. 80).

Ao abordar a expressão qualitativa do desenvolvimento, o autor destaca que o mesmo

[...] se realiza sob a ação conjunta de fatores responsáveis por transformações nas formas de produção e de forças sociais que condicionam, o perfil da procura. A coletividade traça seu plano de vida sobre a base de hipóteses com respeito à sua renda, e esses planos refletem escalas de preferência. Dada certa constelação de valores, o principal fator condicionante das escolhas de preferência é a distribuição de renda. Se se modifica a distribuição de renda de uma coletividade, a alocação dos recursos produtiva deverá passar. (FURTADO, 1983, p. 81).

As iniciativas de associações em torno do desenvolvimento observada na região, refletem a diversidade de interesses nem sempre convergentes, mas na maioria dos planos, orientada para a vocação regional, tendo como foco o agronegócio, na perspectiva das grandes escalas, ou da valorização do produto diferenciado, único e exclusivo, enquanto resultado das condições naturais e da técnica de manuseio e produção (carne bovina e ovina). Tem o turismo como elemento agregador, principalmente pelo patrimônio natural e cultural da RCC, como uma forma de oportunizar e viabilizar a distribuição de renda e, como consequência, a alocação de futuros recursos. Além da olivicultura e da vitivinicultura, também associadas ao turismo.

Independente da origem da manifestação, é na diversidade cultural e na capacidade de

criar que se encontram os elementos de mudanças (se necessárias e desejadas), para o desenvolvimento (desejado). Na expressão de Furtado (1984, p. 32), ao defender o “[...] gênio criativo do nosso povo. A política de desenvolvimento deve ser posta a serviço do processo de enriquecimento cultural”. Tomando-se o desenvolvimento enquanto

[...] um processo de mudança social pelo qual um número crescente de necessidades humanas – preexistentes ou criadas pela própria mudança – são satisfeitas através de uma diferenciação no sistema produtivo decorrente da introdução de inovações tecnológicas. (FURTADO, 1964, p. 27).

Assume-se também a perspectiva de Furtado (1999), de que se deve estimular a capacidade criativa em todos os segmentos, “[...] capacidade que entre nós tem raízes regionais” (FURTADO, 1999, p. 53). Entende-se que as soluções tecnológicas ou as inovações serão decorrentes dessa capacidade, além de se considerar o processo de desenvolvimento desejado.

Levando-se em conta os valores das coletividades (enquanto fins), ou seja, “[...] os sistemas simbólicos que constituem as culturas”, para que uma política de desenvolvimento venha a enriquecer a vida dos homens, em um determinado contexto, “[...] seu ponto de partida terá que ser a percepção dos fins, dos objetivos que se propõem alcançar os indivíduos e a comunidade. Portanto, a dimensão cultural dessa política deverá prevalecer sobre todas as demais” (FURTADO, 1998, p. 70). Nesse sentido, no capítulo 3, o foco da tese está centrado na cultura, propondo-se, na sequência, avançar e aprofundar na implementação do PCT-VC na RCC.

Haesbaert (2002) fala dos territórios simbólicos, no qual o simbólico assume um significado que não pode ser nem totalmente fechado (lógico e objetivo), nem totalmente aberto (sem referência a uma realidade concreta). O autor traz a Campanha Gaúcha, na qual está inserida a RCC, no contexto de um território simbólico, como elemento para a formação da identidade gaúcha e, com isso, a percepção da infinidade de estereótipos difundidos e tantos outros que ainda não estão no consciente, sobre o gaúcho.

Com destaque, o autor apresenta elementos da poesia para ilustrar o quanto o simbólico da cultura e das manifestações culturais representam para o fortalecimento de traços identitários, como no caso do gauchismo, difundidos pelos Centros de Tradições Gaúchas. Além da poesia, outros instrumentos culturais reforçam o mito do gauchismo, como a música, evidenciando a necessidade de restaurar a interpretação poética da Geografia, “[...] porque cada cultura, cada grupo e às vezes até mesmo cada indivíduo preenche seu espaço não apenas com um conjunto de instrumentos e “utilitários”, mas também de emoção e de sensibilidade” (HAESBAERT, 2002, p. 156-7).

Pecqueur (2009) apresenta o conceito de território criativo, como resultado de políticas públicas que consideram as particularidades do território, enquanto decorrência do seu contexto socio-histórico, expresso pelas manifestações culturais e sociais próprias de cada região. Nas regiões criativas, os bens e os serviços são baseados no conhecimento, na criatividade e no patrimônio cultural. Portanto, os resultados decorrem por meio da admissão da variável cultural da economia na dinâmica produtiva (PECQUEUR, 2009).¹⁶

Ao considerar que a região de abrangência da RCC está inserida na grande RC Gaúcha, no Rio Grande do Sul, esta se caracteriza como um território que, originariamente constituiu-se a partir de ocupação socioeconômica e militar, seguida de processos de colonização, reforma agrária e de constituição de novos municípios (Aceguá, Candiota e Hulha Negra), bem como de certa configuração agrária, na sua origem, que foi lhe dando características, e formando sua cultura enquanto região.

Essa perspectiva, em termos de políticas públicas orientadas para a produção e consumo cultural e para o desenvolvimento regional, deve-se levar em consideração a trajetória socio-histórica da região de abrangência do Corede Campanha, marcada pelas relações estabelecidas em diferentes escalas, e em diversos contextos relacionados ao modo de produção, às marcas pelas quais se estabeleceu sua (re)constituição e que apontam para novas possibilidades, nas quais se constata a relação da cultura e do contexto socio-histórico na constituição de territórios.

Observa-se uma variedade de iniciativas em prol do desenvolvimento da região, a ser explorada na seção 2.3.2, em grande medida pautada pela perspectiva econômica, a partir da ampliação do potencial produtivo da região ou do incremento de outras possibilidades de fomento ao crescimento econômico, como o turismo. Há portanto, diferentes posicionamentos a partir das associações criadas acerca da expectativa em relação ao crescimento da região. Destaca-se, nesse contexto, o PED, cujas diretrizes estratégicas incluem aspectos sociais como a saúde, a educação e a cultura.

O que se pretende, a partir daqui, sobre a RCC, é evidenciar as tramas de diversidades sociais que acompanham a trajetória histórica de constituição deste território, e que manifestam-se por uma matriz econômica em processo de diversificação, atendendo às múltiplas necessidades.

¹⁶ No capítulo 3, a partir da concepção de cultura, é apresentada a concepção de desenvolvimento, por meio das reflexões de Celso Furtado que, além de sua contribuição teórica, foi Ministro de Estado de Cultura, no período de 14 de fevereiro de 1986 até 28 de julho de 1988, no governo do Presidente José Sarney.

2.2 A constituição socio-histórica e econômica da Região da Campanha

Este subcapítulo trata do recorte espacial genericamente compreendido e delimitado pela RC, inserido no Bioma Pampa¹⁷, na perspectiva geográfica e biológica, localizada no Rio Grande do Sul, Brasil, que abarca o recorte espacial do lócus da tese, delimitado pela RCC, uma vez que este se encontra inserido no primeiro. Está dividido em duas partes: a primeira traz o movimento de constituição da região até a abolição da escravatura no Brasil. A decisão por esse recorte deve-se ao fato de que, a partir desse momento, passa a ser constituída uma nova ordem social com uma rearticulação das relações de poder e das bases econômicas, objeto da segunda parte deste subcapítulo. Destaca-se também, o movimento em torno do desenvolvimento regional marcado pelos programas Mesosul e Coredes.

2.2.1 A origem e a constituição socio-histórica da Região da Campanha: da população indígena à abolição da escravatura

A partir da concepção de espaço enquanto produto do trabalho do homem sobre a natureza, compreende-se que se desenvolvem os processos de transformação, que são os elementos que constituem uma determinada geografia. Assim, a “natureza humanizada” do Rio Grande do Sul, foi

[...] forjada dentro das relações socioeconômicas do sistema capitalista de produção. Manifesta, portanto, diferenciações espaciais cuja efetiva explicação só é possível quando recorremos às características específicas que se deu a reprodução do modo capitalista de produção em seu território, e não apenas às peculiaridades naturais (encaradas comumente como fator “geográfico” por excelência) ou à abstração formal de seu “quadro social”. (MOREIRA; HAESBAERT, 1995, p. 58-59).

Para registrar o contexto socio-histórico da RC, cumpre-se retomar a própria constituição do estado, sejam pelos seus recursos naturais, as sociedades indígenas da região e o processo de povoamento e de colonização, definido a partir de um cenário particular. Nesse contexto, Golin (2001), defende que até o século XIX, a população da RC era formada por quatro grupos: a população indígena; a população mestiça, que caçava o gado chimarrão e aterrorizava os povoadores; a população formada por europeus e ibero-americanos, de predominância branca, instalados como estancieiros, nas fortalezas militares ou com grupos de peões (considerados

¹⁷ De acordo com IBGE, Bioma é um conjunto de vida (vegetal e animal) constituído pelo agrupamento de tipos de vegetação contíguos e identificáveis em escala regional, com condições geoclimáticas similares e história compartilhada de mudanças, o que resulta em uma diversidade biológica própria (MMA, 2017).

trabalhadores livres, sendo que alguns constituíam famílias e habitavam ranchos)¹⁸; e os escravos.

Para tanto, antes de se avançar na tematização desse processo e em vista dele, é necessário reconhecer a existência anterior de sociedades indígenas que povoaram a região pampeana sul-rio-grandense há mais de 11.500 anos. No Rio Grande do Sul, ocorreu a organização de dois grandes grupos localizados em torno dos vales dos rios Jacuí e Ibicuí, no caso, a sociedade indígena do Pampa (minuanos e charruas), ao sul, e do planalto (caingangues, do tronco cultural Jê). Os grupos indígenas pampeanos eram nômades, e seus hábitos de sobrevivência baseados na pesca, na caça e na coleta de alimentos. Dependiam das boleadeiras, das lanças, dos arcos e flechas, quer seja para caçar ou para se defender. Sua mobilidade deixou poucos rastros arqueológicos, os quais oportunizaram identificar seus hábitos e técnicas, tais como a construção por meio do uso de torrões, em que o barro era a massa para barrear as paredes de pau-a-pique e taquaras (GOLIN, 2001).

Golin (2001) destaca, que a constituição social ocorria da relação entre a associação de famílias e as decisões tomadas em conselhos, o que relativizava o poder dos caciques. Enquanto hábito cotidiano, o pampeano trançava e usava o laço, e sua alimentação era a base de assados em espetos e cozidos feitos em recipientes de cerâmica. Com a vinda dos índios guaranis, cujo processo migratório foi iniciado há quatro mil anos, originários da Amazônia, os pampeanos apropriaram as técnicas de horticultura e de produção de cerâmica.

A partir do início do século XVII, por meio das Reduções¹⁹ (povoados erguidos com os índios guaranis), os padres, com a finalidade de catequizar os povos indígenas, promoveram a redução de famílias indígenas, sob os argumentos da fé católica. Na sequência, o processo de escravização dos índios (1636 a 1640) pelos bandeirantes paulistas, para uso como mão-de-obra cativa pelos fazendeiros, devido aos seus conhecimentos em trabalhos agrícolas, contribuiu ainda mais para a redução deles. O Pampa, ocupado por estâncias, foi transformado em latifúndios de poucos, “[...] afastando da posse da terra a multidão de gaúchos e subalternos, cujo destino era trabalhar como peão, vagar pelos campos ou servir como soldado nas guerras” (GOLIN, 2001, p. 50).

Os fatores naturais do estado, especialmente o relevo, definido por historiadores como fator que gerou uma dualidade com características naturais específicas, pela existência do

¹⁸ Os ranchos eram feitos de torrão, cobertos de capim santa-fé (GOLIN, 2001).

¹⁹ Na primeira fase, as Reduções criadas foram as de Santo Tomé, São Miguel, São José, entre outras. No retorno das Reduções, na segunda fase, no período de 1682 a 1707, foram criados os conhecidos Sete Povos: São Borja, São Lourenço Mártir, São Nicolau, São Luiz Gonzaga, São Miguel, São João Batista e Santo Ângelo.

Bioma da Mata Atlântica²⁰ e do Bioma Pampa. Esses recursos naturais, a partir do processo de povoamento iniciado em 1750, com os açorianos, definiram as atividades econômicas da região. Inicialmente, os portugueses entendiam que na região dos campos seria possível somente a produção pecuária, o que seria impossível na região das matas. Assim, “as repentinas mudanças de paisagens culturais que se assinalam coincidem, na verdade, com os limites das zonas de mata com o campo. É, pois, a borda da mata que separa áreas tão diferentes” (BERNARDES, 1997, p. 42).

A Região Campestre do Rio Grande do Sul é chamada de RC, ou a “[...] extremidade norte das formações pampeanas argentino-uruguaias, configurando-se pela paisagem típica do extremo sul, território do gaúcho e dos “pedões de estância”, cujo estereótipo, hoje bastante raro, foi difundido por todo país” (MOREIRA; HAESBAERT, 1995, p. 52). A origem de seu nome está associada, também a um significado militar, uma vez que os comandos da governadoria militar eram denominados, no início do século XIX, como comandos de fronteira ou de Campanha (HAESBAERT, 1988).

A RC faz fronteira com o Uruguai, com o qual, além de ser terrestre sem descontinuidade física, mantém íntima ligação quanto à identidade cultural e forte relacionamento binacional. A Faixa de Fronteira,²¹ instituída pela lei 6.634, de 2 de maio de 1979, define a distância de 150km de largura, o que confere a RC, historicamente uma condição de resguardar a “segurança nacional”, e uma característica particular, com a instalação de efetivo do Exército Brasileiro (MOREIRA; HAESBAERT, 1995), ainda fortemente presente nos dias atuais.²²

Segundo Haesbaert (1988), para além da análise da geografia tradicional, que considera uma perspectiva dicotômica ou dual caracterizada por formas de organização espacial distintas (área da Mata Atlântica – assinalada pela colonização, e denominada regionalmente como Colônia – e a área do Bioma Pampa – assinalada pelo povoamento, e denominada de

²⁰ O Bioma da Mata Atlântica é composto por formações florestais nativas (Floresta Ombrófila Densa; Floresta Ombrófila Mista, também denominada de Mata de Araucárias; Floresta Ombrófila Aberta; Floresta Estacional Semidecidual; e Floresta Estacional Decidual), e ecossistemas associados (manguezais, vegetações de restingas, campos de altitude, brejos interioranos e encaves florestais do Nordeste). Restam apenas 29% do Bioma que ocupava mais de 1,3 milhões de km², em 17 estados do território brasileiro, devido à ocupação e atividades humanas na região (MMA, 2018).

²¹ A Faixa de Fronteira no Brasil foi instituída pela lei 6.634, de 2 de maio de 1979, define a distância de 150km de largura, a partir da linha de fronteira.

²² Atualmente existem na região as seguintes unidades militares, no Comando Militar do Sul: 3º Batalhão Logístico - Bagé 3º B Log; 3ª Companhia de Engenharia de Combate Mecanizada - Dom Pedrito 3ª Cia E Cmb Mec; 3º Pelotão de Polícia do Exército - Bagé 3º Pel PE; 3º Regimento de Cavalaria Mecanizado - Bagé 3º R C Mec; 4ª Delegacia do Serviço Militar da 8ª C S M - Bagé 4ª Del SM/8ª CSM; 25º Grupo de Artilharia de Campanha - Bagé 25º G A C; Comando da 3ª Brigada de Cavalaria Mecanizada - Bagé Cmdo 3ª Bda C Mec; Esquadrão de Comando da 3ª Brigada de Cavalaria Mecanizada - Bagé Esqd Cmdo 3ª Bda C Mec; Hospital de Guarnição de Bagé HGu Bagé (BRASIL, 2017).

Campanha), faz-se necessário analisar processos históricos que configuraram uma diversidade socioespacial complexa, que mantiveram na RC formas espaciais. O autor propõe uma reflexão acerca do lento processo de transformação do espaço latifundiário e sustentação de um regionalismo de origens políticas, culturais e econômicas.

Parte Haesbaert, para tanto, da concepção de região não enquanto conceito fechado e que, portanto, deve ser vista em função da sua complexidade, como

[...] um espaço (não institucionalizado como Estado-nação) de identidade ideológico-cultural e representatividade e política, articulado em função de interesses específicos, geralmente econômicos, por uma fração ou bloco “regional” de classe que nele reconhece sua base territorial de produção”. (HAESBAERT, 1988, p. 25).

O regionalismo, para o autor, seria

[...] um processo de criação e sustentação de determinados significados sociais, relacionados sempre a um dado território, através dos quais uma fração de classe, hegemônica ou portadora de alguma bandeira autonomista, procura valer seus interesses – de natureza político, econômica e/ou de identidade cultural (que também não pode ser separada de uma fundamentação política) – frente aos interesses da classe econômica dominante em nível de Estado-nação. (HAESBAERT, 1988, p. 26).

Considerando ainda, a concepção de identidade regional, Haesbaert (1988) afirma que, usualmente, o mesmo é limitado ao conjunto de valores e representações associadas às práticas sociais, porém, não relacionadas ao político e ao econômico, transmitidos coletivamente e que, portanto, podem ser incorporados pela ideologia dominante e transformados em uma identidade regional, ou seja, “conjunto de valores através dos quais um grupo social [...] se reconhece e se identifica em determinado nível como pertencente a um território geograficamente comum (a região)” (HAESBAERT, 1988, p. 26-27). A identidade cultural da RC, segundo o autor, pode legitimar os interesses dos dominantes, ou forjar resistência e conferir interesses antagônicos.

Assim, apesar do estudo estar associado aos 7 municípios da RCC, para avançar no detalhamento dos aspectos econômicos, políticos e culturais, considerando a formação da RC até o contexto atual, parte-se dos pressupostos iniciais de Haesbaert (1988): 1) a organização política, com base no caráter militar fronteiriço, é um fator essencial para a formação da região; 2) a hegemonia de base econômica, representada pelo latifúndio, não parece ter sido condição obrigatória para que subsistisse o regionalismo a nível político; 3) elementos culturais podem fundar ou fortalecer uma organização social de bases regionais – sendo o resgate da identidade regional gaúcha um indicador desse (re)fortalecimento.

O regionalismo político, segundo Haesbaert (1988), está relacionado à condição fronteiriça, considerada uma das mais vivas fronteiras do país, em contraposição a uma

subordinação à legislação restritiva, que determina o controle direto do governo federal, fato que dificulta a ordenação de seu espaço. Aliado a esse fato, associa à intensa militarização, o prolongamento de uma ideologia conservadora, em função da necessidade de garantir à fronteira o que significa conservar o território.

O entendimento sobre a articulação de uma classe hegemônica na RC deve percorrer a sua história, desde a apropriação do território e a fixação da fronteira, seguido da consolidação do poder político do espaço regional e pela redefinição da região, com a sustentação do regionalismo político (HAESBAERT, 1988). Esse movimento é observado desde os primórdios de sua ocupação (portugueses e espanhóis, séculos XVII e XVIII), seguida pela devastação das missões jesuíticas (século XVII), devido à caça aos índios, promovida pelos bandeirantes paulistas e pelo abandono em definitivo pela explosão dos mesmos dos territórios lusocastelhanos (metade do século XVIII). Nesse contexto, o papel do Rio Grande do Sul no período colonial de expansão comercial capitalista do Brasil foi secundário, tendo em vista a tardia ocupação de seu território (século XVIII), devido à relativa inacessibilidade e pela ausência de recursos naturais de interesse da metrópole (MOREIRA; HAESBAERT, 1995).

A expansão da economia pecuarista ocorreu no final do século XVII e início do século XVIII, com a introdução da atividade de charqueada (1780), enquanto economia subsidiária aos interesses mercantis do centro da colônia (expansão da pecuária de base natural favorável – pastagens e clima). Em 1752, os campos meridionais foram povoados pela Coroa com imigrantes dos Açores, com o propósito de integrar a região do Rio Grande do Sul, ainda economicamente isolada, com o desenvolvimento da agricultura por meio do incentivo à triticultura, em “pequenas” propriedades de 272 hectares, a qual fracassou. O fracasso da triticultura está associado à hegemonia dos latifúndios e da pecuária (menos suscetível às condições climáticas), e ao poder de barganha dos pecuaristas junto à política econômica colonial (HAESBAERT, 1988).

As reflexões de Cardoso, evidenciam as particularidades do sistema escravocrata gaúcho, que “[...] constituiu-se como uma tentativa para intensificar a produção visando à realização de lucros no mercado. A única forma historicamente possível de alcançar esse objetivo estava na intensificação da escravidão” (1977, p. 274). E desta forma, é dada a especificidade do que o autor chama de “escravidão moderna” ou a “empresa escravocrata riograndense”, para atender ao mercado consumidor nacional (charque e couro). Portanto, pelas técnicas introduzidas e a organização da “empresa”, baseada na mão-de-obra escrava, introduziu-se

[...] uma contradição básica no sistema econômico-social. As relações de produção a partir das quais se visava intensificar a produção capitalista mercantil impediam o pleno desenvolvimento do regime capitalista, na medida em que este requer a mercantilização da força de trabalho e a escravidão constitui a mercantilização do próprio trabalhador. (CARDOSO, 1977, p. 274).

Destaca-se, pelas palavras de Pesavento, que no início do século XIX, em decorrência do estabelecimento das charqueadas, foi possibilitado um mercado regular para o gado e o aproveitamento do rebanho, além da intensificação ao sul, das relações escravistas, o que proporcionava certa rentabilidade. Portanto, estava definido o perfil básico do Rio Grande do Sul, ou seja, “[...] uma economia mercantilizada e fornecedora do mercado interno brasileiro e uma sociedade militarizada que se forjava nas lutas contínuas com os castelhanos” (2003, p. 23).

Sobre o sistema escravista do Rio Grande do Sul, destaca-se que a relação senhor-escravo,

[...] repousa na assimetria social e na heteronomia desse último assegurada pela violência (processos que levam à reificação), na sociedade servil organizada como um recurso para a produção capitalista mercantil o escravo torna-se *de fato*,²³ uma mercadoria. Por isso, se nas estâncias a reificação do escravo pôde ser relativa, nas charqueadas o escravo desempenhava efetivamente as funções de *coisa* por ser escravo e por representar capital objetivado. (CARDOSO, 1977, p. 277).

Por outro lado, Cardoso (1977) também evidenciou que a reificação do escravo fora aparentemente completa, pois o mesmo “[...] negava subjetivamente a condição que lhe era imposta e procurou transformar, dentro dos limites socialmente existentes, a situação social que o envolveram”. Segundo o autor, foi por meio de reações violentas e fugas constantes que os escravos exprimiam a “qualidade fundamental de homem” (CARDOSO, 1977, p. 277).

No entanto, na historiografia tradicional, a sociedade militarizada dos senhores de terra, gado e escravos, trazida como uma sociedade democrática e igualitária, na qual o negro gozava de tratamento brando, não havendo hierarquia ou privilégios, numa relação de camaradagem e de hábitos fraternos, representa a visão da classe dominante agropecuarista do Rio Grande do Sul, de forma ideológica. Esse vínculo entre as partes fora possível pela origem dos estancieiros, com poucos recursos e pelas habilidades nas lidas campeiras, juntamente com seus peões, fato do qual se orgulhava. Hábitos que consagraram a “democracia no campo” (PESAVENTO, 2003).

Desta forma caracterizava-se a ideia de dominação do senhor sobre seu escravo, dada a sua superioridade “natural” que lhe conferia a condição de “naturalmente senhor”, o que em

²³ Grifos do autor.

contrapartida, pela obediência, os subordinados seriam “elevados até seus senhores”, campo fértil para o exercício da dominação. Hábitos compartilhados entre senhores e peões, tais como o tomar chimarrão na mesma cuia, vestir-se com a mesma roupa e os hábitos alimentares, não se caracterizam como elementos que eliminaram o distanciamento entre os senhores das terras e gado, de seus subordinados (PESAVENTO, 2003). Porém, a camada dominante do estado, composta por os senhores da terra, gado e escravos, apesar de exercer forte comando sobre os grupos subalternos, encontrava limites “[...] em fazer valer totalmente seus interesses, mesmo em termos regionais” (PESAVENTO, 2003, p. 29), nem tão pouco produzir uma aristocracia rica quanto à canavieira ou a cafeeira.

Pesavento (2003), indica que apesar de não ser uma economia estável que respaldasse o poder dos senhores locais, no final do século XVIII, por outro lado, era dada uma importância militar ao estancieiro-soldado e suas tropas, fato que permitiu certa autonomia em relação à administração central que, a cada nova área conquistada, em contrapartida, eram distribuídas sesmarias para a criação de gado.

Em consequência das guerras cisplatinas de 1811 a 1817, e 1825 a 1828, com o propósito de expansão luso-brasileira, a desorganização das charqueadas uruguaias beneficiou a pecuária do Rio Grande do Sul, fato que fortaleceu o poder político-militar dos estancieiros, aumentando o seu poder de barganha junto ao governo central. Em 1828, foram fixados os limites meridionais do Brasil e o estabelecimento do Estado-nação uruguaio, impondo a divisão política do espaço uniforme, culturalmente e economicamente, e desta forma, delineando o espaço regional, intranacional (HAESBAERT, 1988).

Nesse momento, em 1828, com a transformação do Uruguai de Província Cisplatina, em República Oriental do Uruguai, inicia-se a revelação da Campanha pela autonomia em relação ao governo central, “[...] configurando o caráter da região assumido pelo espaço” (HAESBAERT, 1988, p. 37), e assim, conforme o autor, a classe dominante reivindicou o poder negado pelo centralismo e unilateralidade decisória do Império, claramente forjada sobre uma base geográfica-cultural definida e com consciência regionalista, a partir de uma estrutura político-econômica definida.

Esse fato, segundo Pesavento (2003), implicou na perda do gado uruguaio, que passou a ser dirigido para os saladeiros platinos que se rearticularam, e não mais para as charqueadas gaúchas, causando perdas para os estancieiros do Rio Grande do Sul, além da constituição de novos conflitos entre os chefes sulinos e os comandantes centrais, caracterizando prejuízo aos interesses econômicos rio-grandenses e o aumento do poder de dominação do centro. A principal motivação para o conflito armado de 1835, foi o sentimento da camada dominante

contra o que definiam como “opressão da Corte sobre o Rio Grande”, tanto na perspectiva econômica, quanto política (PESAVENTO, 2003, p. 43).

Conforme Flores (1990), cumpre destacar a constituição da Província de São Pedro do Rio Grande Sul, a partir de 1834, dividida em 14 municípios e com população localizada no Vale do Jacuí, cujas margens deram origem às charqueadas, sendo as cidades mais importantes Porto Alegre, Rio Pardo, Pelotas e Rio Grande. A Revolução Farroupilha (1835 a 1845), faz parte dos movimentos liberais,²⁴ do período regencial do Império Brasileiro, “[...] quando explodiram dissensões políticas entre os liberais federalistas e os conservadores unitários”²⁵ (FLORES, 1990, p. 22), pois houve mudança na forma de governo, sendo que, instala-se de fato, um governo republicano (1836 a 1845) nas províncias do Rio Grande do Sul, Lages e Laguna, em Santa Catarina.

O movimento constitui-se entre os liberais moderados, “[...] pretendiam reformas através das leis e dividiam-se em moderados monarquistas, chefiado por Bento Gonçalves da Silva, e os moderados republicanos, liderados por Manoel Luís Osório” (FLORES, 1990, p. 22), e os exaltados (farroupilhas ou farrapos), que reuniam brasileiros de outras províncias, chefiada por Marciano Pereira Ribeiro, e pretendia a reforma por meio da revolução. Por não admitirem mais o absolutismo da monarquia, e por acreditarem na constituição como único meio de garantia da liberdade e da propriedade, foram os liberais que, na Assembleia Constituinte de 1823, pretendiam limitar o poder do Imperador D. Pedro I e, desta forma, ampliar os poderes do Parlamento. O então imperador, de formação absolutista e autoritária, dissolveu a Constituinte e outorgou a Constituição de 1824, reunindo em suas mãos o poder Executivo e Moderador, destituindo de poder o Legislativo e o Judiciário, constituindo desta forma a oposição dos liberais (FLORES, 1990).

A luta entre o poder Executivo e o Legislativo, marcada pelo ano de 1823, e pelo Ato Adicional de 1834, transformava as juntas Provinciais, cuja função era examinar as prestações de contas e relatórios do presidente, em Assembleias Legislativas, com a função de elaborar as leis, que eram atribuições do governante provincial e do poder central. A trajetória dos fatos, culminou na reunião de todas as correntes liberais moderados monarquistas, moderados republicanos, farroupilhas e separatistas (FLORES, 1990).

A Revolução Farroupilha (1835), evidenciou os interesses políticos e econômicos da

²⁴ Por liberalismo, compreende-se uma ordem política baseada na liberdade individual, dentro da lei, iniciada na Inglaterra, nos séculos XVII a XIX, que inspirou os movimentos revolucionários europeus e se transformou na base da tradição política norte-americana (FLORES, 1990, p. 23).

²⁵ Juntamente com os seguintes movimentos nas províncias do Ceará (1831-32), Pernambuco (1831-35), Minas Gerais (1833-35), Grão-Pará (1835-40), Bahia (1837-38) e Maranhão (1838-41) (FLORES, 1990).

classe dominante da Campanha (baseada no charque, base da economia gaúcha, voltada para o mercado interno e único espaço produtivo incorporado na economia nacional), e o poder imperial (cafeicultura e da oligarquia agrária do centro do país). Portanto, esse período é caracterizado pela apropriação do território e fixação de fronteira, com uma economia baseada unicamente na pecuária, com um grupo hegemônico regional (*caudilhismo*²⁶ militar-pastoril), e pela identidade cultural-ideológica baseada nas práticas sociais vivenciadas no espaço dos latifúndios, desta forma, estruturando-se o espaço regional (HAESBAERT, 1988).

Na RC foram definidas as bases da estrutura espacial: o latifúndio e os grandes municípios, ligados a Porto Alegre (núcleo de decisão política); Rio Grande e Pelotas (centros comerciais e industriais - charque), e Montevideo (porto mais importante para a exportação). A mudança da predominância econômica de Porto Alegre e, por consequência do Vale do Jacuí para o Sul, fortaleceu o poder político da classe latifundiária, e com a instalação da indústria saladeiril e a crise de triticultura, valorizaram o espaço pecuarista. O fato de Piratini ter sido escolhida para sediar o governo revolucionário evidencia a mudança geográfica do eixo político-econômico da província, sendo que a população de Porto Alegre era inferior à população de Pelotas e Rio Grande juntas (HAESBAERT, 1988).

Com a instalação das colônias alemã (1824), evidenciou-se a estratégia do Império de não somente assegurar a posse do território²⁷ por meio da agricultura, mas de oferecer uma perspectiva de diversificação sócio-política à província, ou uma sociedade mais igualitária e atrelada ao governo central, com o propósito de manutenção do seu poder. Além disso, a colonização representaria um potencial mercado consumidor/abastecedor, e reserva de força de trabalho para a Campanha. Assim, em 1845, a paz concedida pelo Império, foi uma representação de um rearranjo político para a garantia dos interesses do governo, devido à instabilidade no Prata, constituindo-se aliado para a defesa da fronteira (HAESBAERT, 1988).

Cumpra-se retomar a questão do negro (escravo) na sociedade do Rio Grande do Sul, devido à efetivação da nova ordem de classes, decorrente da abolição da escravatura, ocorrida em 1888, antes de se avançar na história e no contexto regional, a partir dos processos de colonização. Cardoso (1977), distingue dois tipos de ajustamento dos negros à nova classe. A massa de ex-escravos despreparada social e culturalmente para o exercício da cidadania, que se

²⁶ Caudilho: “do espanhol *caudillo* – cabeça de um grupo político, chefe. Na região platina, os caudilhos eram os chefes políticos que assumiam o governo pela força e às vezes pelo voto, exercendo-o ditatorialmente. Quando na oposição, comandavam forças revolucionárias para depor o governo. No Brasil o termo é empregado pejorativamente, no sentido de que o político pretende se apossar do governo por um golpe de força para instalar um governo autoritário” (FLORES, 1996, p. 123-124).

²⁷ Em referências aos germânicos que vêm para o RS e são alocados grande parte no Norte do Estado, mas certo contingente na parte Sudoeste do RS.

ajustou passivamente aos interesses dos antigos senhores e dos brancos em geral. Os brancos procuraram redefinir as representações que mantinham sobre os escravos, de maneira que esses aceitassem o sentido que dariam às novas formas de participação dos negros.

Para os brancos, não em sua maioria absoluta, os negros representaram uma classe inferior biologicamente e o preconceito surge como “[...] uma técnica de ajustamento entre os grupos étnicos a partir do reconhecimento necessário e prévio da existência de desigualdades sociais, expressas sob a forma de desigualdades naturais” (CARDOSO, 1977, p. 278). Como consequência, o negro, em sua maioria, “[...] ratificou essa situação pela aceitação do “ideal de branqueamento” e pelo estímulo a uma “ideologia de compromissos”, que legitimava o preconceito e anuía as diferenciações sociais que os brancos quiseram impor aos negros, por serem negros” (p. 278-279).

Por meio da tentativa de reação crítica, ex-escravos ou seus descendentes, ligados ao artesanato ou a escravidão doméstica, buscaram uma forma de ajustamento, contra a espoliação social imposta pelos brancos. Estes puderam, a partir de “[...] melhores condições materiais e morais de existência, tentar uma tomada de consciência da situação de alienação e espoliação social a que haviam sido reduzidos” (CARDOSO, 1977, p. 297). A perspectiva de uma “ideologia de negritude” e a luta contra o preconceito, segundo o autor, foram os recursos disponíveis que os negros se utilizaram para sua ressocialização, com vistas à incorporação de aspectos culturais dos brancos.

2.2.2 A nova estrutura espacial da Região da Campanha: entre latifúndios, minifúndios e diversificação produtiva

Seguindo a (re)definição da RC, a sustentação do regionalismo político estava associada ao advento da formação da classe de pequenos produtores agrícolas e comerciantes (colonos alemães e italianos, após 1875), enquanto espaço regional, uma vez que o domínio da classe latifundiária obrigou-se a incorporar o novo espaço social da colônia minifundiária. Como resultado, ocorreria a ruptura do grupo dominante em duas partes, a “conservadora” e a “liberal”. Evidenciou-se a hegemonia daqueles em defesa da vocação pastoril, enquanto estes defendiam a multiplicidade socioeconômica do estado, pela emergência da agricultura colonial, apesar de negar-lhe a força política (HAESBAERT, 1988).

Assim, surgiu o Partido Liberal (PL),²⁸ herdeiro das tradições farroupilhas, formado pelos

²⁸ Criado em 1860, o Partido Liberal foi fundado por Félix da Cunha, Florêncio de Abreu e Gaspar Silveira Martins, e durou até 1989, cuja plataforma política fora a monarquia parlamentarista, e em defesa do *laissez faire* na área

liberais, sob a liderança de Gaspar Silveira Martins, e o Partido Republicano Rio-Grandense (PRR),²⁹ cujo projeto de modernização estava centrado nas demandas sociais da época de transição entre a economia escravista e o trabalho livre, proclamadas por jovens bacharéis, filhos de estancieiros, representados por Assis Brasil, Borges de Medeiros, Júlio de Castilhos, entre outros. Com o advento da Proclamação da República (1888), e atendendo aos interesses do novo Estado burguês, o PRR assume o poder. Em 1882 é fundado, em Bagé, o Partido Federalista Brasileiro (PFB) (HAESBAERT, 1988).

A Revolução Federalista (1893 a 1895), em decorrência da volta de Júlio de Castilhos ao poder, trouxe graves repercussões à economia estadual, envolvendo Paraná, Santa Catarina e aliando-se à Revolução Armada do Rio de Janeiro. Estava em jogo o próprio sistema republicano. Em 1895, tendo fim o conflito, foi instalado um longo período de domínio político do PRR, de 1882 a 1920 (HAESBAERT, 1988)³⁰.

De acordo com Flores e Flores (1993), o governo do PRR, cuja doutrina estava sustentada pela implementação da ordem social que impulsionaria o progresso por meio da prática de uma sociedade industrial, instalou a chamada ditadura científica positivista. O Estado policial, no qual o Executivo elaborava as leis, e o Legislativo, em um conselho, com a função de aprovar as contas do governo. Na perspectiva econômica, houve a implementação de infraestrutura (estradas e pontes), sendo de responsabilidade dos industriais e dos banqueiros (predomínio de bancos brasileiros), a manutenção do progresso (FLORES; FLORES, 1993).

A implantação do governo do PRR deu-se em função de fraudes nos pleitos eleitorais (HAESBAERT, 1988; FLORES; FLORES, 1993). A permanência no poder no período de 1889 a 1928 do PRR, com a manutenção do governo de Borges de Medeiros, e diante da insatisfação popular, devido às arbitrariedades e ao seu conservadorismo, associado à crise do período pós-

econômica e o federalismo na administrativa, com foco no desenvolvimento da agropecuária, uma vez que a industrialização era destinada aos países europeus (FLORES; FLORES, 1993, p. 25).

²⁹ O PRR, fundado em 1882, caracterizava-se por uma militância entusiasmada por meio do jornal *A Federação*, sendo o único partido com uma doutrina e que, portanto, atingia a juventude com a utopia do progresso em uma sociedade industrial (FLORES; FLORES, 1993, p. 25).

³⁰ Sobre as duas frações da classe dominante na República Velha, Haesbaert (1988), as caracteriza da seguinte forma: 1) Situação: Partido Republicano Rio-Grandense (PRR), minoritário no Império, também denominado de “chimangos” ou “pica-paus”. A base ideológica foi o Positivismo, sendo a dominação baseada na coesão e autoritarismo, com apoio dos setores pouco autônomos frente ao Estado (burocratas, colonos, funcionários públicos). Seus objetivos para a política econômica estavam pautados: na diversificação da produção, como foco na resolução da crise dos setores tradicionais. Consideravam natural a diversificação agrícola; 2) Oposição: antigo Partido Libertador (PL), dominante no Império e dissidentes do PRR, chamados de “maragatos” ou federalistas. Partidos: Federalista (1892), Republicano Democrático (1908), Aliança Libertadora (1924) e Partido Liberal (1928). Apoiados nos grandes fazendeiros, cuja desestruturação do seu domínio político estava associada à Proclamação da República e a ascensão econômica da colônia. Seus objetivos durante o império foram a expansão econômica do RS, por meio do progresso da pecuária bovina e novos centros consumidores para exportação, por meio da especialização histórica da pecuária.

guerra mundial que trouxe a desvalorização dos preços de produtos primários, permitiu a mobilização da classe pecuarista em defesa de seus interesses (HAESBAERT, 1988).

Centrado na doutrina de Augusto Comte, para o PRR, somente um líder saberia o que seria bom para o povo, enquanto os democratas e os liberais afirmavam os direitos e deveres dos cidadãos e que por meio da educação haveria o respeito às leis. A seguinte declaração de Júlio de Castilhos, “a única coisa que resta aos nossos adversários é uma razoável e sincera penitência” (FLORES; FLORES, 1993, p. 24), exemplifica o período longo e cruel desse governo.

Em uma análise dos discursos relacionados às revoluções de 1835 e de 1893, Félix (1995) apontou para a manutenção das dimensões liberais e republicanas da primeira revolução, porém, separando os princípios defendidos pelas facções, ou seja, as divisas passariam a ser da defesa da liberdade, pelos federalistas, e da defesa da legitimidade da República, pelos castilhistas.

Apesar de tendências políticas divergentes e projetos econômicos diferenciados, gasparistas e castilhistas eram membros da classe dominante, ou do mesmo bloco de poder. Gaspar Silveira Martins ampliara o poder dos coronéis locais, e atuara na intermediação das questões políticas locais e estaduais com o centro decisório imperial, cujo pacto Castilhos propunha-se combater. Enquanto o primeiro era apresentado como separatista, estrangeiro e monarquista, “salvador e guardião da liberdade”, o segundo era apresentado como o “Salvador da República”, ou aquele que permitiria o progresso, estabelecendo-se assim, uma disputa pelo imaginário do herói da República do Rio Grande do Sul (FÉLIX, 1995). Essa construção simbólica repercute até os dias atuais, com a presença significativa de movimentos em torno, principalmente, das festas farroupilhas, em datas alusivas à Revolução, como característica e manifestação popular da construção histórico social.

Félix (1995), em relação ao período de 1893, aponta que o tema central da discussão estava na parcela de autonomia dos poderes a serem concedidos, ou seja, a autonomia da esfera local. Com a República, inseriu-se a discussão teórica e sua prática, problema que se seguiu até a atualidade. A autora defende que a Revolução Federalista foi um divisor de águas entre o coronelismo do período imperial ao do período republicano, pelas questões econômicas e políticas. Assim, na perspectiva positivista, era advogado ao Estado a garantia

[...] da igualdade de competição contra os privilégios econômicos, que estabelecesse um sistema de impostos diretos e que cerceasse a ampliação do latifúndio e das posses indevidas de terras, atingindo desta forma, os coronéis que não poderiam mais ter a mesma autonomia de ação (FÉLIX, 1995, p. 22).

Portanto, com o término da Revolução em 1895, gasparistas e castilhistas a partir do

“Pacto de Pedras Altas”, marcaram a reconciliação da classe “dominante” gaúcha, cujo desfecho deu-se com a criação da Frente Única, que levou ao lançamento de Getúlio Dornelles Vargas à presidência da República, em 1929 (HAESBAERT, 1988). Houve, a partir da política populista de Vargas, uma tentativa de conciliação política entre colonos e estancieiros por suas reivindicações, além da organização sindical, que na prática não se concretizava em função da clara contradição entre os interesses: característica de suas terras, espaço agrícola minifundiário e espaço latifundiário pastoril. Apesar das intenções de Vargas, seja no combate ao contrabando ou no investimento da produção das charqueadas, não houve uma ascensão à liderança política da sociedade latifundiária da Campanha (HAESBAERT, 1988).

Foi criado, assim, o Partido Republicano Liberal (PRL), envolvendo representações variadas da classe dominante, inclusive a industrial, de maneira que o governo apoiou, por meio do ministro da Agricultura, Assis Brasil, o cooperativismo, a instalação de frigorífico, além de promover a modernização da pecuária, com padrão zootécnico. Instalou-se, por conta disso, o papel de “celeiro do país” ao estado, de forma periférica em relação ao centro econômico do Sudeste (HAESBAERT, 1988).

Brandão (2007) atribui à estrutura fundiária desconcentrada, e à manufatura de pequeno e médio porte, os argumentos para que o extremo Sul não conseguisse manter sua história de celeiro e, por conseguinte, de abastecimento nacional, além da dificuldade de diversificar sua economia pulverizada. Atribui também, a dificuldade de articulação comercial, do período de 1930 a 1955, pela integração nacional via comércio, à complexificação das relações campo-cidade, sendo que o urbano passou a constituir espaço “[...] privilegiado para as forças patrimonialistas e mercantis e o rural se consolidou como espaço de itinerância dos capitais fundiários e agrários” (BRANDÃO, 2007, p. 118)

Além disso, ocorreu a intensificação do poder central de forma a desestruturar a força política dos pecuaristas e charqueadores, pondo fim ao regionalismo político da Campanha, com a destruição dos símbolos regionais e a diminuição da receita de estados e municípios. Por fim, com a adoção do modelo capitalista de acumulação, por meio do capital industrial, a economia agrária foi colocada em posição secundária. Cresce o movimento de sindicatos e de cooperativas de criadores para o beneficiamento da própria carne, levanto a falência da classe dos charqueadores, na década de 1940 (HAESBAERT, 1988).

No processo de redemocratização de 1945, a classe latifundiária depara-se com a pujança econômica e política da Colônia, representada pelos centros urbanos em ascendência e pela participação na Assembleia do Estado que, em 1947, estava assim composta: 6 da Campanha, 2 do Planalto, 9 da Depressão Central e 29 da população das Colônias. O espaço latifundiário,

ao impedir o acesso à terra por pequenos produtores, estagnava o eleitorado regional (HAESBAERT, 1988).

Portanto, no vai e vem da consolidação, preservação e dissolução do regionalismo político, a RC foi definida quando da fixação da faixa de fronteira e da reestruturação de uma fração de classe (Revolução de 1935). Mesmo que houvesse uma redefinição do espaço regional incluindo a Colônia, a força política-ideológica dos latifundiários e dos interesses oligárquicos permaneceram presentes até a instauração de um modelo nacional de desenvolvimento político-econômico com Vargas, de natureza unificador e desestruturador dos regionalismos (HAESBAERT, 1988), acirrando as concorrências inter-regiões (BRANDÃO, 2007).

A partir da Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945), com a crise instaurada pelo preço da carne, iniciou-se o processo gradativo de arrendamento das terras, destinando-se à agricultura as áreas de campo, com a introdução da rizicultura e triticultura, por meio da iniciativa estadual de criação de “colônias agrícolas” na Campanha. Esse movimento não resultou em expressiva ampliação de pequenos e médios estabelecimentos, havendo manutenção do espaço latifundiário dedicado à pecuária, apesar de não corresponder ao domínio econômico devido a uma menor produtividade em relação à agricultura.

A preservação do latifúndio (grande propriedade de produção extensiva), mesmo que relativa, estaria ligada: 1) à importância como passe de poder econômico e político e, conseqüente manutenção da fração regional da classe; 2) à disponibilidade de força de trabalho retardando a capitalização da pecuária, cuja mobilização política dos trabalhadores era baixa em relação à força das organizações patronais; 3) ao papel secundário da pecuária na economia nacional; 4) à crença de que as áreas de campo não são próprias para a agricultura; 5) ao limite de 150 km da faixa de fronteira, impedindo a autonomia para transformações espaciais que necessitam da aprovação do governo central. Esse conjunto de fatores coloca o latifúndio em um papel cada vez mais marginal (HAESBAERT, 1988).

A nova estrutura espacial da Campanha se deu a partir de dois movimentos, o primeiro relacionado à articulação da Campanha aos demais espaços vinculados ao capital privado e estatal. O capital privado composto por: 1) Nacional - a) pecuária intensiva, por meio de cabanas e haras; b) agricultura intensiva, por meio de “granjas”; c) agroindústrias, por meio de empresas e cooperativas; 2) Transnacional, formado por agroindústrias, tais como frigoríficos, empresas vitivinícolas, lanifício. O capital estatal, por meio da atuação direta com recursos financeiros, apoio técnico e infraestrutura relativa à energia, armazenagem, transporte e comunicação. E o segundo, no qual os agentes promovem uma rearticulação intra-regional, vinculado ao capital próprio investido na pecuária leiteira, semi-intensiva (“chácaras”) e na

pequena agricultura para consumo local (“colônias”), e ao capital estatal, por meio da atuação indireta na agricultura para consumo local, por meio da criação de colônias e apoio à pequena produção (HAESBAERT, 1988).

Destaque para as cabanhas especializadas na criação de gado de raça, que representam uma articulação do espaço pastoril à economia capitalista, enquanto agentes inovadores por meio do aprimoramento zootécnico, de forma que o pecuarista tradicional começa a se render às inovações, frente à marginalização econômica e social. Além das cabanhas, os haras representam importante inovação para a região, com a criação intensiva de equinos.

Além da produção de arroz, inserida na década de 1920, que confere à região um espaço agrícola, apesar dos estancieiros ainda a denominarem como um espaço pecuarista, o contexto capitalista avança com monoculturas empresariais, como a da soja. A entrada do capital dos “colonos”, por meio da empresa rural agrícola, ou granja, como o mais intenso agente de transformação sócio espacial da Região Campanha, estabelece a articulação definitiva entre a colônia rio-grandense e fortalece a vinculação externa da Região. Assim, a integração do espaço colonial com a Campanha não foi por meio da implementação de

[...] uma nova espacialidade, de pequenas propriedades, capaz de contras ou mesmo justapor-se ao latifúndio fornecendo-lhe, além de alimentos, força de trabalho (como na cafeicultura paulista), mas pela penetração do arroz, em caráter associativo, sem uma mudança definitiva no uso do solo e na estrutura da propriedade (HAESBAERT, 1988, p. 65).

A instalação do grande cooperativismo do Planalto é um novo agente externo desarticulador da velha estrutura regional, fato que desencadeia uma integração agricultura-pecuária via cooperativismo, de forma a impor ao pecuarista a empresa rural capitalista da Serra, que se utiliza da estagnação da economia pastoril como meio para assegurar a sobrevivência (HAESBAERT, 1988).

A implementação de frigoríficos, com a penetração do capital monopolista transnacional, repercutiu na capitalização e na modernização efetivas da pecuária, sendo seu caráter inovador pela introdução de culturas alimentícias para a industrialização e exportação. Além disso, a vitivinicultura, iniciada em Bagé no ano de 1972, marcou o ingresso de agentes transnacionais e a incorporação da Campanha no capitalismo global. Apesar das condições favoráveis para a ampliação dos vinhedos, dadas às condições climáticas e de solo, a mecanização, que não se utiliza de mão-de-obra e alicerçada em grandes propriedades, a vitivinicultura poderá acirrar as contradições socioespaciais da Campanha (HAESBAERT, 1988).

Com relação aos agentes internos de articulação vinculados ao capital privado, este é

constituído de médias propriedade rurais dedicadas à agricultura familiar, à pecuária leiteira e pelos colonos minifundiários, cuja produção está orientada para o consumo local, em parte, subsidiados ao capital estatal (Colônia Nova Esperança, em Bagé, e Colônia Nova, atualmente Aceguá).³¹ Esse movimento expandiu-se, implicando em uma alteração da estrutura fundiária de pecuária extensiva, pois se tratam de propriedades mistas, agropecuaristas, mais organizadas tecnicamente do que as estâncias, porém com carência de organização para o comércio e a industrialização, em parte decorrente da falta de capitalização e pela falta de tradição no consumo de hortifrutigranjeiros, apesar de ainda ser necessário à sua importação (HAESBAERT, 1988).

A Colônia Nova, fundada por movimentos de imigrantes ucranianos, em 1949 e em 1953, resultou inicialmente da distribuição de pequenos lotes para as famílias, mas devido às condições adversas, ocorreu um movimento de concentração interna da propriedade nas mãos de poucas famílias. A intensificação da produção agrícola promovida pelos colonos repercutiu além do trigo, abastecendo a cidade com hortifrutigranjeiros e, por meio de cooperativa, desenvolvendo a pecuária leiteira (HAESBAERT, 1988).

A Colônia Nova Esperança, fundada em 1978, é o resultado do reassentamento criado pelo governo por pressão dos agricultores sem terra do Planalto, com o seu início sustentado pela produção leiteira, substituída pelo milho, produção conhecida dos colonos. Apesar da expansão das colônias em Bagé,³² e do crescimento e da intensificação da pecuária leiteira, não se caracterizou uma reestruturação do espaço à escala municipal (HAESBAERT, 1988).

Com relação à rearticulação das grandes redes espaciais e os remanescentes do caráter regional, Haesbaert (1988) aponta o problema da precária rede de transportes da Campanha como elemento de restrição para sua expansão, reduzindo-se a Montevidéu a rede ferroviária, consolidando a nova dicotomia espacial em termos de espaço regional de polarização em Pelotas/Rio Grande, Porto Alegre/São Paulo, ainda que a ferrovia articulasse a Campanha com a Colônia. Ocorreu um deslocamento da dicotomia Campanha versus Colônia, para a subordinação agropecuária à área industrial Porto Alegre/Caxias do Sul.

Na sequência, a desativação do sistema ferroviário contribuiu ainda mais para o pouco dinamismo e o empobrecimento da Campanha, pois, desprovida de rodovias, a Campanha dos

³¹ Em decorrência da emancipação, ocorrida em 1996.

³² Nesse caso, torna-se evidente a contraposição pelo duro (descendente de luso-brasileiro) e o colono (ascendência alemã ou italiana), “[...] manifestando a manutenção da segregação e das raízes “culturais” na explicação do “atraso” dos luso-brasileiros frente aos demais colonizadores europeus” (HAESBAERT, 1988, p. 69). Esse comportamento revela a ideologia, ainda presente no sul, de que o “[...] colono, agricultor, comerciante ou industrial, é empreendedor, “progressista”, e o pecuarista, de origem lusa, é retrogrado e conservador” (HAESBAERT, 1988, p. 70).

latifundiários fechou-se em torno da escala local, ou seja, o poder municipalista e a economia pastoril latifundiária (HAESBAERT, 1988).

Na década de 1970, o estado do Rio Grande do Sul investiu em eixos pavimentados para atender às demandas agroexportadora do Centro, ou produtos industrializados intermediários do Sudeste, mantendo a Campanha numa posição política de “espaço-fronteira” subsidiado, e de “espaço-passagem” para a produção extra regional da empresa rural capitalista, devido à descapitalização do latifúndio tradicional. Foram então construídas a BR 290 e a BR 392, com o propósito de atender aos interesses externos à Campanha (HAESBAERT, 1988).

Brandão (2007) aponta a articulação e a complementação dos sistemas nacionais de infraestrutura com marcas dos projetos de governo das décadas de 1970 e 1980, no sentido da integração da diversidade econômica regional, além da ampliação da capacidade geradora de energia. Ainda destaca, que as ações deflagradas são do interesse do núcleo duro do capital nacional e orientadas para a “moldagem e apropriação do espaço urbano-regional brasileiro” (BRANDÃO, 2007, p. 138).

Apesar da constituição da nova rede espacial, incluída a RC e o estado na nova ordem econômica nacional (global), permanece a manutenção de traços regionais da Campanha, tais como os econômicos, com a implementação do projeto Sudoeste (1968), objetivando a revitalização e modernização da economia, envolvendo 19 municípios; e os políticos, devido à manutenção da convivência com o antagonismo entre determinadas correntes ou partidos políticos, ou seja, uma tendência de equilíbrio entre grupos dominantes opositores, marca de seu regionalismo político e cultural, uma vez que o folclore e os hábitos individualizam a região, como o linguajar característico (HAESBAERT, 1988).

No Brasil, destaca-se a atuação orientada para o desenvolvimento regional, por meio de uma agenda de estratégia materializada por discursos e por proposições de diferentes segmentos da sociedade e do Estado, que defendem as regiões como elementos centrais e propulsores do desenvolvimento econômico e social. Assim, as regiões são uma alternativa concreta para viabilizar o desenvolvimento que impacte na diminuição das contradições decorrentes do atual sistema de acumulação. Observa-se esse movimento em diferentes escalas: pelo Ministério da Integração, em nível nacional; pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, por meio dos Coredes e dos Conselhos Municipais de Desenvolvimento (Comudes), enquanto política pública para o desenvolvimento.

O primeiro movimento foi a formalização da Política Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR I), no ano de 2003, articulada pelo Ministério da Integração Nacional (MI). Em 2013, aconteceu um movimento em prol da revisão do mesmo, e a partir de uma ampla

agenda envolvendo pesquisadores, atores sociais e representantes do governo brasileiro, foi encaminhada a revisão do mesmo e divulgada³³ a segunda versão da PNDR II, na condição de Projeto de Lei.

No Rio Grande do Sul os atuais 28 Coredes, criados pela Lei número 10.283, de 17 de outubro de 1994, assumem o compromisso de promover o desenvolvimento regional, harmônico e sustentável. A estratégia proposta é a integração de recursos e a ação do Governo do Estado na região, sendo que os Coredes visam a qualidade de vida, a distribuição da riqueza e a permanência do homem em sua região, além de atuar em favor das questões ambientais. Trata-se de uma formalização de movimentos coletivos existentes em algumas regiões do estado.

Os Coredes têm atuado de forma a contribuir com as reflexões necessárias para a promoção do desenvolvimento regional no Rio Grande do Sul, a partir da articulação entre as escalas locais (municípios), por meio dos Conselhos Municipais de Desenvolvimento (Comudes), e a escala estadual, por meio da criação e atuação do Fórum dos Coredes. Em 2006, as 28 regiões foram reorganizadas em 9 regiões funcionais de planejamento, sendo que, na RC foram reunidos o Corede Campanha e o Corede Fronteira Oeste.

Durante esse período de existência, os Coredes tiveram apoio para a realização do PED, sendo que a criação do primeiro se deu em 2010, e a sua revisão proposta em 2015 (PED 2015-2030). Dentre as principais ações realizadas pelos Coredes, destaca-se a articulação regional para a operacionalização da Consulta Popular, na qual são destinados recursos para projetos definidos pelos eleitores de cada região.

De acordo com Etges (2010), o MI criou os Programas de Desenvolvimento Integrado e Sustentável de Mesorregiões Diferenciadas, com a implementação de 13 regiões no país. Dentre elas, a Metade Sul do Rio Grande do Sul, com a implementação do Fórum de Desenvolvimento Integrado e Sustentável da Mesorregião Metade Sul do Rio Grande do Sul – Fórum da Mesosul – em 2002, cujo objetivo foi “[...] a implantação e a dinamização de cadeias produtivas alternativas as atividades tradicionais da região, com destaque para a implantação da cadeia de exploração e beneficiamento da madeira” (ETGES, 2010, p. 169).³⁴ Segundo a autora, as mesorregiões surgem

³³ Projeto de Lei que Institui a Política Nacional de Desenvolvimento Regional e dá outras providências.

³⁴ A Política Nacional de Desenvolvimento Regional foi institucionalizada por meio de Decreto nº 6047 de 22/02/07.

[...] como espaços subnacionais de confluência entre dois ou mais estados, ou de fronteira com países vizinhos, com identidade histórica, cultural, social e política e caracterizadas por problemas sociais, institucionais e de dinamismo econômico comuns, em relação às regiões onde se inserem. As mesorregiões, mais do que um espaço regional de ações integradas de desenvolvimento, têm respaldo nas relações marcadas por características comuns, mercados interdependentes e outras dinâmicas que imprimem nas mesmas uma identidade subnacional. (ETGES, 2010, p. 171).

A Mesosul apresenta a maior área fronteira do Mercado Comum do Sul (Mercosul), localizada no extremo meridional do Brasil, sendo composta por 106 municípios e ocupa uma área de 153.879 km², equivalente a cerca de 52% do território gaúcho, abrangendo 8 Coredes, sendo 6 deles totalmente constituídos por municípios localizados nesta área (Campanha, Central, Centro Sul, Fronteira Oeste, Sul, Jacuí Centro) e 2 parcialmente (Litoral e Vale do Rio Pardo) (ETGES, 2010).

Dentre os fatores que definem a problemática da Mesorregião da Metade Sul do Rio Grande do Sul, destacam-se a perda de dinamismo da economia regional, baseada principalmente no setor primário, a presença da grande propriedade e reduzida diversificação de produtos, baixa capacidade de absorção/retenção de mão de obra, gerando êxodo rural e emigração regional, a dificuldade histórica de articulação coletiva, o sentimento baseado no individualismo, além de parcela expressiva da população vivendo em condições precárias de moradia e de saneamento básico (ETGES, 2010).

Com relação aos resultados da implementação do Fórum Mesosul, cuja pretensão era a de “[...] fomentar e ampliar a capacidade da sociedade regional na construção do desenvolvimento econômico e social sustentável em longo prazo” (ETGES, 2010, p. 185), salienta-se que apesar do esforço em evidenciar as demandas e de encaminhar às instâncias de governo, por meio do processo participativo de planejamento, envolvendo instituições públicas e privadas e representantes da sociedade civil organizada, não foi o suficiente para a criação e institucionalização de um Fundo Regional para o Desenvolvimento da Mesosul, e a criação de uma Agência de Desenvolvimento da Mesosul. Nem tão pouco, para a implementação do Programa de Desenvolvimento Integrado e Sustentável da Mesosul (ETGES, 2010).

Tanto a institucionalização dos Coredes, quanto a implementação do Programa Metade Sul, são exemplos da proposição de Sen (2000), com vistas à existência de um exercício para a inter-relação entre o poder público e a sociedade, com vistas a aumentar a sua capacidade, pela existência de políticas públicas que influenciem a participação, no sentido de viabilizar a tomada de decisão acerca de oportunidades que atendam às situações pessoais e sociais. Contudo, destacam-se os limites dessa participação em decorrência da pouca disponibilização de recursos para o atendimento das demandas existentes, fator chave para a impossibilidade de

viabilizar programas de desenvolvimento em nível regional.

Apesar disso, a perspectiva da construção de um sistema de participação (mesmo que mínimo), justifica-se, conforme Sen (2000), pela importância da liberdade individual no conceito de desenvolvimento. Dentre as razões, acredita-se que as mesmas são essenciais para o êxito de uma sociedade, fato que difere das abordagens normativas mais tradicionais que incluem variáveis como utilidade, liberdade processual ou renda real, e que a liberdade é um determinante da iniciativa individual e da eficácia social, uma vez que

[...] ter mais liberdade melhora o potencial das pessoas para cuidar de si mesmas e para influenciar o mundo, questões centrais para o processo de desenvolvimento. A preocupação aqui relaciona-se ao que podemos chamar (correndo o risco de simplificar demais) o “aspecto da condição de agente” [*agency aspect*] do indivíduo (SEN, 2000, p. 33).

Sen (2000, p. 33), faz uso do termo “agente” como “[...] de alguém que age e ocasiona mudança e cujas realizações podem ser julgadas de acordo com seus próprios valores e objetivos, independentemente de as avaliarmos ou não segundo algum critério externo”. Essa condição faz do indivíduo um agente público e participante de ações econômicas, sociais e políticas.

Ao longo das diferentes fases de constituição e de reconstituição, a RC apresenta uma linguagem enquanto manifestação das relações sociais, característica e particular, resultado de sua formação produtiva, marcada pela cultura (SANTOS, 1982). A linguagem é a manifestação das relações sociais, marcada pela cultura, em um determinado tempo e espaço,³⁵ em uma perspectiva particular.

A extrapolação da identidade do gaúcho, para além das fronteiras da Campanha, poderia estar relacionada à destruição das formas tradicionais de vivência do gauchismo, por meio da incorporação do “padrão global” capitalista, de forma a reafirmar a diferença, tendo em vista a resistência aos novos modelos culturais. Ou poderia estar associada à recuperação da identidade regional, no sentido de que o Estado permanece ameaçado, a antiga posição econômica e política deva ser recuperada (HAESBAERT, 1988).

Desta forma, ao percorrer o contexto socio-histórico da RC, procurou-se reunir, a partir de referenciais bibliográficos, as evidências já apontadas por Haesbaert (1988), a partir de seus pressupostos, como a organização política, com base no caráter militar fronteiriço, sendo fator essencial para a formação da região; a hegemonia de base econômica, representada pelo

³⁵ “O espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá” (SANTOS, 2012, p. 63).

latifúndio, não parece ter sido condição obrigatória para que subsistisse o regionalismo a nível político e os elementos culturais que podem fundar ou fortalecer uma organização social de bases regionais, sendo o resgate da identidade regional gaúcha um indicador desse (re)fortalecimento. Na sequência do capítulo, é apresentado o recorte sob a perspectiva da RCC.

2.3 A Região do Corede Campanha: aspectos socioeconômicos

Ao partir da análise da origem e dos desdobramentos políticos e econômicos que constituíram a RC, trabalhada nas seções 2.2.1. e 2.2.2., reconhece-se que a RCC é parte deste todo, porém com particularidades que se estabeleceram ao longo do tempo, especialmente a partir da institucionalização dos Coredes no Rio Grande do Sul. Assim, neste subcapítulo, são apresentados dados sobre os municípios que compõem a RCC, compreendida como uma parte da RC. Seguindo a análise proposta por Haesbaert (1988), no sentido de identificar elementos políticos, econômicos e culturais que definam a Campanha enquanto região, apresentam-se dados, nesse momento, relativos aos municípios que compõem o Corede Campanha.

2.3.1 A Região do Corede Campanha: a origem enquanto programa de desenvolvimento regional

Na RCC, o Corede Campanha enquanto pessoa jurídica de direito privado, organizado sob a forma de Associação Civil, instituído em 05 de maio de 1999, sem fins lucrativos, representa os interesses da população dos municípios. O Corede Campanha tem por objetivo a promoção do desenvolvimento regional, harmônico e sustentável, por meio da integração dos recursos e das ações do governo na região, visando à melhoria da qualidade de vida da população, a distribuição equitativa da riqueza produzida, o estímulo, a permanência do homem em sua região e a preservação e recuperação do meio ambiente. Considerando o propósito do Corede, o desenvolvimento da sua região de abrangência, visando à qualidade de vida da população e a distribuição da renda.

A atual configuração dos municípios da RCC é resultante do processo de povoamento, da criação extensiva pastoril, da colonização e dos processos emancipatórios ocorridos na década de 1990. Com exceção de Caçapava do Sul, todos os demais foram desmembrados do município de Bagé (Quadro 2), portanto, a região é caracterizada por dois grupos de municípios: o primeiro formado no século XIX (Bagé, Caçapava do Sul, Dom Pedrito e Lavras do Sul); e o segundo, formado na última década do século XX (Candiota, Hulha Negra e Aceguá),

resultando da fragmentação do município de Bagé, principalmente.

Quadro 2 - Municípios da RCC, data de criação e origem

Município	Data de criação	Município(s) de origem
Bagé	17/07/1811	Piratini e Alegrete
Caçapava do Sul	25/10/1831	Cachoeira do Sul, Piratini e Rio Pardo
Dom Pedrito	30/10/1872	Bagé
Lavras do Sul	09/05/1882	Bagé e Caçapava do Sul
Candiota	24/03/1992	Bagé e Pinheiro Machado.
Hulha Negra	24/03/1992	Bagé
Aceguá	16/04/1996	Bagé

Fonte: Ismério; Meira; Drumm (2017, p. 38).

Os municípios mais populosos, conforme último Censo do IBGE (2010), são Bagé (117.794 habitantes), Dom Pedrito (38.806) e Caçapava do Sul (33.690), enquanto Candiota, Lavras do Sul, Hulha Negra e Aceguá são considerados municípios de pequeno porte, com população inferior a 10 mil habitantes. Quanto à taxa de crescimento populacional, observa-se que a RCC manteve um crescimento positivo de 0,04, porém inferior à taxa do Rio Grande do Sul, que foi de 0,49. Destacam-se os municípios de Caçapava do Sul, Dom Pedrito e Lavras do Sul pela queda populacional, e os municípios de Aceguá, Candiota e Lavras do Sul pelo incremento populacional (Tabela 1).

Tabela 1 - População e taxas de crescimento média anual, municípios da RCC (2000-2010)

Município Região UF	População Censo 2000 01/08/2000 (*)			População Censo 2010 04/11/2010			Taxa de crescimento média anual 2000/2010 (**)	Variação de habitantes 2000/2010	Variação % habitantes 2000/2010
	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural			
Aceguá	3.927	898	3.029	4.394	1.059	3.335	1,13	467	11,89%
Bagé	114.840	96.392	18.448	116.792	97.762	19.030	0,17	1.952	1,70%
Caçapava do Sul	34.643	19.328	15.315	33.700	25.420	8.280	-0,28	-943	-2,72%
Candiota	8.065	2.657	5.408	8.776	2.600	6.176	0,85	711	8,82%
Dom Pedrito	40.410	35.795	4.615	38.916	35.275	3.641	-0,38	-1.494	-3,70%
Hulha Negra	5.359	2.416	2.943	6.048	2.914	3.134	1,22	689	12,86%
Lavras do Sul	8.109	4.828	3.281	7.669	4.748	2.921	-0,56	-440	-5,43%
Corede Campanha	215.353	162.314	53.039	216.295	169.778	46.517	0,04	942	0,40%
RS	10.187.798			10.698.332			0,49	510.534	5,01%

Fonte: IBGE, Censo demográfico de 2000 e 2010.

Segundo Bertê *et al* (2016), nos municípios de Aceguá, Bagé, Candiota e Hulha Negra, houve um crescimento, inclusive da população rural, o que pode ser explicado pelos assentamentos de reforma agrária que se instalaram na região. Observa-se a constituição de cooperativas criadas com a finalidade de movimentar a economia na região, ligadas também ao processo de colonização alemã e italiana e aos assentamentos, da década de 1960 e final da década de 1980, respectivamente. Sendo que as cooperativas estimularam a implementação do

sistema de integração lavoura e pecuária. Quanto ao município de Candiota, esse fenômeno pode estar associado à instalação de usinas termelétricas, que demandam mão-de-obra especializada, principalmente da construção civil.

Quanto aos aspectos econômicos, ainda que a RCC em decorrência de sua história relacionada aos latifúndios, aos minifúndios e aos assentamentos da reforma agrária, seja tradicionalmente reconhecida pela produção agropecuária, os dados da Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser (FEE), de 2016, apontam que 66,91% do Valor Adicionado Bruto (VAB)³⁶ é resultado do setor de serviços e comércio³⁷ (no RS representa 65,57%), 21,09% resultam da agropecuária (no RS, representa 10,09%), e 12% da indústria (no RS, 24,34%), conforme Tabela 2. Uma das consequências para a economia regional é o baixo valor agregado à produção, pela inexpressiva presença do setor industrial, tendo em vista a ausência de investimentos até mesmo para a implementação de distritos industriais,³⁸ com destaque produtivo. Além disso, com exceção de Aceguá, todos os demais municípios apresentam PIB *per capita* inferior ao PIB do Rio Grande do Sul.

Tabela 2 - PIB total e VAB total e setorial, 2013 – municípios, RCC e RS

Municípios UF	PIB						VAB Adm Pública	PIB <i>per capita</i>
	PIB Total 2013	VAB Total	VAB Setorial			Impostos		
			Agropecuária	Indústria	Serviços			
Aceguá	177.845	170.132	94.879	8.098	67.155	7.713	23.266	38.470
Bagé	2.053.820	1.879.909	151.092	251.515	1.477.302	173.910	419.613	16.829
Caçapava do Sul	624.914	579.518	91.686	115.390	372.442	45.396	121.312	17.967
Candiota	137.829	116.892	29.367	(19.717)	107.241	20.938	47.072	15.231
Dom Pedrito	977.858	922.836	339.143	85.237	498.456	55.023	141.183	24.712
Hulha Negra	123.501	113.117	37.109	28.119	47.890	10.384	25.915	20.226
Lavras do Sul	176.727	171.385	90.579	5.985	74.821	5.342	34.464	23.658
Corede Campanha	4.272.493,63	3.953.788,40	833.855,10	474.627,81	2.645.305,50	318.705,23	812.825,67	19.104,42
RS	331.095.182,86	285.483.671,31	28.798.796,09	69.500.269,53	187.184.605,69	45.611.511,55	40.545.177,78	29.657,28

Fonte: FEE, 2016.

Destaca-se a produção extensiva de grãos (área plantada de arroz, soja e trigo), a silvicultura (lenha e madeira em tora), e a mineração (calcário, carvão, fosfato, cobre, zinco e chumbo) como exemplos dessa política pública de planificação e de exploração dos recursos

³⁶ Valor Adicionado Bruto (VAB): Valor que a atividade agrega aos bens e serviços consumidos no seu processo produtivo. É a contribuição ao Produto Interno Bruto pelas diversas atividades econômicas, obtida pela diferença entre o valor de produção e o consumo intermediário absorvido por essas atividades (IPEA, 2017).

³⁷ Cabe destacar a importância da imigração (árabe, portuguesa e espanhola), e o processo de deslocamento de famílias da região da Serra (italianos e alemães).

³⁸ O distrito industrial de Bagé, criado na década de 1970, possui uma área de com 67,56ha, com infraestrutura básica implantada, arruamento, energia elétrica AT 13,8kv e 69kv, telefonia e rede de água. Trata-se de 01 dos 07 distritos industriais do Estado do Rio Grande do Sul, sendo que, atualmente, possui 03 empresas instaladas. Ver: <http://www.investrs.com.br/distritos-e-areas-industriais>.

naturais. Os dados das Tabelas 3 a 8 apresentam evidências empíricas sobre as características da RCC em relação à singularidade.

A Tabela 3 evidencia que houve a partir de dados da FEE, um crescimento maior na área destinada à plantação do arroz na RCC, em relação ao Rio Grande do Sul. Observa-se uma concentração no município de Dom Pedrito, que possui 62,55% da área destinada a esse cultivo na região, em 2016. Quanto à área destinada à produção de soja, também em 2016, observa-se uma ampliação em aproximadamente 14 vezes, em relação ao ano de 1991 (Tabela 4) na RCC, havendo ainda, uma concentração de 39,92% também no município de Dom Pedrito.

Tabela 3 - Agricultura, Culturas Temporárias, Arroz, Área Plantada nos municípios, na RCC e no RS

Município	1991 (ha)	2000 (ha)	2010 (ha)	2011 (ha)	2012 (ha)	2013 (ha)	2014 (ha)	2015 (ha)	2016 (ha)	%
Aceguá	-	-	11.000	11.223	6.500	10.000	9.500	10.000	8.000	10,90
Bagé	15.000	20.349	12.000	13.111	7.614	9.891	10.000	10.000	10.935	14,91
Caçapava do Sul	3.010	3.020	4.000	3.867	3.000	3.694	3.600	3.600	3.600	4,91
Candiota	-	1.364	1.100	1.189	650	753	800	700	602	0,82
Dom Pedrito	24.000	34.500	42.400	50.585	32.800	40.870	45.650	47.366	45.892	62,55
Hulha Negra	-	2.000	1.100	1.542	1.200	1.100	1.100	1.200	1.235	1,68
Lavras do Sul	1.750	1.470	3.500	3.100	3.100	3.100	3.100	3.100	3.100	4,23
Campanha	43.760	62.703	75.100	84.617	54.864	69.408	73.750	75.966	73.364	
RS	815.121	959.039	1.101.311	1.169.849	1.042.560	1.085.648	1.114.132	1.127.916	1.088.566	
%	5,37	6,54	6,82	7,23	5,26	6,39	6,62	6,74	6,74	

Fonte: FEE, 2017.

Tabela 4 - Agricultura, Culturas Temporárias, Soja, Área Plantada nos municípios, na RCC e no RS

Município	1991 (ha)	2000 (ha)	2010 (ha)	2011 (ha)	2012 (ha)	2013 (ha)	2014 (ha)	2015 (ha)	%
Aceguá	-	-	2.100	5.000	8.000	15.000	18.000	25.000	13,13
Bagé	3.000	670	6.000	6.000	13.000	30.000	20.000	35.000	18,38
Caçapava do Sul	3.000	800	7.000	7.000	10.000	15.000	15.000	15.000	7,88
Candiota	-	-	1.000	3.000	3.000	5.700	8.000	9.400	4,94
Dom Pedrito	6.700	2.000	26.000	20.000	47.500	67.000	76.000	76.000	39,92
Hulha Negra	-	600	1.600	1.600	2.600	8.300	8.300	12.000	6,30
Lavras do Sul	1.000	600	8.500	6.500	8.000	10.000	12.000	18.000	9,45
Campanha	13.700	4.670	52.200	49.100	92.100	151.000	157.300	190.400	
RS	3.132.322	3.030.556	4.021.778	4.075.389	4.269.247	4.727.833	4.990.042	5.263.899	
%	0,44	0,15	1,30	1,20	2,16	3,19	3,15	3,62	

Fonte: FEE, 2017.

Com relação à área destinada à produção de trigo (Tabela 5), observa-se uma redução na RCC, porém uma expansão significativa no município de Lavras que, em 2016, participou com 46,63% da área destinada a esse cultivo na região, seguida dos municípios de Bagé (18,34%), Candiota (13,57), Dom Pedrito (13,33%) e Caçapava do Sul (11,01%). Com relação à silvicultura na RCC, observa-se uma manutenção variação mínima na produção de lenha (m³), ao longo do período de 1996 a 2015 (Tabela 6), com destaque para os municípios de Dom Pedrito (47,87%), Bagé (23,15%) e Hulha Negra (19,71%) que, juntos, produzem 90,73% da lenha da região. Ainda, em relação à produção de madeira em tora (Tabela 7), usada na indústria de papel, a RCC apresentou um incremento significativo em 2015, em decorrência de uma

política de estímulo à produção em 2013. Os municípios que promoveram esse aumento foram Bagé (62,33%), Candiota (8,17%) e Hulha Negra (8,01), que juntos produziram 78,51% da região, em 2015.

Tabela 5 - Agricultura, Culturas Temporárias, Trigo, Área Plantada nos municípios, na RCC e no RS

Município	1991 (ha)	2000 (ha)	2010 (ha)	2011 (ha)	2012 (ha)	2013 (ha)	2014 (ha)	2015 (ha)	% (*)
Aceguá	-	-	700	700	600	200	400	320	5,87
Bagé	6.000	550	1.000	1.000	1.500	300	1.000	1.000	18,34
Caçapava do Sul	300	200	180	400	700	1.000	1.000	600	11,01
Candiota	-	200	850	500	500	600	1.300	740	13,57
Dom Pedrito	2.000	425	-	450	510	1.000	1.000	-	13,33
Hulha Negra	-	300	600	50	50	50	300	250	4,59
Lavras do Sul	360	700	100	330	1.000	1.000	2.500	2.542	46,63
Campanha	8.660	2.375	3.430	3.430	4.860	4.150	7.500	5.452	
RS	624.923	560.550	787.480	932.390	989.534	1.059.032	1.181.979	882.566	
%	1,39	0,42	0,44	0,37	0,49	0,39	0,63	0,62	

Fonte: FEE, 2017.

Nota: (*) Percentual referente ao ano de 2014.³⁹

Tabela 6 - Silvicultura, m³ de lenha, nos municípios, na RCC e no RS

Município	1996 (m ³)	2000 (m ³)	2010 (m ³)	2011 (m ³)	2012 (m ³)	2013 (m ³)	2014 (m ³)	2015 (m ³)	%
Aceguá	-	-	566	578	618	679	685	1.347	1,26
Bagé	15.981	16.748	23.869	24.212	25.422	28.643	28.700	24.660	23,15
Caçapava do Sul	28.221	63.351	5.064	5.260	5.628	6.077	6.000	6.230	5,85
Candiota	-	3.733	8.792	9.256	10.008	10.550	10.500	1.289	1,21
Dom Pedrito	23.426	25.680	37.714	38.100	41.000	45.000	51.100	51.000	47,87
Hulha Negra	6.394	8.216	18.033	18.483	19.037	21.640	22.100	21.000	19,71
Lavras do Sul	821	695	840	910	925	1.008	1.020	1.010	0,95
Campanha	74.843	118.423	94.878	96.799	102.638	113.597	120.105	106.536	
RS	7.895.548	9.349.908	14.127.269	14.364.067	14.510.329	13.374.146	12.257.293	12.356.861	
%	0,95	1,27	0,67	0,67	0,71	0,85	0,98	0,86	

Fonte: FEE, 2017.

Tabela 7 - Silvicultura, m³ de madeira em tora, nos municípios, na RCC e no RS

Município	1996 (m ³)	2000 (m ³)	2010 (m ³)	2011 (m ³)	2012 (m ³)	2013 (m ³)	2014 (m ³)	2015 (m ³)	%
Aceguá	-	-	-	-	-	-	-	-	
Bagé	-	306	528	546	600	634	639	243.360	62,33
Caçapava do Sul	18.205	238	1.740	1.775	1.918	2.088	15.100	16.300	4,17
Candiota	-	-	-	-	-	-	-	31.901	8,17
Dom Pedrito	700	670	10.128	10.500	11.000	14.000	16.800	62.826	16,09
Hulha Negra	-	-	-	-	-	-	-	31.256	8,01
Lavras do Sul	450	-	-	-	-	-	-	4.801	1,23
Campanha	19.355	1.214	12.396	12.821	13.518	16.722	32.539	390.444	
RS	3.578.479	4.628.875	7.393.498	7.483.464	7.928.109	8.549.612	8.547.461	11.414.844	
%	0,54	0,03	0,17	0,17	0,17	0,20	0,38	3,42	

Fonte: FEE, 2017.

Com relação ao processo de mineração,⁴⁰ no município de Lavras do Sul,⁴¹ está em

³⁹ A base de dados da FEE inicia no ano de 1991.

⁴⁰ Observa-se o interesse e o movimento de empresas chinesas para a exploração do potencial de produção de minérios da região.

⁴¹ A exploração da lavra de ouro, que deu origem ao nome do município, foi impulsionada pela companhia inglesa

processo a implementação da mineração de fosfato pela empresa Águia Metais, associada à mineradora australiana *Aguia Resources Limited*. Em Candiota, a Companhia Riograndense de Mineração (CRM), empresa de economia mista controlada pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, pesquisa e explora na RCC, desde o ano de 1961, e abastece a Companhia de Geração Térmica e Energia Elétrica. Está em construção a Unidade Termelétrica Pampa Sul, Termelétrica, Thermal Pampa Sul (Carvão), ligada à empresa Engie, antiga Tractebel. O abastecimento do carvão será de responsabilidade da Seival Sul Mineração, por meio do projeto Mina do Seival, juntamente com as empresas Copelmi Mineração Ltda. e a Eneva.

O município de Caçapava do Sul,⁴² concentra a maioria das empresas de mineração de calcário da região, tais como a Mônego Ltda., a Indústria de Calcários Caçapava Ltda. (Inducal), Indústria de Calcário Vigor, Dagoberto Barcellos S.A., Calcário Mudador. O Projeto Caçapava do Sul, com investimento da Nexa Resources, uma *joint venture* entre a Nexa Resources e a Mineração Lamgold Brasil, ex-Votorantim Metais, objetiva a exploração de extração de zinco, chumbo e cobre, com o slogan “*Terra de histórias. Solo de valores*”.

2.3.2 As instituições e as ações em prol do desenvolvimento da Região do Corede Campanha

Com base na perspectiva de Reis (2015) acerca de território, levando-se em conta as três dimensões das estruturas e das dinâmicas territoriais, que além da proximidade e da densidade, observa-se, a partir do contexto da RCC, formada pelos municípios de Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul, a configuração do polimorfismo estrutural (REIS, 2015), no qual existe a proposição de idiosincrasias a partir das diferenças reconhecidas pelos atores de desenvolvimento das associações e dos consórcios atuantes, envolvendo todas as partes dos municípios do Corede. Na região de abrangência do Corede Campanha, existe uma rede de instituições que atuam em prol da implementação de ações com vistas o seu desenvolvimento:

- 1) Instituições voltadas para o ensino⁴³ e a pesquisa, tais como a Universidade da Região da Campanha (URCAMP), instituição comunitária; a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS); a Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA); o Instituto

Gold Mining Company, cuja sede foi construída em 1872.

⁴² Em 1868, por decreto do governo, foi concedida a John Mac Ginity & Co. a licença para lavrar metais no município, mais tarde transferida à Cia de Ouro e Cobre do Sul do Brasil. Atualmente, está em atividade no local o parque temático *Minas Outdoor Sports*, de aventura ao ar livre.

⁴³ Ensino superior presencial.

Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense (IFSUL); a Faculdade do Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai (IDEAU), instituição privada;

- 2) Instituições voltadas para pesquisa e transferência de tecnologia, como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA); o Instituto Rio Grandense do Arroz (IRGA); e a Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária (FEPAGRO);
- 3) Instituições focadas em atividades de extensão rural, como a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER);
- 4) Instituições que integram o Sistema “S”: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC); Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); e Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR);
- 5) Sindicatos que representam os interesses patronais e dos trabalhadores;
- 6) Associações comerciais e industriais: a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) Bagé; a Associação Comercial e Industrial de Bagé (ACIBA); a CDL de Caçapava do Sul; a Associação Comercial e Industrial de Caçapava do Sul; a Associação Comercial e Industrial e CDL de Candiota; a Associação Comercial e Industrial e CDL de Dom Pedrito; e CDL Lavras do Sul.

Além dessas instituições, a região de abrangência do Corede Campanha conta com um conjunto de 6 instituições ou associações em prol do desenvolvimento, de diferentes formações territoriais, envolvendo os municípios que estão inseridos no Corede, conforme o Quadro 3, Mapas 3 e 4. Destaca-se que as instituições com temas específicos ou setoriais⁴⁴ já mencionadas, incluindo as instituições de ensino e de pesquisa, bem como as prefeituras e associações de classe, participam por meio de representantes, da governança dessas instituições.

⁴⁴ Não foram consideradas as instituições voltadas a temas específicos, ou seja, coordenadorias de educação, saúde, segurança ou setoriais, tais como a APATUR, orientada para o desenvolvimento do turismo na região, uma vez que estas podem ou estão inseridas na governança de associações ou instituições criadas com a finalidade de promover ações em prol do desenvolvimento regional.

Quadro 3 - Participação dos municípios do Corede Campanha em diferentes associações/instituições promotoras do seu desenvolvimento

Código	Associação/Instituição	Municípios que fazem parte
1	Corede Campanha	Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul
2	Associação dos Municípios da Região Sudoeste do Estado – Assudoeste	Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul
3	Consórcio Público Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico Social e Ambiental dos Municípios da Bacia do Rio Jaguarão – Cideja	Aceguá, Candiota, Hulha Negra, Pedras Altas, Pinheiro Machado
4	Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã – Adac	Bagé, Caçapava do Sul, Canguçu, Encruzilhada do Sul, Lavras do Sul, Piratini, Pinheiro Machado e Santana da Boa Vista
5	Consórcio de Desenvolvimento do Pampa – CODEPAMPA	Alegrete, Bagé, Barra do Quaraí, Caçapava do Sul, Dom Pedrito, Itaqui, Lavras do Sul, Manoel Viana, Quaraí, Santa Margarida do Sul, Santana do Livramento, São Borja, São Gabriel, Uruguaiana, Vila Nova do Sul
6	Programa Líder – SEBRAE	Reúne os municípios dos Coredes Sul, Coredes Campanha e Fronteira Oeste.

Fonte: Dados primários, 2018.

A referida configuração oportunizou a participação dos municípios da RCC, tais como Aceguá, Candiota, Dom Pedrito e Hulha Negra, que participam de 3 diferentes associações, enquanto Bagé, Caçapava do Sul e Lavras do Sul, participam de 4 diferentes instituições, com representações de acordo com o propósito de uso do território. De acordo com Bonnal, Cazella e Delgado (2012), a ação coletiva dos atores sociais determina a construção e o uso dos territórios, ou seja,

[...] a partir de uma representação compartilhada sobre a realidade, identificam os limites do território, geralmente por agregação de unidades administrativas (municípios) ou sociais (sindicatos, organizações de agricultores, comunidades etc.) e constroem uma estratégia de ação. (BONNAL; CAZELLA; DELGADO, 2012, p. 05).

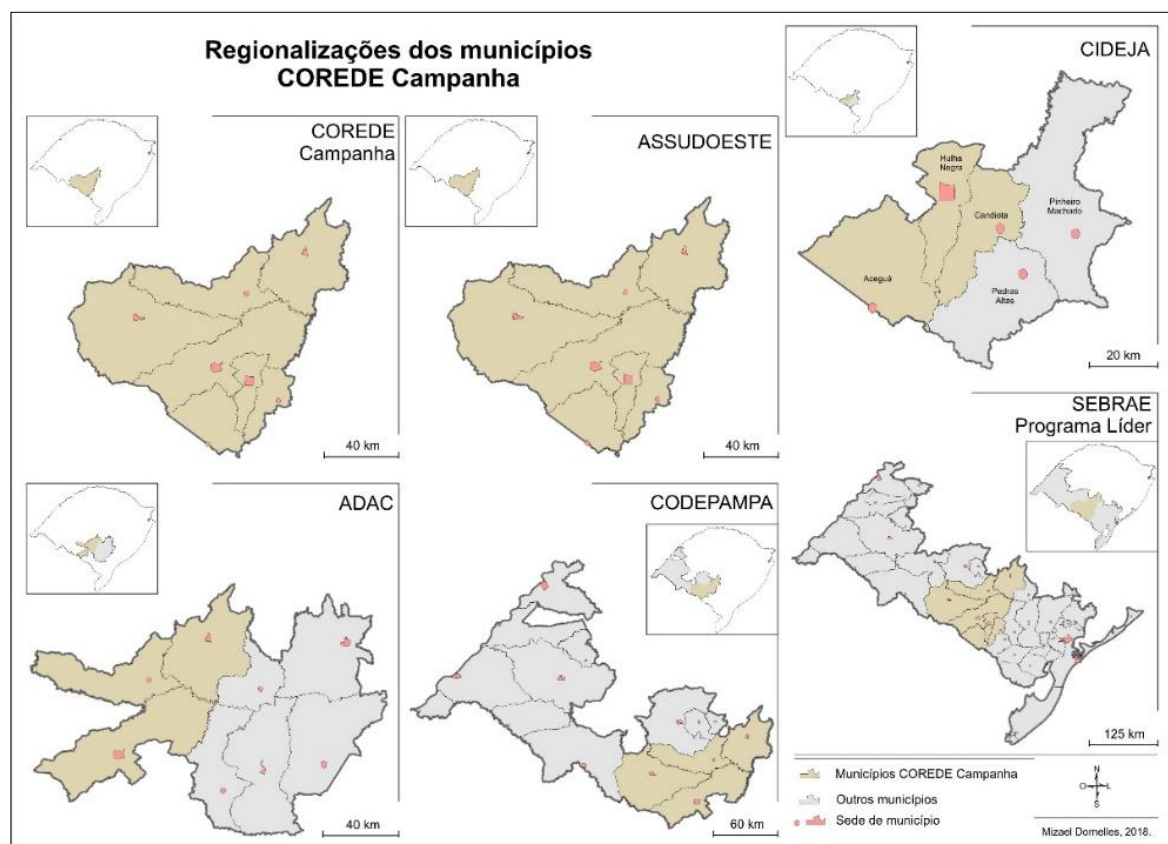
Trata-se, portanto, de um processo de co-construção social, ou ainda, os territórios são construídos a partir do resultado de políticas públicas, de ação que se encontra fora do território, em níveis mais abrangentes,

[...] o território é concebido pelos atores públicos com o objetivo de facilitar a resolução de problemas da sociedade, coerente com a missão do Estado (ou com promessas eleitorais de representantes políticos). Nesta lógica, o território é identificado principalmente com referência ao zoneamento de determinado problema ou carência da sociedade. (BONNAL, CAZELLA, DELGADO, 2012, p. 05).

Os Mapas 3 e 4 ilustram as regionalizações das instituições anteriormente citadas, sendo que a primeira se refere às regionalizações do Conselho Regional de Desenvolvimento (Corede)

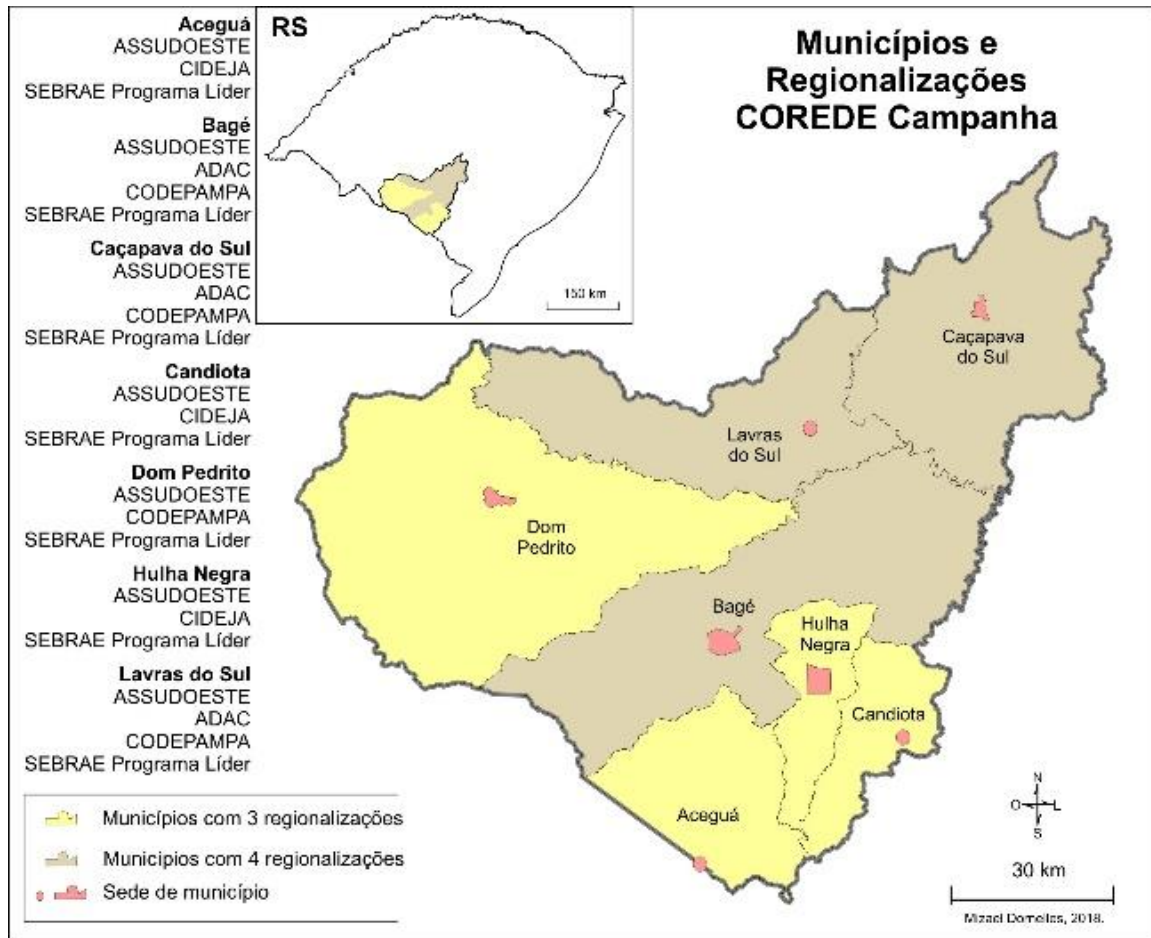
Campanha, Associação dos Municípios da Região Sudoeste (Assudoeste), do Consórcio Público Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental dos Municípios da Bacia do Rio Jaguarão (Cideja), da Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã (ADAC), do Consórcio para o Desenvolvimento do Pampa (CODEPAMPA) e do Programa Líder do SEBRAE, evidenciando os municípios pertencentes à RCC. O Mapa 4, evidencia em quantas associações cada município da RCC participa, com destaque para Bagé, Caçapava do Sul e Lavras do Sul, que participam de 4 regionalizações.

Mapa 3 - Regionalizações dos municípios do Corede Campanha, 2018



Fonte: IBGE – base cartográfica, 2010.
 Organização: Elisabeth Cristina Drumm.
 Elaboração: Mizael Dornelles.

Mapa 4 - Municípios que compõem o Corede Campanha e as suas regionalizações, 2018



Fonte: IBGE – base cartográfica, 2010.

Organização: Elisabeth Cristina Drumm.

Elaboração: Mizael Dornelles.

Na sequência, serão apresentadas as formas coletivas de organização em prol do desenvolvimento da RCC, a partir da sua constituição, e quais as propostas ou ações em desenvolvimento orientadas para a região de abrangência, que inclui um ou mais municípios do Corede Campanha.

Destaca-se que nelas atuam instituições de pesquisa, de ensino e de extensão, que em sua origem também definem a pretensão de realizar ações coletivas em favor do desenvolvimento da RCC. No entanto, a escolha das associações baseou-se na existência de uma governança que reuniu a sociedade civil organizada, o poder público (em diferentes escalas) e a inserção de pelo menos 1 município que compõe a RCC.

2.3.2.1 Conselho Regional de Desenvolvimento (Corede) Campanha

A perspectiva regional, tendo em vista as particularidades, passou a representar a

interação social necessária para projetar e impulsionar o desenvolvimento para além da perspectiva econômica, acrescida de questões sociais, sustentadas pelas capacidades sociais e a liberdade de atuação individual ou social, como agente do desenvolvimento. No Rio Grande do Sul, os Conselhos de Desenvolvimento Regional (Coredes) assumem o compromisso de reunir o interesse das regiões de abrangência.

O Conselho Regional de Desenvolvimento da Região da Campanha, Corede Campanha, foi instituído em 05 de maio de 1999, sob registro n.º 41.590, no livro B-47, folhas 105, em atendimento à Lei n.º 10.283, de 17 de outubro de 1994, regulamentado pelo Decreto n.º 35.764, de 28 de dezembro de 1994. É pessoa jurídica de direito privado, organizado sob a forma de Associação Civil, sem fins lucrativos, com prazo de duração indeterminado, com sede política em todos os municípios que o integram e foro jurídico na comarca em que reside seu presidente. Fazem parte do Corede os seguintes municípios: Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul (conforme Mapa 1, na Introdução desta tese).

O Corede Campanha tem como finalidade, definida em seu Estatuto, assessorar o Governo do Estado do Rio Grande do Sul na definição e no planejamento de diretrizes gerais para o desenvolvimento regional, harmônico e sustentável, com vistas à melhoria da qualidade de vida da população da região; a distribuição equitativa da riqueza produzida; o estímulo à permanência do homem em sua região; e preservação e recuperação do meio ambiente.

São membros natos do Corede Campanha os deputados federais e estaduais, com domicílio eleitoral na Região; os prefeitos dos municípios; os presidentes das Câmaras Municipais de Vereadores; ex-senadores, naturais da região; ex-governadores do Estado, naturais da região; representante da Universidade da Região da Campanha. Integram a Assembleia Geral representantes das seguintes instituições: Sindicatos de Empregados e um dos Empregadores Rurais; Sindicatos Patronais, Sindicatos dos Trabalhadores e Profissionais Liberais; Associações Industriais e Comerciais; Associações Comunitárias; Associação dos Produtores de Calcário de Caçapava do Sul; Clubes de Serviço; Associações de Preservação Ambiental; Associação dos Produtores de Sementes de Soja (APROSEM); Grupo de Arte e Ecologia de Bagé (Ecoarte); Imprensa; Cooperativas; Cooperativas dos Trabalhadores; Comitê de Gerenciamento da Bacia Hidrográfica do Rio Santa Maria; Núcleo de Estudos do Carvão; Cooperativa Regional dos Agricultores Assentados; Associações de Agricultores; Associação de Aposentados e Pensionistas, e entidades estudantis, tais como Diretório Central dos Estudantes (DCE) e União Brasileira dos Estudantes Secundaristas (UBES).

Os referenciais estratégicos do Corede Campanha, de acordo com o PED 2015-2030, são os seguintes:

Visão: Construir até 2030, o desenvolvimento sustentável (econômico, social e ambiental) da Região da Campanha valorizando as potencialidades regionais, otimizando os processos produtivos e promovendo a qualidade de vida e o fortalecimento da governança regional.

Vocação: A região de abrangência do Corede Campanha tem como vocação o sistema produtivo agroalimentar, a prestação de serviços, a mineração, a produção energética, a educação, o patrimônio natural (Bioma Pampa) e histórico-cultural.

Valores: Cultura fronteiriça, patrimônio (material e imaterial), valorização do pampa, ética, receptividade/hospitalidade de abertura a inovações/adaptações a outras culturas (DRUMM, 2017, p. 14).

No PED 2015-2030, foram definidas 9 diretrizes estratégicas para o desenvolvimento da RCC, considerando as 5 dimensões de gestão: Econômica, Social, Ambiental, Infraestrutura e Institucional, conforme Quadro 4.

Quadro 4 - Dimensões de gestão e diretrizes estratégicas do PDE Campanha – 2015-2030

Dimensão	Diretrizes estratégicas
Gestão econômica	D1 - Desenvolvimento por meio de uma economia diversificada (agropecuária, agricultura e pecuária familiar, energia, agroindústria, turismo), fortalecida e focada na vocação regional; D2 - Desdobramento sustentável da matriz produtiva regional, por meio da qualificação dos recursos humanos, com investimentos em infraestrutura, em pesquisa científica e tecnológica e em inovações.
Gestão social	CULTURA: D3 - Promoção da produção e do acesso aos bens culturais regionais (patrimônio material e imaterial); EDUCAÇÃO: D4 - Ênfase na educação, inclusiva e acessível, em todos os níveis, como fonte de perspectivas para o jovem e na educação profissional, formação técnica e superior, orientada para a pesquisa científica e tecnológica e para o desenvolvimento da região; SAÚDE: D5 - Ampliação das condições de saúde básica (inclusiva e acessível) para a qualidade de vida e de atendimento de média e alta complexidade na região; SEGURANÇA: D6 - Ampliação das condições de segurança pública, como decorrência de ações no âmbito da infraestrutura, da educação, da economia e do bem-estar social.
Gestão ambiental	D7 - Exploração sustentável do Bioma Pampa, por meio do uso de tecnologias, com ênfase na preservação das suas condições e na recuperação de áreas degradadas.
Gestão infraestrutura	D8 - Ampliação e melhorias da infraestrutura logística, energética e de comunicação.
Gestão institucional	D9 - Ampliação da representação político institucional, por meio de governança efetiva e articulada (organização social ampla entre os municípios e demais escalas de governo), orientado pelo Planejamento Estratégico 2017 – 2030.

Fonte: Baseado em Drumm (2017)

A dimensão cultural é inserida pela primeira vez nas reflexões acerca do desenvolvimento da região, no PED 2015-2030, a partir do diagnóstico, da definição de uma diretriz estratégica e da elaboração da carteira de projetos. A única referência à dimensão Cultura, no PED da Campanha de 2010, foi a indicação sobre a necessidade de realizar um diagnóstico na região, em um dos planos de ação (COREDE CAMPANHA, 2010).

Essa situação não é unicamente constatada na RCC, em estudo realizado por Silveira *et al* (2015), concluiu-se que dos 14 Planos Estratégicos de Desenvolvimento analisados, na parte

destinada ao diagnóstico, 3 apresentaram dados sobre um ou dois itens relacionados aos aspectos culturais, e somente 2 apresentaram dados sobre a estrutura de apoio à cultura, esporte e lazer; em apenas 1 com 5 ou mais destes itens. Esse resultado evidencia a fragilidade em diagnosticar os aspectos culturais e, portanto, em considerar sua relevância e importância para o desenvolvimento regional, na maioria das regiões de abrangência do Coredes do Rio Grande do Sul. No PED Corede Campanha 2015-2030, constata-se o espaço destinado aos aspectos culturais, especialmente as manifestações festivas e religiosas, bem como os principais elementos do patrimônio cultural e natural (DRUMM, 2017). Os dados relacionados aos aspectos culturais serão tratados no Capítulo 3.

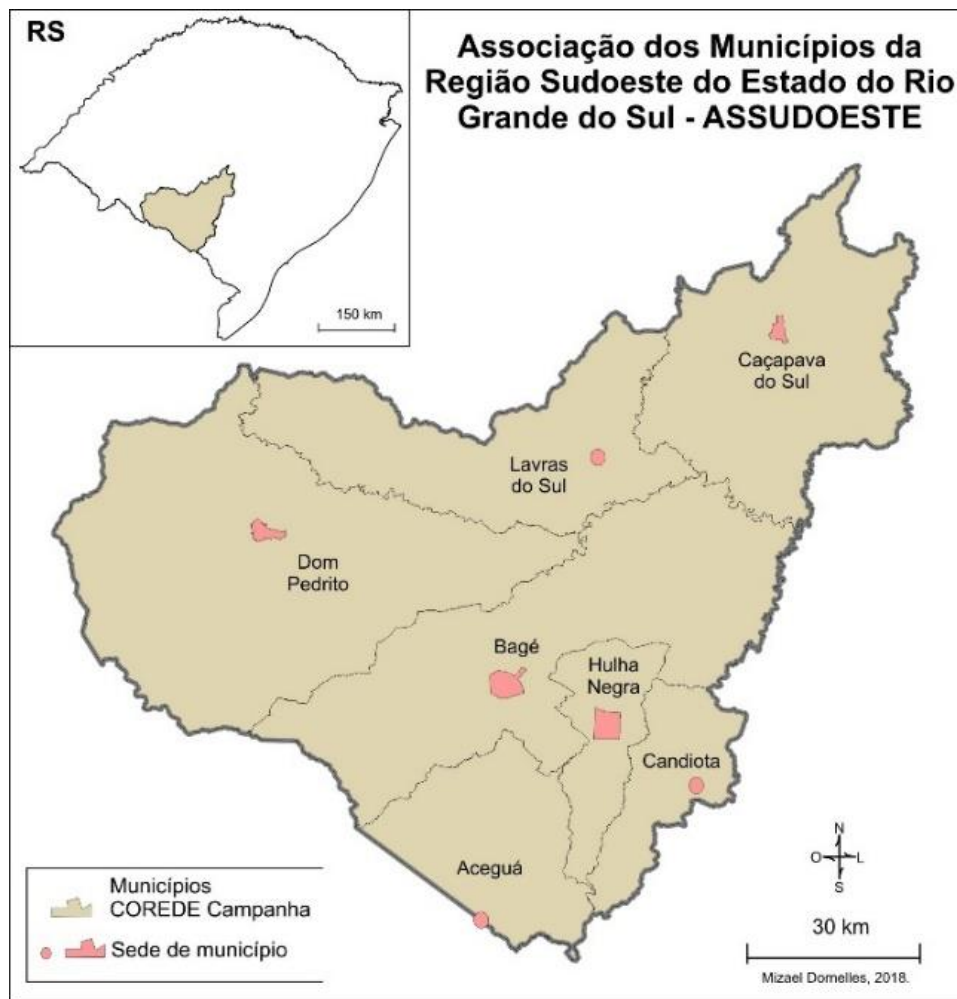
Em 2017, a partir de uma iniciativa do MEC, por meio da Secretaria de Educação Superior (SESU) e do CGEE, foi iniciada a implementação de um CDR, em conjunto com a Diretoria e Governança do Corede Campanha, enquanto vetores do desenvolvimento. No Brasil, foram escolhidas quatro regiões, consideradas em situação de vulnerabilidade, além de Bagé, - representando a RCC -, os municípios de Brasília, Campina Grande (na Paraíba), e Itapeva (em São Paulo). O projeto, na sua origem, procura estabelecer as bases para a implementação de um programa de apoio à organização de uma agenda envolvendo instituições técnico-científica para o desenvolvimento da região. A URCAMP e a Unipampa estão à frente da implementação desse projeto, e seu principal foco é colocar a ciência e a tecnologia à serviço do interesse dos atores regionais, integrando docentes e alunos do meio científico.

2.3.2.2 Associações de Municípios ligadas a Famurs - Assudoeste

Criada em 1976, a Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul (Famurs), nasce com a estrutura de associações regionais, dentre as quais a Associação dos Municípios da Região Sudoeste (Assudoeste), formada pelos municípios de Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul (Mapa 5).

A Associação, criada em 09 de julho de 1977, está organizada em áreas, como agricultura; assistência social; cultura; educação; jurídico; meio ambiente; receitas municipais; saúde; segurança pública; mobilidade e trânsito; turismo, e a Escola de Gestão Pública (EGP) da Famurs. De acordo com o Estatuto, dentre seus objetivos, a Associação pretende promover ações para qualificar a gestão pública e promover ações integradas entre os municípios associados para o desenvolvimento econômico, social e cultural da região por eles constituída.

Mapa 5 - Municípios que compõem a ASSUDOESTE, 2018



Fonte: IBGE – base cartográfica, 2010.
 Organização: Elisabeth Cristina Drumm.
 Elaboração: Mizael Dornelles.

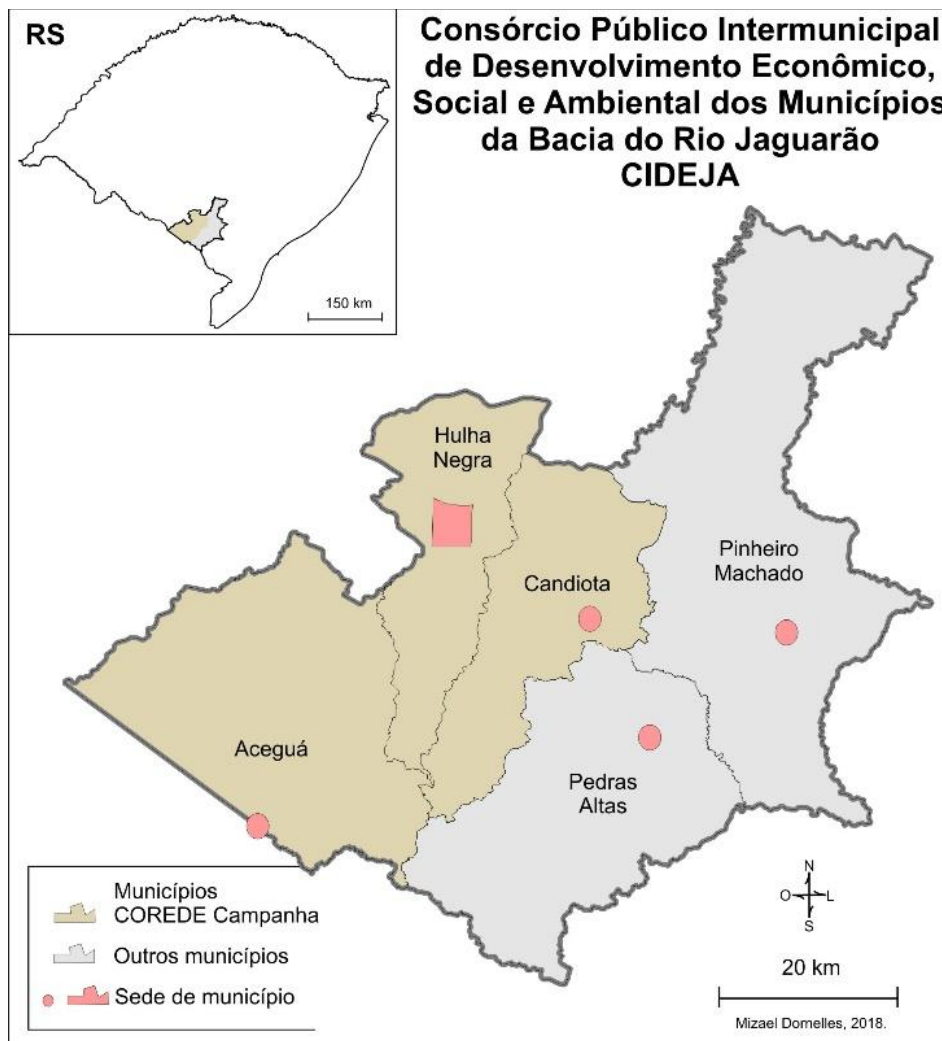
No âmbito da cultura, auxilia os gestores municipais na construção e na aplicação de políticas públicas na área, além de assistência para a implementação de sistemas municipais de cultura e para articulação entre entidades privadas e públicas. Em 2013, a articulação entre a Câmara da Cultura, oportunizou que o município de Candiota realizasse a segunda maior conferência municipal de cultura, superada apenas por Porto Alegre.

2.3.2.3 Consórcio Público Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental dos Municípios da Bacia do Rio Jaguarão – Cideja

O Cideja, Consórcio Público Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico, Social e

Ambiental dos Municípios da Bacia do Rio Jaguarão⁴⁵, é resultado da articulação do Comitê da Bacia do Rio Jaguarão, no ano de 2007, principalmente para a prospecção de recursos públicos para a concretização de ações em seu território, reunindo os municípios de Aceguá, Candiota, Hulha Negra, Pedras Altas e Pinheiro Machado (Mapa 6).

Mapa 6 - Municípios que compõem o CIDEJA, 2018



Fonte: IBGE – base cartográfica, 2010.
 Organização: Elisabeth Cristina Drumm.
 Elaboração: Mizael Dornelles.

Dentre as ações, destaca-se a formação de dois grupos, sendo um deles formado pelos municípios mais jovens, Aceguá, Candiota e Hulha Negra, que se associam, juntamente com outros municípios, do entorno do Consórcio Público Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico Social e Ambiental dos Municípios da Bacia do Rio Jaguarão – Cideja.

⁴⁵ O Decreto nº 6.017, de 17 de janeiro de 2007, que regulamenta a Lei nº 11.107, de 6 de abril de 2005, dispõe sobre normas gerais de contratação de consórcios públicos.

A origem da entidade, deste modo, é resultado da articulação política regional em função da estiagem e dos problemas decorrentes dela, que a população da região enfrenta de forma cíclica. Em setembro de 2007, é fundado o Fórum de Desenvolvimento Regional, Manejo das Águas e Combate às Estiagens – o Fórum das Águas. A oficialização do Consórcio aconteceu em 3 de outubro de 2009.

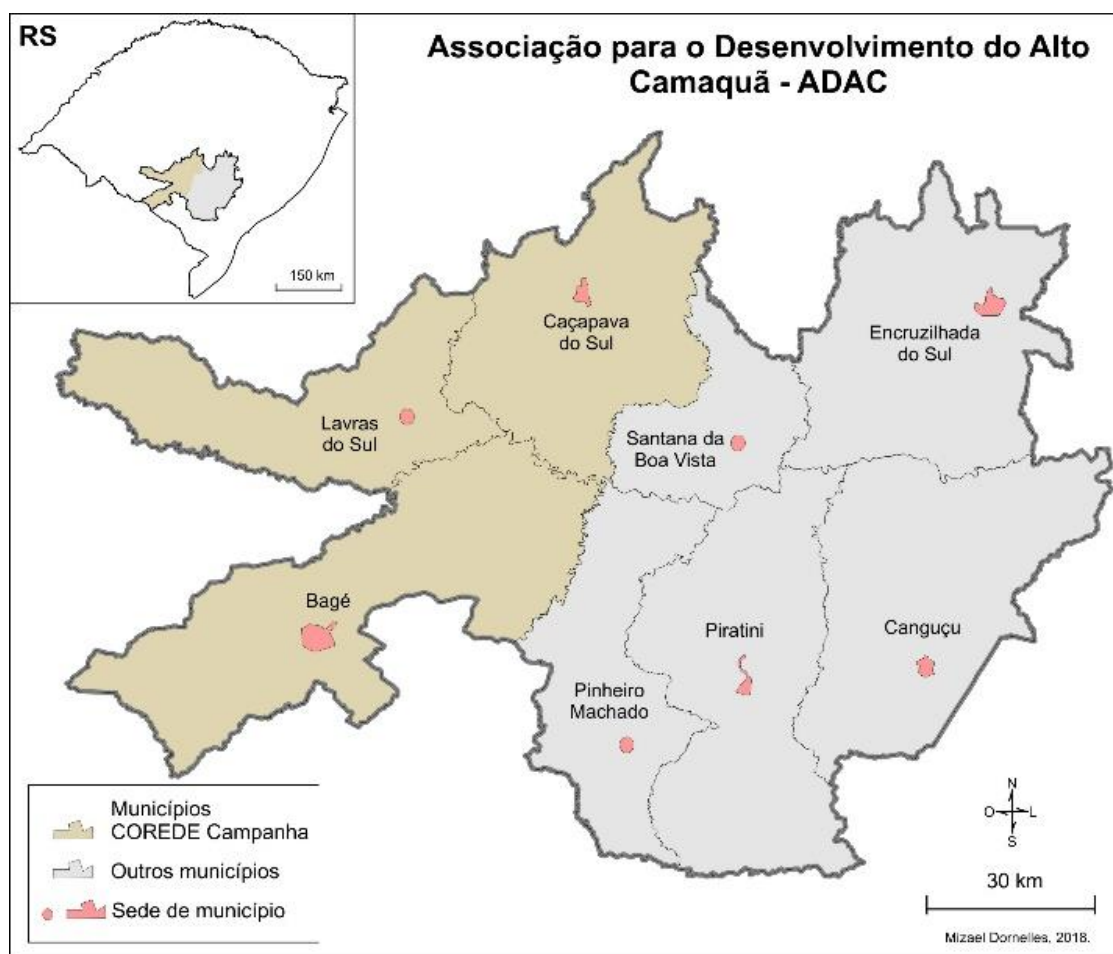
Dentre as ações desenvolvidas pelo Cideja, destacam-se a disponibilização de máquinas e equipamentos para uso das prefeituras, com o propósito de apoiar a recuperação e conservação das estradas rurais nos assentamentos da reforma agrária. Entre os objetivos do Cideja, está a implementação da Rodovia Transcampesina, que interligará os municípios de Herval, Pedras Altas, Candiota, Hulha Negra e Aceguá. Na área da saúde, o Consórcio pretende a compra consorciada de medicamentos.

2.3.2.4 Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã - ADAC

Reunido em torno da Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã (ADAC), o território do Alto Camaquã envolve os municípios de Bagé, Caçapava do Sul, Canguçu, Encruzilhada do Sul, Lavras do Sul, Piratini, Pinheiro Machado e Santana da Boa Vista (Mapa 7). Seus indicadores de desenvolvimento econômico e social estão abaixo da média do estado, conforme as características dos demais municípios da Metade Sul do Rio Grande do Sul. Dentre os municípios, Bagé, Lavras do Sul e Cachoeira do Sul fazem parte do Corede Campanha. O Alto Camaquã tem como característica, a valorização da pecuária familiar, com o uso de aproximadamente 70% de pastagem natural em pequenas e médias unidades produtivas, nas quais a criação de ovinos é de relevância para a economia local, totalizando cerca de 20% do rebanho do Rio Grande do Sul.

O território do Alto Camaquã foi constituído a partir da possibilidade de refletir e propor práticas com base na realidade socio-histórica da região, e de construir uma proposta de desenvolvimento particular. Assim, os associados da ADAC, fundada em 2009, constituíram a Rede de Produtores e Empreendedores do Alto Camaquã (ReAC), formada por aproximadamente 400 associados da pecuária familiar (ovinocultura), reunidos em 24 associações em torno das Unidades Experimentais Participativas (UEPAs), que construíram coletivamente o seu projeto de desenvolvimento com base nas cadeias curtas de produção, de maneira a obter o controle sobre as principais cadeias de valor dos seus produtos (indústria de carne ovina, da lã e do turismo).

Mapa 7 - Municípios que compõem a ADAC



Fonte: IBGE – base cartográfica, 2010.
 Organização: Elisabeth Cristina Drumm.
 Elaboração: Mizael Dornelles.

A Visão da Rede é “ser referência em produção e comercialização ovina diferenciada, promovendo a valorização do produtor rural, a organização e o desenvolvimento socioeconômico com sustentabilidade ambiental” (ADAC, 2017). Sua estratégia está fundamentada na produção de produtos *terroir*, por meio da valoração do território a partir de sua constituição socio-histórica. A ReAC possui marca própria registrada, de propriedade da ADAC, e com direito de uso estendido aos associados, a Marca Coletiva Territorial Alto Camaquã (Figura 3).

Figura 3 - Marca Coletiva Territorial Alto Camaquã



Fonte: ADAC, 2017.

A governança da rede, reforçada pelo projeto do Arranjo Produtivo Local (APL),⁴⁶ é formada pelas seguintes instituições: Associação Brasileira de Criadores de Ovinos (ARCO); Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER); EMBRAPA Pecuária Sul; Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Rio Grande do Sul (FETAG); SENAC; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA); Universidade Federal de Pelotas (UFPEL); Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Universidade Positivo; Universidade da Região da Campanha (URCAMP); Faculdade IDEAU; Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã (ADAC).

O projeto de desenvolvimento contempla a realização de parcerias institucionais, tais como: 1) o projeto de redesenho dos agroecossistemas produtivos para redução de perdas, aumento da produtividade, da diversidade e da qualidade da produção, incluindo a implementação de um frigorífico para atender as demandas da rede, com o apoio e recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), como projeto piloto para o desenvolvimento da ovinocultura no Brasil; 2) a operacionalização da Cooperativa da ReAC, a CooperAlto Camaquã; 3) a criação do Consórcio de Desenvolvimento do Alto Camaquã, envolvendo todas as prefeituras dos municípios que compõem a ReAC, e a parceria com a *Paramount Têxteis* para o beneficiamento de 4 toneladas de lã, como o propósito de produzir *tops* de lã de ovelha penteada,⁴⁷ contendo entre 19 e 22 micras de espessura, para o abastecimento da rede de artesanato do Alto Camaquã, e atender o mercado nacional de confecções com design diferenciado.

Outro aspecto que se associa ao esforço em construção no APL Ovino – Turismo – da Região do Alto Camaquã, é o entendimento de que a

[...] visão que associa o espaço rural unicamente como local de produção agrícola cada vez mais perde expressão à medida que se agregam novas funções para esse espaço, como a ocupação territorial, a preservação da paisagem e do ambiente, a cultura, o turismo, o lazer, o espaço rural como local de moradia e de geração de emprego. (SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012, p. 112).

A perspectiva de Borba (2002), aponta para uma concepção de desenvolvimento rural que incorpore às peculiaridades dos “agroecossistemas” locais, especialmente aquelas consideradas marginais, em termos tecnológicos ou econômicos. Conforme o autor, a região de abrangência

⁴⁶ Projeto apoiado com recursos do Governo do Estado, por meio da Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (AGDI), enquanto política pública de apoio à criação e ao fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais (APL), no RS.

⁴⁷ *Tops* de lã penteada é a matéria-prima utilizada para a produção de fios para tecelagem, malharia e *tricot*.

da ADAC encontra(ria)-se marginalizada em relação ao Estado. Porém, Borba (2002) sustenta que justamente por não ter se modernizado, mantém o potencial necessário para o desenvolvimento sustentável, por meio do desenvolvimento endógeno e dos processos de participação.

A ADAC tem como propósito ampliar, no sistema produtivo local, a abordagem das cadeias agroalimentares curtas que, de acordo com Scarabelot e Schneider (2012, p. 107), “[...] remete a formas de comercialização da produção agrícola que busca a proximidade entre produtores e consumidores, possibilitando uma conexão que permita maior interatividade na construção mútua de relações de confiança”. Os autores defendem que a agricultura familiar pode ocupar um espaço importante na relação à mudança no padrão de consumo da população, uma vez que o produto chega ao consumidor comum em

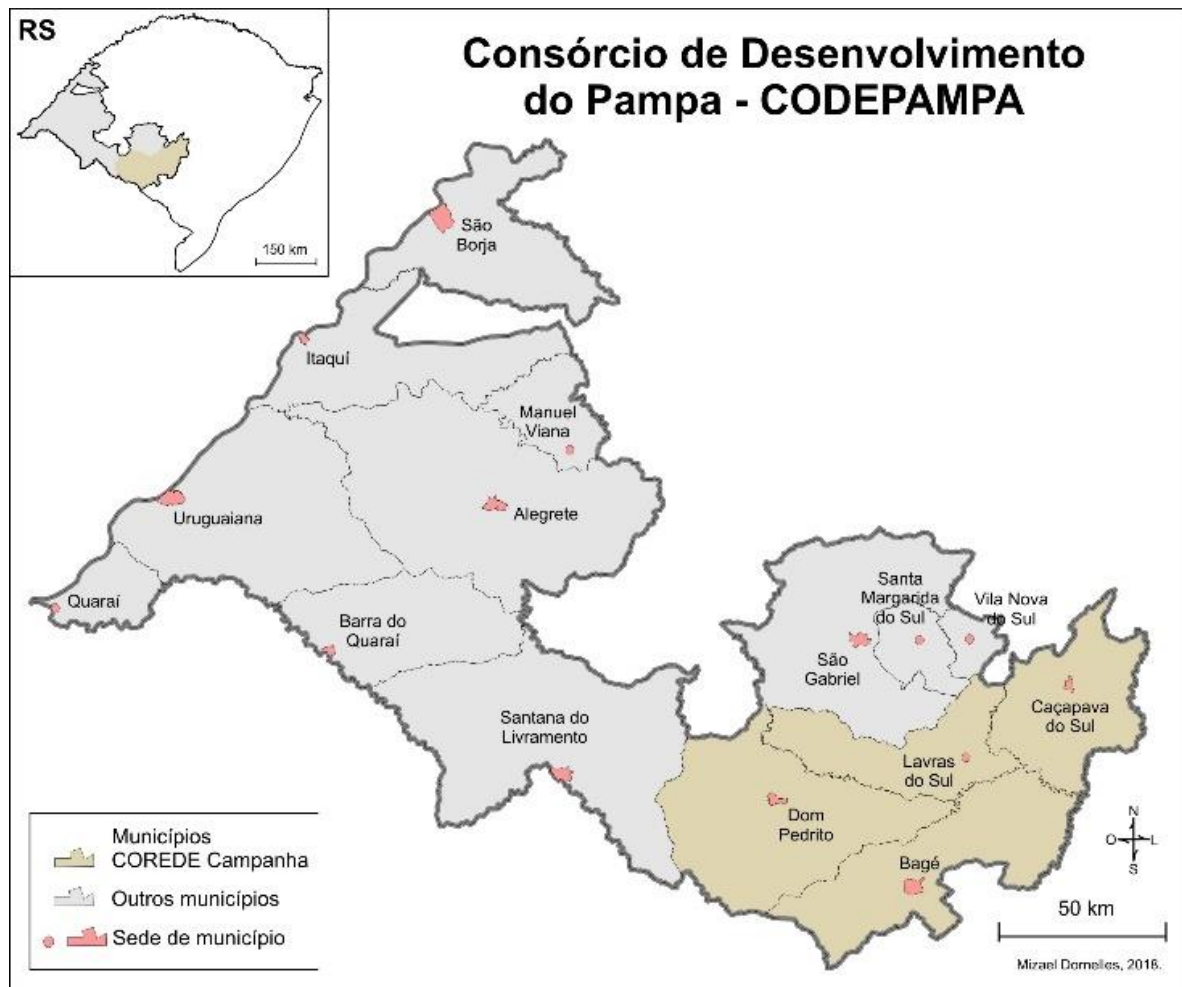
[...] grau significativo de informações e carregado de valor sobre seu processo de produção. [...] fazendo crescer a valorização dos alimentos produzidos localmente e a produção orgânica, agroecológica e artesanal das cadeias curtas, o que permite uma reconexão entre produtores. As cadeias agroalimentares curtas de desenvolvimento local e consumidores. (SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012, p. 108-109).

Na mesma direção, amplia-se para a perspectiva da pecuária familiar, como no caso do APL Ovino – Turismo – da Região do Alto Camaquã. Atualmente, encontra-se em discussão o projeto de mineração de chumbo, no município de Caçapava do Sul, apoiado por políticas públicas que orientam a exploração de minerais necessários ao modo hegemônico de produção (na perspectiva da singularidade), em contraposição ao projeto de desenvolvimento do território do Alto Camaquã que mantém a tradição na produção pecuária orientada para a sustentabilidade (na perspectiva da particularidade), apoiada por um conjunto de instituições localizadas na RCC e pelo BNDES.

2.3.2.5 Consórcio para o Desenvolvimento do Pampa - CODEPAMPA

O Consórcio para o Desenvolvimento do Pampa (C12ODEPAMPA), surgiu em 2015, como integrador dos municípios de Alegrete, Bagé, Barra do Quaraí, Caçapava do Sul, Dom Pedrito, Itaqui, Lavras do Sul, Manoel Viana, Quaraí, Santa Margarida do Sul, Santana do Livramento, São Borja, São Gabriel, Uruguaiana e Vila Nova do Sul (Mapa 8), localizados no Corede da Campanha e no Corede da Fronteira Oeste. E também, como alternativa para o desenvolvimento, principalmente pela concentração de forças políticas, pela extensão do território e pelos baixos índices de desenvolvimento.

Mapa 8 - Municípios que compõem o CODEPAMPA, 2018



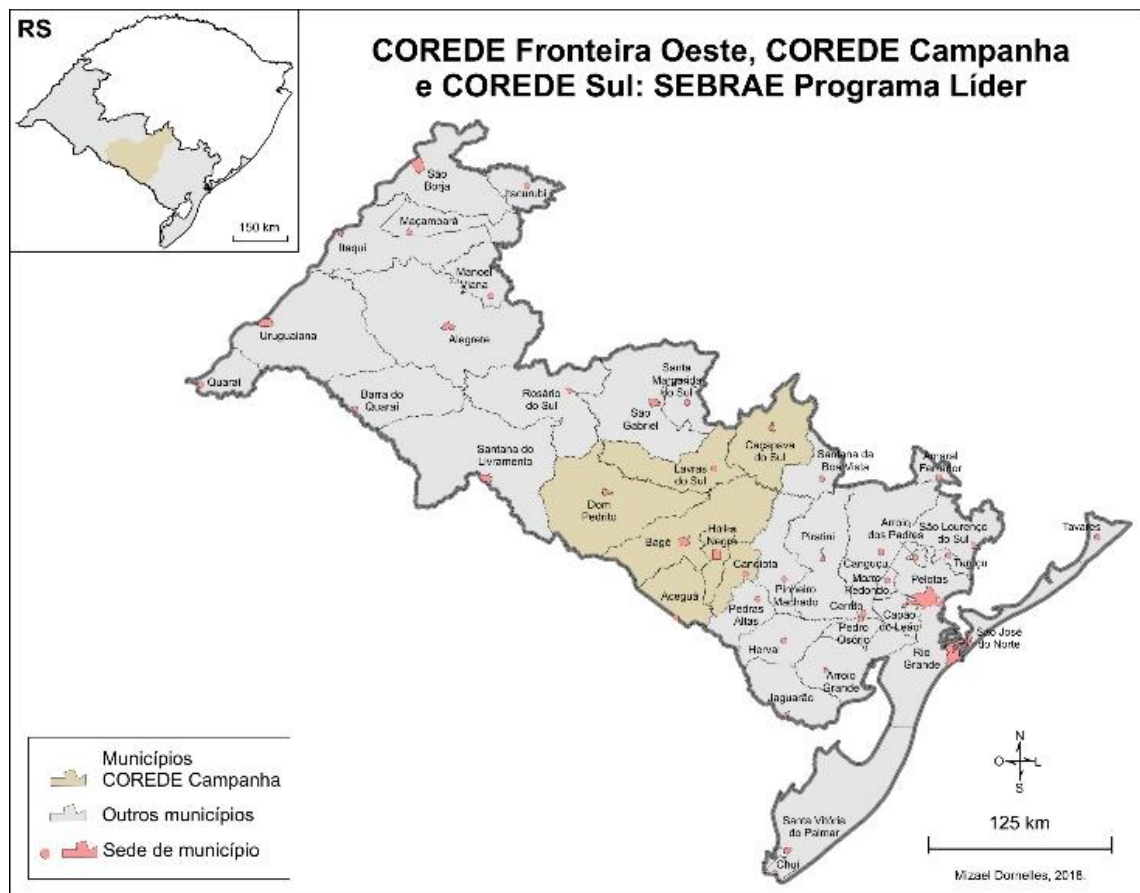
Fonte: IBGE – base cartográfica, 2010.
 Organização: Elisabeth Cristina Drumm.
 Elaboração: Mizael Dornelles.

Pelo Estatuto, o CODEPAMPA é uma associação pública, constituída sob a forma de pessoa jurídica de direito público interno, integra a administração indireta, conforme aprovação de Lei Municipal pelo Poder Legislativo dos municípios que o compõem, e sua finalidade está expressa principalmente nos seguintes itens: 1) representar o conjunto dos entes que o integram; 2) implementar iniciativas de cooperação no plano da integração regional, para promoção do desenvolvimento regional e transfronteiriço; 3) promover formas articuladas de planejamento ou desenvolvimento regional; 4) planejar, adotar e executar projetos, obras e outras ações; 5) fortalecer e institucionalizar as relações entre o poder público e as organizações da sociedade civil. Tendo os seguintes focos de atuação: Infraestrutura; Desenvolvimento Econômico Regional; Desenvolvimento Urbano e Gestão Ambiental; Saúde; Educação; Inclusão Social e Direitos Humanos; Segurança Pública; Fortalecimento Institucional; Desenvolvimento de Ações de Segurança Alimentar.

2.3.2.6 Programa Líder – Liderança para o Desenvolvimento Regional da Fronteira Sul

O Programa Líder - Liderança para o Desenvolvimento Regional do SEBRAE, mobilizou mais de 120 lideranças da região Sul do Rio Grande do Sul. Na região do Corede Sul,⁴⁸ o programa iniciou em 2008, e expandiu-se para as regiões do Corede Campanha e Corede Fronteira Oeste (Mapa 9), a partir de 2015.

Mapa 9 - Municípios que compõem o Programa Líder - SEBRAE, 2018



Fonte: IBGE – base cartográfica, 2010.
 Organização: Elisabeth Cristina Drumm.
 Elaboração: Mizaél Dornelles.

Em 2017, o Programa apresentou os eixos priorizados como estratégicos em cada região:

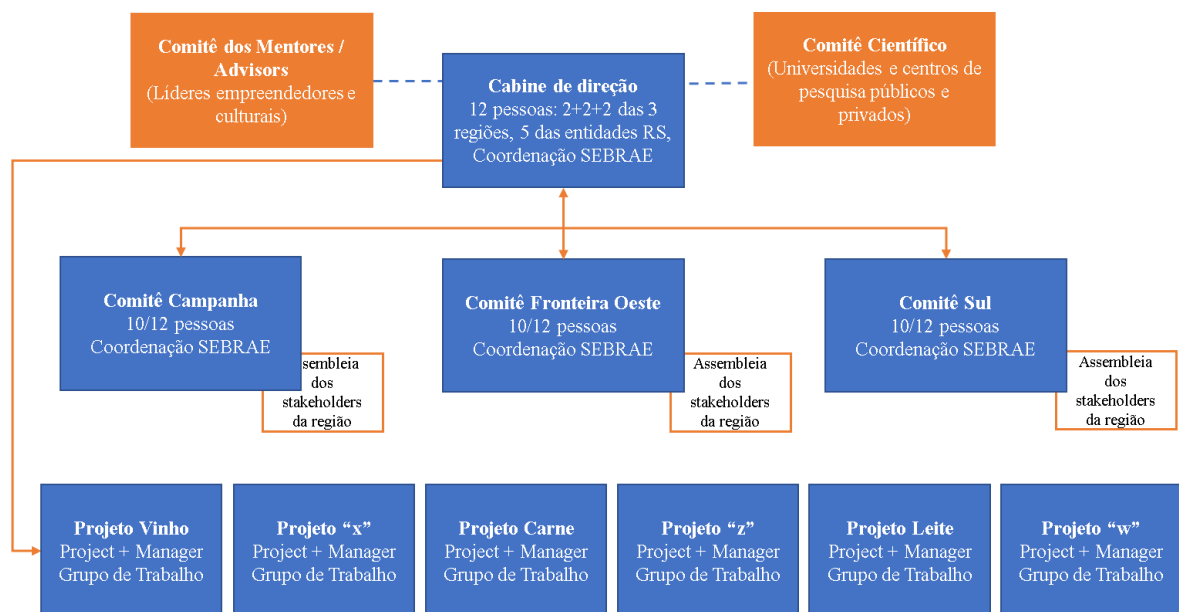
1) LIDER Campanha: Agronegócio, Educação, Energia e Turismo; LIDER Fronteira-Oeste: Agronegócio, Energia, Indústria e Turismo; e LIDER Sul: Agronegócio, Educação, Energia e

⁴⁸ O Conselho Regional de Desenvolvimento do Sul (COREDE-SUL) é constituído pela delimitação territorial para sua atuação os seguintes municípios: Amaral Ferrador, Arroio Grande, Arroio do Padre, Canguçu, Capão do Leão, Cerrito, Chuí, Herval, Jaguarão, Morro Redondo, Pedras Altas, Pedro Osório, Pelotas, Pinheiro Machado, Piratini, Rio Grande, Santa Vitória do Palmar, Santana da Boa Vista, São José do Norte, São Lourenço do Sul, Tavares e Turuçu.

Recursos Hídricos, Tecnologia e Inovação e Turismo. Observa-se que o agronegócio encontra-se presente nas estratégias dos 3 Coredes. Na RC o esforço é qualificar a produção de carne bovina, na perspectiva de agregar valor, tendo em vista a sua origem. O foco prioritário do turismo na região, está orientado para o Enoturismo.

A governança do Programa (Figura 4), evidencia a possibilidade de integração de outros programas em andamento nas regiões de abrangência do Corede Sul, Corede Campanha e Corede Fronteira-Oeste, principalmente pelas lideranças reunidas na Cabine de Direção. A intenção também foi a de reunir lideranças de destaque na região, seja pelo seu envolvimento em ações empresariais, de fomento ao empreendedorismo ou culturais, os chamados Mentores.

Figura 4 - O sistema de governança para o Programa Líder - SEBRAE



Fonte: SEBRAE, 2018.

Além disso, a governança prevê um Comitê Científico, formado pelas instituições de ensino, de pesquisa e de extensão da região, de maneira a disponibilizar o conhecimento científico e tecnológico em favor dos projetos prioritizados. Por fim, o Observatório de Desenvolvimento, deverá reunir e disponibilizar informações de maneira que contribuam com o desenvolvimento da região.

3 AS TRAMAS DA CULTURA E DO DESENVOLVIMENTO NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA

Em tendo percorrido o contexto socio-histórico que constituiu a RCC, e se evidenciado os elementos econômicos e políticos que definem a sua identidade, esta que está em permanente construção, nesse capítulo é dada continuidade à busca por respostas para atender o objetivo de caracterizar o contexto regional da RCC, considerando a sua história, sua territorialidade, e a perspectiva da cultura e do desenvolvimento.

A RC, dada a sua origem, seja pela existência de povoados indígenas, ou pelos processos de ocupação e de povoamento do território, a partir da presença de portugueses e de espanhóis, seguida de movimentos de colonização pelos alemães, italianos e árabes, evidencia-se como um campo vasto de investigação, considerando a perspectiva do hibridismo e da cultura de fronteira. Trata-se de uma Região que a partir de suas relações com a fronteira, seja por questões de segurança, pelo estabelecimento comercial, ou definitivamente, pelas manifestações culturais e pela diversidade construída desde a sua origem, torna-se terreno fértil para estudos relacionados ao consumo cultural e políticas públicas orientadas pelo viés cultural.

Para tanto, neste capítulo estão reunidos quatro aspectos relacionados à questão cultural no Brasil, organizados da seguinte forma: as concepções de cultura na história recente do Brasil; a organização de um sistema de cultura no país; as concepções norteadoras de cultura e a cultura popular (incluído os EC e a teoria das mediações, materializada ou instrumentalizada no Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura); e as relações entre cultura e desenvolvimento (incluído o Idecult⁴⁹ dos municípios da RCC).

3.1 A Construção do campo da cultura: entre os limites materiais e simbólicos

Nesta seção o objetivo é compreender a construção de certa concepção de cultura no Brasil, considerando seu processo socio-histórico que definiu, e define a identidade brasileira, e daquele que habita a RCC. No capítulo 4, é apresentado o movimento em torno das políticas públicas de cultura, já mais próximo do PCT. Assim, o propósito foi lançar-se em busca de elementos que materializem a concepção de cultura no contexto regional da RCC, o que implica compreender como ela se constituiu ao longo de um determinado período da história do Brasil e, portanto, definiu a configuração das políticas públicas de cultura, até chegar no PCT-VC.

⁴⁹ O Idecult, desenvolvido por Silva e Araújo (2010), do IPEA, em cooperação com a Unesco, procura visualizar o desenvolvimento da economia da cultura em nível de cada município.

Optou-se por, nesse momento da tese, apesar de ainda não ter trabalhado a política pública de forma conceitual, reunir junto à elaboração da concepção de cultura, aproximações com as práticas realizadas por meio de políticas públicas de cultura, a partir do final do século XIX no Brasil.

Assim, os períodos considerados são os seguintes:⁵⁰ 1) períodos do final do século XIX e do início do século XX, sendo o último instaurado pelo governo Getúlio Vargas (até 1945): política que valorizava o nacionalismo e a brasilidade, com a criação de importantes instituições, relacionadas, por exemplo, ao cinema, música, literatura e artes, com foco na perspectiva educativa, por meio inclusive da radiodifusão, além da criação de serviços relacionados ao teatro e ao patrimônio cultural;⁵¹ 2) Período do autoritarismo, de 1964 – 1985: implementação da lógica da indústria cultural, marcada pela violência e perseguições, seguida da implementação do primeiro Plano Nacional de Cultura e da implementação de importantes órgãos, como o Centro Nacional de Referência Cultural (1975) e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan (1979); 3) Período neoliberal de retirada do estado: 1989 – 2000, com os governos de José Sarney de Araújo Costa (1985-1989),⁵² Fernando Collor de Melo (1990-1992) e Itamar Augusto Cautiero Franco (1992-1994): reconhecimento singular da cultura com a materialização de uma estrutura e de um processo de financiamento da cultura, tendo como alicerce a Lei Sarney, enquanto marco da política pública de apoio a produção cultural; 4) período democrático dos governos de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), por meio do projeto neoliberal e de retração do papel do estado; seguido de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010), de Dilma Vana Rousseff (2011-2016), e de Michel Miguel Elias Temer Lulia (2016-2018), os dois primeiros em torno do processo de democratização da cultura e de descentralização.

As datas que limitam os períodos analisados, referem-se aos períodos de gestão dos governos em cada época, e não traduzem ou determinam os limites entre uma construção conceitual e outra, sendo apenas uma referência temporal.

3.1.1 Um ponto de partida: a mestiçagem, o nacional e os intelectuais

Refletir sobre o processo de implementação do PCT-VC, enquanto resultado de uma

⁵⁰ O detalhamento sobre cada período está inserido na seção 4.1.2 Política pública de cultura no Brasil: um caminho percorrido.

⁵¹ Período de 1945 a 1964 sem movimentos em torno de políticas públicas de Estado.

⁵² Apesar de ter criado o Ministério da Cultura.

política pública, implica reconhecer a construção da concepção de cultura enquanto associada à construção da sociedade brasileira e nela, da identidade da sociedade da RCC (já trabalhado no capítulo 2. A particularidade da concepção acerca da cultura brasileira, segundo Ortiz (2012), durante o século XIX, se dá a partir da combinação da perspectiva do evolucionismo (distingue povos primitivos, simples, de sociedades complexas, ocidentais) pelos intelectuais brasileiros com os conceitos de meio e raça,⁵³ e que resulta na concepção de que “ser brasileiro significa viver em um país geograficamente diferente da Europa, povoado por uma raça distinta da europeia” (ORTIZ, 2012, p.17).

Os intelectuais, a partir do meio e da raça, traduzem os elementos para a constituição da identidade brasileira. Por meio, associaram as condições climatológicas que justificaram o atraso brasileiro, vinculando o fracasso às dificuldades ou às facilidades encontradas junto ao meio ambiente (ORTIZ, 2012). A questão racial, mais abrangente, nela primeiro os intelectuais romantizam o índio (nativo), ignoram o negro escravo e se utilizam da abolição da escravatura como fato político que “[...] marca uma nova ordem onde o negro deixa de ser mão-de-obra escrava para se transformar em trabalhador livre” (ORTIZ, 2012, p. 19). Assim, passa a ser considerado um cidadão de segunda categoria, porém, o mesmo é associado ao dinamismo da vida social e econômica brasileira, e sua ocisão é reavaliada pelos intelectuais e pelos produtores de cultura. Na sequência, a mestiçagem é retomada, e primeiro o Brasil se constitui pela fusão de três raças, sendo a branca a superior (ORTIZ, 2012).

O mestiço, para os intelectuais do século XIX, “[...] representou uma categoria através da qual se exprime uma necessidade social – a elaboração de uma identidade nacional” (ORTIZ, 2012, p. 20-21), ou seja, segundo o autor, uma aclimatação do europeu nos trópicos. A mestiçagem é real, pois se refere às condições sociais e históricas da etnia brasileira e, também é simbólica, uma vez que tem conotações nacionalistas, ou seja, orientam a construção de uma “nação brasileira”, de acordo com Ortiz (2012). Os limites concretos (defeitos transmitidos pela herança genética) e simbólicos (realidade inferiorizada) dos mestiços seriam resolvidos pela cadeia da evolução social e eliminados os estigmas das “raças inferiores”, o que politicamente coloca a construção de um Estado Nacional como meta e não como realidade presente (ORTIZ, 2012, p. 21).

As teorias raciológicas, segundo Ortiz (2012), predominaram no Brasil junto à elite, entre 1888 e 1914, uma vez que o dilema dos intelectuais era o de construir uma identidade nacional, sendo elementos centrais a abolição, o aproveitamento do escravo como proletário e a

⁵³ Concepção adotada na época, mas que não se constitui referência para este estudo, no qual é adotado etnia como concepção, uma vez que remete ao contexto e ao cotidiano social, no qual uma sociedade está inserida.

consolidação da República (ORTIZ, 2012, p. 30). Portanto, a questão de raça é a linguagem por meio da qual se apreende a realidade social, sendo que ela reflete inclusive o impasse de um Estado Nacional que ainda não se consolidou. Nesse sentido, as teorias “[...] importadas têm uma função de legitimadora e cognoscível da realidade” (ORTIZ, 2012, p. 30). Por exemplo, segundo o autor, a política imigratória, além da justificativa econômica, encontra no branqueamento futuro da população a dimensão ideológica,

[...] ao retirar do mestiço as qualidades da racionalidade, os intelectuais do século XIX estão negando, naquele momento histórico, as possibilidades de desenvolvimento real do capitalismo brasileiro. Ou melhor, eles têm dúvidas em relação a esse desenvolvimento, pois a identidade forjada é ambígua, reunindo pontos positivos e negativos das raças que se cruzam. (ORTIZ, 2012, p. 39).

Nas primeiras décadas do século XX, o Brasil passa pelo processo de urbanização, industrialização e emergência da classe média. Adjetivos como “preguiça” e “indolência”, características do mestiço, são substituídas por uma ideologia do trabalho, identificando “[...] na ação cultural do governo Vargas, por exemplo, na ação que se estabelece em direção à música popular” (ORTIZ, 2012, p. 43). Nesse período, observa-se “[...] uma transformação cultural profunda, pois se busca adequar as mentalidades às novas urgências de um Brasil “moderno”” (ORTIZ, 2012, p. 43).

No Brasil, ao ser adotado o discurso que “permitia” o brasileiro se pensar positivamente, no encaminhamento do Estado Novo, na tentativa de harmonizar uma identidade nacional, principalmente a partir do mito das três raças, pois “[...] ele não somente encobre os conflitos raciais como possibilita a todos de se reconhecerem como nacionais” (ORTIZ, 2012, p. 44).

Nesse sentido, observa-se a existência de dois fenômenos, um relacionado à constituição de uma identidade nacional, e outro às questões identitárias regionais. Na primeira, a concepção de que o mestiço, o negro e o índio não poderiam representar a identidade nacional, ou seja, o espelho da nação, nem tão pouco a grande massa trabalhadora. Na segunda, as questões identitárias regionais e as disputas entre as elites, no caso do Rio Grande do Sul, que são disputas pelo poder que se dão por meio de dois projetos distintos de desenvolvimento, uma elite agrária tradicional da Campanha versus novas elites urbanas, industriais e até mesmo da agricultura moderna da metade Norte.

Os fatos inaugurais da política cultural no Brasil estão centrados na criação do Departamento de Cultura de São Paulo, por Mário Raul de Moraes Andrade, e na atuação do governo Vargas, nos anos 1930 a 1940. O que Rubim (2007a) aponta como sendo elementos que permitem um corpo consistente para a pesquisa e a reflexão, assim, refere-se a dois

experimentos ou inaugurações:

[...] a passagem de Mário de Andrade pelo Departamento de Cultura da Prefeitura da cidade de São Paulo (1935–1938) e a implantação do Ministério da Educação e Saúde, em 1930, e mais especificamente a presença de Gustavo Capanema, à frente deste ministério de 1934 até 1945. (RUBIM, 2007a, p. 13).

Por se tratar de uma experiência municipal, a repercussão da ação de Mário de Andrade foi sem precedente à época. Rubim (2007a) resume desta forma suas inovações:

1. estabelecer uma intervenção estatal sistemática abrangendo diferentes áreas da cultura; 2. pensar a cultura como algo “tão vital como o pão”; 3. propor uma definição ampla de cultura que extrapola as belas artes, sem desconsiderá-las, e que abarca, dentre outras, as culturas populares; 4. assumir o patrimônio não só como material, tangível e possuído pelas elites, mas também como algo imaterial, intangível e pertinente aos diferentes estratos da sociedade; 5. patrocinar duas missões etnográficas às regiões amazônica e nordestina para pesquisar suas populações, deslocadas do eixo dinâmico do país e da sua jurisdição administrativa, mas possuidoras de significativos acervos culturais (modos de vida e de produção, valores sociais, histórias, religiões, lendas, mitos, narrativas, literaturas, músicas, danças etc.). (RUBIM, 2007a, p. 15).

Outro movimento inaugurador, este em âmbito nacional, segundo Rubim (2007a), foi construído pelo ministro Gustavo Capanema, que era o responsável pelo setor nacional da cultura, entre os anos de 1934 e 1945, durante o governo Getúlio Vargas (1930-1945). Acolheu muitos intelectuais e artistas progressistas, apesar da perspectiva negativa, peculiar à toda ditadura, a perspectiva “afirmativa” materializa-se por meio de “[...] formulações, práticas, legislações e (novas) organizações de cultura” (RUBIM, 2007a, p. 16).

Para o autor, o Departamento de Informação e Propaganda (DIP), foi uma instituição singular no período, pois “[...] conjuga como ninguém a face “negativa” (censura, etc.) e a “afirmativa” (produção de materiais em diferentes registros), buscando, simultaneamente, reprimir e cooptar o meio cultural, seus intelectuais, artistas e criadores” (RUBIM, 2007a, p. 16). A política cultural, neste período, “[...] valorizava o nacionalismo, a brasilidade, a harmonia entre as classes sociais, o trabalho e o caráter mestiço do povo brasileiro” (RUBIM, 2007a, p. 16). Dentre as instituições criadas, o autor cita a Superintendência de Educação Musical e Artística, o Instituto Nacional de Cinema Educativo (1936), o Serviço de Radiodifusão Educativa (1936), o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Sphan) (1937), o Serviço Nacional de Teatro (1937), o Instituto Nacional do Livro (1937) e o Conselho Nacional de Cultura (1938).

O movimento de constituição identitária do sujeito do Rio Grande do Sul e da RC, desde a presença dos indígenas, seguido dos mestiços e dos gaúchos andantes, foi no sentido de defini-

la como os “sem terra”, ou seja, refere-se a uma identidade relacionada ao contexto socio-histórico da época, cuja centralidade estava na condição de não haver lugar para estes. Cumpre-se destacar que o movimento em torno da construção de uma identidade (positiva), fortemente associada com o processo de urbanização e de industrialização no Brasil, não produz um reflexo imediato na RC, uma vez que a região ainda apresentava resultados expressivos do sistema agropastoril.

Ainda sobre os intelectuais,⁵⁴ Gramsci (1982) os define como um grupo social constituído a partir do modo de produção econômica que cria uma consciência acerca da própria função, no âmbito econômico, social e político, influenciando, inclusive, na organização de uma nova cultura, envolvendo o capitalista, o cientista, o empresário⁵⁵ com capacidade de organizar a sociedade em torno do seu sistema complexo de serviços. Além disso, essas categorias de intelectuais encontraram, em decorrência de seu processo histórico, categorias intelectuais preexistentes, enquanto “[...] representantes de uma continuidade histórica que não fora interrompida nem mesmo pelas mais complicadas e radicais modificações das formas sociais e políticas” (GRAMSCI, 1982, p. 5).

Essa concepção é observada na atual configuração de instituições da RCC, formada por elementos que defendem a ordem a partir de seu sistema de serviços, sendo um exemplo da capacidade de organização de diferentes segmentos em torno de seus interesses (abordado na seção 2.3.2). Dentro dos movimentos institucionais em prol do desenvolvimento da RCC, encontram-se presentes elementos que marcam a complexidade das relações entre os modos de produção tradicionais, tais como a mineração e a produção extensiva em latifúndios.

3.1.2 Seguindo pelos caminhos das culturas populares

Seguindo o percurso histórico de revelação da discussão da cultura no Brasil, a partir da implementação do Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB),⁵⁶ em 1955, estabelece-se

⁵⁴ Para Gramsci (1982, p.7), “todos os homens são intelectuais, poder-se-ia dizer então; mas nem todos os homens desempenham na sociedade a função de intelectuais”.

⁵⁵ Não necessariamente todos, mas uma elite deles.

⁵⁶ O ISEB foi criado pelo Decreto nº 37.608, de 14 de julho de 1955, como órgão do Ministério da Educação e Cultura. A sua finalidade, de acordo com o Art. 2º foi “[...] o estudo, o ensino e a divulgação das ciências sociais, notadamente da sociologia, da história, da economia e da política, especialmente para o fim de aplicar as categorias e os dados dessas ciências à análise e à compreensão crítica da realidade brasileira, visando à elaboração de instrumentos teóricos que permitam o incentivo e a promoção do desenvolvimento nacional”. A competência do ISEB, de acordo com o Art. 3º, era de: “I - Empreender estudos e pesquisas; II - Realizar cursos e conferências; III - Editar publicações periódicas e obras, originais ou traduzidas; IV - Promover concursos e conferir prêmios e bolsas de estudo; V - Divulgar, por todos os meios adequados, os estudos e trabalhos, próprios ou de terceiros, que atendam à sua finalidade” (BRASIL, 1955).

na identificação, um exercício de aproximação com a realidade social, cujo movimento também passa a ser abordado pelos isebianos, que apontam a cultura como as “[...] objetivações do espírito humano” (ORTIZ, 2012, p. 45) privilegiando a história a ser construída. Ou seja, para eles o domínio da cultura, como elemento de transformação socioeconômica e abrindo novas perspectivas na discussão sobre cultura brasileira.

Apesar do golpe de 1964, ter erradicado qualquer possibilidade de oficialização das teorias do ISEB, mas que se popularizaram e se transformaram no que Ortiz (2012) denominou de “religiosidade popular”, nas discussões sobre cultura brasileira, que se distribui socialmente por meio de peças teatrais, na música e nas cartilhas escolares, ultrapassando o terreno da cultura popular e se insinuando no teatro e no cinema.

Portanto, nesta reflexão, parte-se do fato de que o tema cultura popular é controvertido, e que diferentes correntes assumem e resumem posições contrárias a seu respeito. Para a corrente dedutivista,⁵⁷ não existe uma cultura popular autônoma em relação à cultura da dita classe dominante e que, portanto, “[...] só se pode conhecer aquilo que é chamado de cultura popular a partir das lentes da cultura dominante” (COELHO, 1997, p. 119). Enquanto que para os indutivistas,⁵⁸

[...] a cultura popular é um corpo com características próprias, inerentes às classes subalternas, com uma criatividade específica e um poder de impugnação dos modos culturais prevalentes sobre o qual se fundaria sua resistência específica. Somente é possível apreender a natureza dessa cultura mediante seus próprios depoimentos diretos, expressos em suas obras ou em declarações explícitas de seus produtores. (COELHO, 1997, p. 119).

Por outro lado, as considerações intermediárias apresentam a cultura popular como

⁵⁷ “Nos estudos sobre as culturas populares, são dedutivistas os que as descrevem e entendem mediante um movimento analítico que vai do geral para o particular. Para esta corrente, determinantes no nível geral, alternada ou cumulativamente, é o sistema de produção considerado em sua totalidade, as classes dominantes, a indústria cultural. O dedutivismo atribui ao aparelho de Estado ou aos segmentos e classes que o controlam - entre os quais, a indústria cultural tal como se manifesta em particular no audiovisual - um poder determinante de manipulação sobre a produção e a recepção cultural das classes subalternas. Estas não teriam uma autonomia no sentido pleno da palavra, nem uma diferença específica e tampouco se apropriariam do que lhes é transmitido ou imposto de um modo particular que lhes permitisse reelaborar esse material ou resistir-lhe de algum modo. Para os dedutivistas, a representação predominante das culturas subalternas e das classes populares é aquela, e apenas aquela, fornecida ou permitida pela cultura hegemônica” (COELHO, 1997, p. 142).

⁵⁸ “[...] o indutivismo assume como ponto de partida a ideia de que existem nas culturas populares traços específicos e intrínsecos que se originam e manifestam de modo independente em relação às linhas de força da cultura hegemônica. Estas culturas ditas subalternas manifestariam assim uma criatividade própria e um poder de resistência cultural capaz de manter intatas suas propriedades intrínsecas. Para o indutivismo, a única representação possível das culturas populares é aquela que elas mesmas fornecem. Há dois aspectos centrais no indutivismo a considerar. Primeiro, a ideia de que os produtos culturais das classes populares são espontâneos e trazem em si as marcas autônomas desse universo, o que é discutível, e segundo, que as representações que esses produtos (ou seus autores) dão do modo de produção e de existência dessa cultura são autênticas e devem ser tomadas tais quais” (COELHO, 1997, p. 142-143).

[...] um conjunto heterogêneo de práticas que se dão no interior de um sistema cultural maior e que se revelam, como expressão dos dominados, sob diferentes formas evidenciadoras dos processos pelos quais a cultura dominante é vivida, interiorizada, reproduzida e eventualmente transformada ou simplesmente negada. Nesta concepção, a cultura popular não se apresenta como uma cultura à parte da cultura erudita ou dominante, mas como um modo no interior de outro, com o qual dialoga (ou não) em diferentes comprimentos de onda. (COELHO, 1997, p. 119).

Por se tratar de elementos heterogêneos, a cultura popular não é restrita à tradição e ao folclore, mas entendida como uma constelação “[...] de diferentes perspectivas e produtos culturais cujos traços específicos, se existentes, devem ser procurados caso a caso e não definidos a priori” (COELHO, 1997, p. 119). As divergências entre diferentes correntes de pensadores, de acordo com Coelho (1997), oportunizam a definição de culturas populares, no plural, uma vez que,

esta visão mais elástica das culturas populares permite entendê-las como uma miríade de processos sociais concretos, originados no passado ou propostos por elementos modernos, que respondem a necessidades concretas dos grupos que as produzem e dela se alimentam em sua luta pela sobrevivência. (COELHO, 1997, p. 120).

Com relação às culturas associadas, os estudos apoiam-se em Canclini (1983), ao defender que a cultura não pode ser entendida como a “expressão” da personalidade de um povo (maneira do idealismo), mas que é um produto da interação das relações sociais; nem se trata de um conjunto de tradições ou de ideias preservadas de forma etérea, uma vez que toda produção cultural surge a partir das condições materiais, especialmente nas classes populares, cujas manifestações estão ligadas de maneira mais estreita e cotidiana ao trabalho material. Nem tampouco, explicável como formas vazias dotadas de um caráter universal (estilo funcionalista) ou ainda como lógicas mentais, que adotam modalidades particulares em contextos variados (estruturalismo). Ainda, para o autor,

[...] as culturas populares (termo que achamos mais adequado do que a cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte de seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida (CANCLINI, 1983, p. 42).

Ao partir da concepção de cultura como representação, produção, reprodução e reelaboração simbólica, em que o povo compartilha “[...] as condições gerais de produção, circulação e consumo do sistema em que vive [...] criando as suas próprias estruturas” (CANCLINI, 1983, p. 43), e são construídas em dois espaços. O primeiro, formado pelas práticas profissionais, familiares e comunicacionais, e as formas organizadas pelo sistema

capitalista; e o segundo pelas práticas de pensamento acerca da realidade popular e o seu lugar na produção, circulação e consumo.

Além disso, Canclini (1983) afirma que os espaços da cultura hegemônica e o da cultura popular, são interpenetrados de maneira que a linguagem particular dos operários e dos camponeses é resultado de duas partes, isto é, da construção própria e da ressemantização da linguagem dos veículos de comunicação de massa e do poder político, e da mesma forma, a linguagem hegemônica dos meios de comunicação de massa ou dos políticos, levará em consideração as formas de expressões populares, na medida em que pretende alcançar o conjunto da população.

O popular, segundo Canclini (1983), não é um conjunto de objetos, mas sim uma posição e uma prática e, como tal,

[...] não pode ser fixado num tipo particular de produtos ou mensagens, porque o sentido de ambos é constantemente alterado pelos conflitos sociais. Nenhum objeto tem seu caráter popular garantido para sempre porque foi produzido pelo povo ou porque este o consome com avidez; o sentido e o valor populares vão sendo conquistados nas relações sociais. É o uso e não a origem, a posição e a capacidade de suscitar práticas ou representações populares, que confere essa identidade. (CANCLINI, 1983, p. 135).

Hall (2003) aborda o que é cultura popular e o que não é, evidenciando em suas reflexões, três concepções. A primeira concepção parte da cultura popular como consumo de massa, ou seja, o senso comum de que algo é popular porque as massas consomem e apreciam. Nesse caso, as formas e as relações para a participação são puramente manipuláveis e os consumidores, portanto, aviltados e vivem em permanente estado de “falsa consciência”, como uma força passiva, constituem uma perspectiva antissocialista. Por outro lado, a corrente que defende uma contraposição dessa cultura com a autêntica "cultura popular", e sugere que a "verdadeira" classe trabalhadora não é enganada pelos substitutos comerciais. Porém, essa ignora as relações essenciais do poder cultural de dominação e de subordinação.

Assim, Hall (2003) aponta para os perigos dessa concepção orientada por dois extremos, sendo binária, ou seja, a de que as pessoas são inteiramente corrompidas ou inteiramente autênticas. Os EC, como consequência, deslocam-se entre dois polos inaceitáveis: da “autonomia” pura ou do total encapsulamento, sendo que o autor afirma o contrário, pois não existe uma “cultura popular” íntegra, autêntica e autônoma fora do campo das forças das relações de poder e de dominação cultural. Na segunda concepção do popular, mais descritiva, Hall (2003) indica que a mesma é todas essas coisas que o povo faz ou fez, ou aquilo que define o modo característico de vida. A dificuldade, para o autor, é definir o que não é cultura popular,

uma vez que se trata de uma lista infinita de possibilidades.

Além disso, o autor retoma a questão da oposição chave pertence/não pertence ao povo, uma vez que “[...] o princípio estruturador do “popular” neste sentido são as tensões e oposições entre aquilo que pertence ao domínio central da elite ou da cultura dominante e à cultura da “periferia”. É essa oposição que constantemente estrutura o domínio da cultura na categoria do “popular” e do “não popular”” (HALL, 2003, p. 256). Assim, trata-se da possibilidade de mudança de conteúdo de cada categoria, ou o valor cultural atribuído que pode promover o produto em uma escala cultural: o que hoje é popular, amanhã é não popular e vice-versa. Hall opta, portanto, por uma terceira definição para a expressão popular que

[...] considera, em qualquer época, as formas e atividades cujas raízes se situam nas condições sociais e materiais de classes específicas; que estiveram incorporadas nas tradições e práticas populares. Neste sentido, a definição retém aquilo que a definição descritiva tem de valor. Mas vai além, insistindo que o essencial em uma definição de cultura popular são as relações que colocam a “cultura popular” em uma tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante. (HALL, 2003, p. 258).

Nesse contexto, Hall (2003) define a concepção de cultura como aquela que se polariza em torno da dialética cultural, considera o domínio das formas e atividades culturais como um campo variável e observa o processo pelo qual essas relações de dominação e de subordinação são articuladas, sendo seu principal foco de atenção a relação entre a cultura e as questões de hegemonia. Além disso, defende que

[...] o significado de um símbolo cultural é atribuído em parte pelo campo social ao qual está incorporado, pelas práticas às quais se articula e é chamado a ressoar. O que importa não são os objetos culturais intrínsecos ou historicamente determinados, mas o estado do jogo das relações culturais: cruamente falando e de uma forma bem simplificada, o que conta é a luta de classes na cultura ou em torno dela”. (HALL, 2003, p. 258).

A partir dos estudos sobre os estilos de vida ou a expressão sistemática das condições de existência, aponta-se que a relação entre cultura e estilo de vida das classes sociais é determinada pela posse da cultura ou a sua falta. Em alguns casos, “[...] o culto à “cultura popular” é apenas uma forma irrepreensível do racismo de classe que leva a ratificar a provação cultural (justificando a evasão do sistema escolar)” (BOURDIEU; SAINT-MARTIN, 2003, p. 90-91). Os autores apontam que as características do estilo de vida das classes populares, representam uma forma de adaptação na posição que ocupa na estrutura social, a partir de uma forma de reconhecimento dos valores dominantes, ou seja,

[...] a distinção da classe popular das demais classes é cada vez menos resultado de sua intenção objetiva de seu estilo do que os meios econômicos e culturais que podem colocar em ação para realizá-la. Esse desapossamento da capacidade de formular os próprios fins (e imposição correlativa de necessidades artificiais) é a forma mais sutil de alienação”. (BOURDIEU; SAINT-MARTIN, 2003, p. 91).

Bourdieu e Saint-Martin (2003, p. 91), concluem afirmando que os pesquisadores que acreditam na existência de uma cultura popular (expressão que impõe a definição dominante da cultura), se ela existir, será “[...] apenas uma forma mutilada, diminuída, empobrecida e parcial da cultura dominante, e não o que eles chamam de contracultura”.

Nesse contexto, retomam-se questões originadas pelas diferentes abordagens relacionadas às culturas populares, e aos desafios a serem superados para a elaboração e implementação de políticas públicas no âmbito cultural. Segundo Coelho (1997, p. 121),

[...] algumas verão a cultura popular como um gueto a ser resguardado contra a cultura dominante (e, por vezes, contra si mesmo), enquanto outras deixarão livre caminho para os modos da indústria cultural eliminar os bolsões de cultura popular e outras ainda procurarão, pelo contrário, considerar a dinâmica cultural em sua totalidade fenomenológica e incentivar a popularização ou democratização da cultura ou, melhor ainda, o livre trânsito dos sujeitos e objetos culturais em toda sua multiplicidade.

Para Fávero (1983, p. 23-24), um movimento de cultura popular,

[...] é um movimento para a libertação do homem e só tem sentido na medida em que promover o homem não só como receptor, mas principalmente como criador de expressões culturais. [...] deverá promover a elaboração da cultura com o povo, fazendo-o participante da comunidade cultural e não criar uma cultura para o povo.

Gullar (1983, p. 49), refere-se a cultura popular como “[...] a necessidade de pôr a cultura a serviço do povo, isto é, dos interesses efetivos do país”, ou ainda “[...] a consciência de que a cultura tanto pode ser instrumento de conservação como de transformação social” (GULLAR, 1983, p. 50). Para o autor, trata-se da consciência revolucionária sobre realidade brasileira, seja acerca do problema do analfabetismo, que não está desconectado das condições de miserabilidade do camponês, nem da dominação imperialista. Compreender as dificuldades da indústria do livro, por exemplo, enquanto mecanismo resultante da deficiência do ensino e da cultura para a manutenção de privilégios da minoria da população.

Com o movimento iniciado por Getúlio Vargas, orientado para a modernização da agricultura, o Brasil transforma-se em um produtor de alimentos para o mundo, e o Rio Grande do Sul em um estado de desenvolvimento econômico expressivo, em decorrência da produção de grãos, e a RC em um produtor de trigo, seguido de arroz. Devido à crise do modelo agrícola de exportação, uma vez que a modernização não se mostrou eficaz no sentido de elevar o Brasil

ao patamar de desenvolvido, ocorre o endividamento dos agricultores e o êxodo que esvazia o campo, fatos associados também à grande crise do capitalismo mundial.

Tratar as culturas populares, no contexto desta tese, faz sentido uma vez que o VC tem a pretensão de inserir no cotidiano do trabalhador, o hábito de consumo de bens e de serviços culturais de forma contínua, trazendo na sua essência a perspectiva de garantir o direito de acesso à cultura, considerando a dimensão cidadã e simbólica, prevista no Plano Nacional de Cultura.⁵⁹

Nesse sentido, o movimento em torno das culturas populares, estabelece um novo momento na discussão acerca das concepções e das materialidades com que a cultura passa a ser compreendida. O VC é destinado ao trabalhador, sendo estabelecido um limite de renda para que o direito de acesso ao mesmo possa por ser por ele reivindicado. Trata-se de um limite que colocaria o consumidor-trabalhador em um contexto social marginal em relação aos demais trabalhadores e consumidores, ou daqueles que teriam o acesso ao direito de “consumir” cultura garantido.

Será que o trabalhador, ao aderir ao VC, estaria exercendo o direito de reivindicar seu direito constitucional de acesso aos bens e serviços culturais, em oposição ao movimento de manutenção das condições sociais e culturais, defendidas constantemente pelo poder hegemônico na RCC?

A partir de Martín-Barbero (2003), o interesse pelo popular dá-se em dois momentos, um no início do século XIX, sob a forma de censura política, uma vez que ao mesmo tempo em que são exaltadas suas manifestações, faz-se necessário seu desaparecimento devido ao desenvolvimento do capitalismo, sob a forma do Estado Nacional, e outro na segunda metade do século XIX, quando “[...] a antropologia introduz-se como disciplina, racionalizando e legitimando a exploração colonialista” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 43). O autor denomina esse movimento de romântico, a partir do qual o conceito de povo passa a sofrer uma dissolução ao longo do século XIX, sendo denominada pela esquerda como classe social (manutenção da denominação de povo pelos anarquistas e denominado de proletariado pelos marxistas), e pela direita, como massa.

Trata-se do processo que Martín-Barbero (2003) denomina de politização da ideia de povo, ou seja, “politização que significa a explicação da relação do modo de ser do povo com a divisão da sociedade em classes, e a historicização dessa relação como processo de opressão das classes populares pela aristocracia e pela burguesia” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 44). Para o autor, em síntese, trata-se de “[...] uma concepção de popular que tem como base a

⁵⁹ Esses temas serão retomados no Capítulo 4.

afirmação da origem social, estrutural da opressão como dinâmica da conformação da vida do povo” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.44).

Por esta tese referir-se ao trabalhador enquanto potencial consumidor de bens e serviços culturais, o foco parte da discussão marxista acerca do popular, cuja centralidade está no fato de que “o proletariado se define como classe exclusivamente pela contradição antagônica que a constitui no plano das relações de produção: o trabalho frente ao capital” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 48), sendo que a explicação dessa opressão se dá no plano econômico, ou seja, o da produção, e os demais planos do social partem dele.

O que entra no debate, na perspectiva marxista, é a negação do popular sob dois modos de operação, ou seja, a não-representação e o popular reprimido. O primeiro refere-se ao conjunto de atores (mulheres, jovens, aposentados), aos espaços (casa, relações familiares, hospital) e os conflitos que, apesar de aceitos socialmente, não são representados por partidos políticos de esquerda; o segundo às tradições culturais (práticas simbólicas, religiosidade, sabedoria poética, o campo das práticas festivas e o mundo das culturas indígenas), formado por aqueles que são obrigados a sobreviver às margens do social (prostitutas, homossexuais, alcoólatras, drogados etc.).

Além disso, há o limite marxista em pensar a questão da pluralidade de Matrizes Culturais na capacidade de se converterem em “matrizes constitutivas de sujeitos sociais e políticos, tanto no intercâmbio ou no enfrentamento entre formações sociais diferentes como no interior de uma formação social” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 52). O autor, conclui destacando a não possibilidade de remeter todos os conflitos a uma mesma contradição, e de analisar sob a única lógica do conflito de classes. Assim, pensar na dinâmica instalada a partir da implementação do VC na RCC, implica olhar para a relação entre classe trabalhadora (proletariado) e o capital, porém ampliando a análise para os fatores socio-históricos, políticos e culturais que definem e constituem a RCC.

O esforço de recuperação do Candombe, um ritmo proveniente da África presente há mais de 200 anos na grande região dos Pampas e que está sendo discutido, (re)ensinado e compartilhado na RCC, numa tentativa de trazer à memória coletiva, uma manifestação cultural do passado do cotidiano regional afrouruguaio. Basicamente um esforço do Ponto de Cultura Pampa Sem Fronteiras e da Sociedade Uruguaia de Socorros Mútuos de Bagé, juntamente com professores do curso de Música da UNIPAMPA e do IFSul, em contraposição à disseminação de tradições, em grande medida, construídas por intelectuais. O processo de recuperação do candombe remete ao que alguns pesquisadores privilegiam, que são as propostas de resistência à cultura dominante, enquanto exemplo daquilo que outros pesquisadores tendem a observar

como movimento cultural “que [...] acaba por se integrar de algum modo no sistema cultural mais amplo e que papel ela aí representa, apontando sua função criadora no interior desse esquema, quando existente, ou sua atuação preservadora e imobilista quando for o caso” (COELHO, 1997, p. 119-120).

Os conceitos dos autores percorridos até aqui, ao tratar as culturas populares, são essenciais para a reflexão desta tese, cujo foco é o consumo cultural de trabalhadores a partir de uma política pública, ou seja, de uma intenção política expressa sob a forma de um programa que, dadas as condições, insere o trabalhador no circuito de produção cultural, definido de forma macro (nacional), mas cuja implementação se dá em nível local, ou nesse caso, regional. Portanto, de acordo com Escosteguy, os EC cuja a ênfase está no “[...] remapeamento global do campo cultural, das práticas da vida cotidiana aos bens culturais, incluindo, é claro, os processos sociais de toda produção cultural” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 9), são uma tendência importante da crítica cultural, ao questionar as hierarquias entre as formas e as práticas culturais, decorrentes de oposições como cultura alta ou superior e baixa ou inferior, assim, a investigação da cultura popular.

3.1.3 Percorrendo o período autoritário e o processo de redemocratização

No contexto brasileiro, o período entre os anos de 1964 até 1985, marca a influência militar na organização da estrutura de instituições públicas e de políticas culturais orientadas para a produção e circulação. Conforme Ortiz (2012), em suas reflexões sobre o discurso do estado pós-64, em especial a produção e a organização da cultura, aponta para o ano de 1964 como um marco na história brasileira, devido ao sentido político e econômico que “[...] orientaram a sociedade brasileira na direção de um modelo de desenvolvimento capitalista bastante específico” (ORTIZ, p. 80-81), gerador de concentração de renda, de um mercado interno e de um desenvolvimento regional desigual, a partir da criação de um mercado de bens materiais e de bens simbólicos, relacionados à área da cultura.

Na América do Sul, segundo Gramsci (1982), encontram-se na base do desenvolvimento dos países os elementos fundantes da civilização espanhola e portuguesa (séculos XVI e XVII), “[...] caracterizada pela Contra-Reforma e pelo militarismo parasitário. As cristalizações, ainda hoje resistentes nesses países, são o clero e uma casta militar, duas categorias de intelectuais tradicionais fossilizadas segundo o modelo pátria-mãe europeia” (GRAMSCI, 1982, p. 21). Entre as características apresentadas pelo autor, destacam-se a presença de intelectuais do tipo rural, principalmente pelo domínio do latifúndio, e da restrita base industrial. Gramsci (1982,

p. 22), conclui que existem nas regiões americanas “[...] uma situação na qual o elemento laico e burguês ainda não alcançou o estágio de subordinação à política laica do Estado moderno, dos interesses e da influência política laica do Estado moderno, dos interesses e da influência clerical e militarista”.

O Brasil, nesse período, segundo Rubim (2007), retorna à tradição que associa autoritarismo e políticas culturais, em três momentos distintos: 1) de 1964 a 1968: a criação de empresas como a Telebrás e a Embratel e a implementação de uma lógica de indústria cultural para o controle dos meios audiovisuais e da integração simbólica do país. Intelectuais que apoiam o regime, do Conselho Federal de Cultura (1966), demonstram preocupação com a penetração da mídia e seu impacto sobre as culturas regionais e populares; 2) do final de 1968 a 1974: período dominado pela violência, prisões, tortura, assassinatos e censura sistemática, bloqueando toda a dinâmica cultural anterior; 3) de 1974 a 1985: o período caracteriza-se pela “distensão lenta e gradual” (General Geisel) e pela “abertura” (General Figueiredo). Pela primeira vez o país teria um Plano Nacional de Cultura (1975). Dois movimentos acontecidos neste período de políticas culturais: 1) a criação e o desenvolvimento da Fundação Nacional de Artes (Funarte), a partir da experiência do Plano de Ação Cultural (1973); 2) as mutações organizacionais, de pensamento e de ação associados à figura de Aloísio Magalhães, que criou ou renovou organismos como o Centro Nacional de Referência Cultural (1975), o Iphan (1979), o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Sphan e o Pró-Memória (1979), e a Secretaria de Cultura do MEC (1981) (RUBIM, 2007).

A ideia da submissão ao Poder Nacional é ampliada, de maneira que o Estado “[...] deve estimular a cultura como meio de integração, mas sob o controle do aparelho estatal” (ORTIZ, 2012, p. 83). O autor destaca que, no período entre 1964 e 1980, foi significativamente ampliado o nível de produção, de distribuição e de consumo de bens culturais, sendo que os maiores investidores são o Estado e as multinacionais. Além disso, o período também tem sido considerado por duas situações: período em que são produzidos e difundidos mais bens culturais e, ao mesmo tempo, quando se define uma repressão política e ideológica intensa.

Nesse período, no Brasil, observa-se a ênfase ao movimento da indústria cultural, na qual a produção de bens e serviços culturais, tais como filmes, revistas, livros e músicas, são tratados da mesma forma que processos produtivos de produtos de consumo como automóveis, ou seja, trata-se a produção cultural como mercadoria. Ainda, são evidências desse momento, conforme Ortiz (1988), a ênfase na estrutura de telecomunicações, o uso intensivo da propaganda e da publicidade para a constituição de um mercado de comunicações forte, do qual o Estado fora um dos principais clientes. O autor resume esse período, caracterizando o mesmo pelo volume

e a dimensão do mercado de bens culturais, havendo uma expressiva quantidade de produção, de distribuição e de consumo cultural, de maneira a consolidar os grandes grupos detentores dos meios de comunicação e da produção popular de massa.

Na sequência, a Constituição de 1988, a mais complexa em relação à cultura, apresenta em seu Art. 23, que ela é de competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal (DF) e dos Municípios. Segundo Rubim (2007), os governos de José Sarney de Araújo Costa (1985-1989), Fernando Collor de Melo (1990-1992) e Itamar Augusto Cautiero Franco (1992-1994), no período de 1985 a 1993, com o final do período da ditadura, iniciam um reconhecimento singular da cultura, que se materializa na estrutura e no processo de financiamento da mesma.

O governo José Sarney de Araújo Costa criou em 1986, a primeira lei brasileira de incentivos fiscais para financiar a cultura, denominada Lei Sarney (Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986), que substituía os investimentos diretos. O Estado propôs que os recursos viessem do mercado na forma de renúncia fiscal, ou seja, em grande parte de origem pública. A Lei Sarney é o marco e a referência da política pública, no âmbito do apoio a produção cultural, enquanto mecanismo de fomento à Cultura do Brasil. A lei, a rigor, “[...] funcionou como outro componente no jogo de ambiguidades que caracterizou a chamada Nova República. O Estado aparentemente cresce, mas o mercado ganha poder de decisão” (RUBIM, 2007, p. 108). Além disso, foi responsável pela criação de diversos órgãos em cultura: o ministério e outros organismos: Secretarias de Apoio à Produção Cultural (1986); Fundação Nacional de Artes Cênicas (1987); Fundação do Cinema Brasileiro (1987); Fundação Nacional Pró-Leitura, que reuniu a Biblioteca Nacional e o Instituto Nacional do Livro (1987), e a Fundação Palmares (1988).

No governo Fernando Collor de Melo, foi iniciado o experimento neoliberal no país, sendo o responsável por desmontar, em grande parte, a área de cultura no plano federal. Transforma o ministério em secretaria e extingue órgãos como a Funarte, Empresa Brasileira de Filmes Sociedade Anônima (Embrafilme), Pró-Memória, Conselho Nacional de Cinema (Concine). Extingue a Lei Sarney e cria a lei de incentivo, denominada de Lei Rouanet,⁶⁰ cuja

⁶⁰ A Lei foi concebida com três mecanismos: o Fundo Nacional da Cultura (FNC), o Incentivo Fiscal e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), este que nunca foi implementado. O Incentivo fiscal refere-se ao mecanismo facultado às pessoas físicas ou jurídicas, pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, no apoio direto a projetos culturais aprovados pelo MinC. O FNC “[...] representa o investimento direto do Estado no fomento à Cultura, já que o apoio a projetos decorre de recursos do orçamento da União dentre outras fontes, como 3% do valor bruto arrecado pelas loterias federais e doações” (BRASIL, 2018a).

lógica de financiamento privilegia o mercado, por meio de recursos públicos e do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991.

No governo Itamar Augusto Cautiero Franco (1992-1994), foi criada a Lei do Audiovisual, Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, que ampliou a renúncia fiscal, e favoreceu a retomada do cinema brasileiro a partir do uso do recurso público. O governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), é considerado como sendo um divisor para a democracia, e para um novo modelo econômico no país e de implementação do projeto neoliberal, com a retração do Estado pelo mercado, em quase todas as áreas, incluindo a cultura, afinal cultura é um bom negócio, conforme publicação do MinC, em 1995. Ainda naquele governo, com o estímulo ao uso das leis de incentivo, por meio de três modalidades de financiamento da cultura: 1) o Fundo de Investimento em Cultura e Arte (FICART), que não foi regulamentado; 2) O Fundo Nacional de Cultura (FNC), que também não foi regulamentado e era utilizado por meio da lógica do favor e decisão do ministro; 3) o financiamento via leis de incentivo, a modalidade predominante de apoio à cultura, na forma de renúncia fiscal (RUBIM, 2007).

Martín-Barbero (2003, p. 50) aponta que, na América Latina, a questão da redefinição de povo é retomada principalmente pela “[...] releitura de movimentos populistas, bem como a revalorização da cultura no interior dos projetos de transformação democrática”. Nesse sentido, apesar de decorridos 30 anos do processo de redemocratização brasileira, a proposta do VC surge como uma política pública que valoriza o acesso à cultura, como forma de garantia do exercício de cidadania, enquanto direito do trabalhador.

Portanto, a questão do consumo cultural ou o acesso ao cultural, segundo Ortiz (2012), enquanto argumento ideológico essencial, passa a ser elemento definidor do grau de democratização da sociedade brasileira, ou seja, “[...] o Estado se propõe, por um lado, realizar uma potencialidade cultural do mercado consumidor, por outro, assegurar uma ideologia de “democratização” que concebe a distribuição cultural como núcleo de uma política governamental” (ORTIZ, 2012, p. 117). O que se constata neste período, é a materialização de uma estrutura de estímulo à produção cultural, associada a processos produtivos.

3.1.4 Um ponto de chegada: compreendendo a cultura como híbrida, democrática e cotidiana

Considerando a cultura, enquanto objeto característico de estudo, Johnson (1999) aponta que os EC abordam as formas históricas da consciência ou da subjetividade, ou as “[...] formas subjetivas pelas quais nós vivemos, ou ainda, em uma síntese bastante controversa, talvez uma

redução, os Estudos Culturais dizem respeito ao lado subjetivo das relações sociais” (JOHNSON, 1999, p. 25). O conceito de subjetividade, para o autor, inclui a possibilidade de que alguns elementos estão subjetivados e mobilizam sem serem conscientemente conhecidos. O conceito parte do “quem sou eu” e do “quem nós somos” da cultura, destacando as identidades individuais e coletivas, uma vez que a subjetividade é produzida, constituindo assim objeto da análise.

Os EC também se ocupam com as sociedades inteiras, porém do ponto de possibilidade de “[...] abstrair, descrever e reconstituir, em estudos concretos, as formas através das quais os seres humanos “vivem”, tornam-se conscientes e se sustentam subjetivamente” (JOHNSON, 1999, p. 29). É necessário, portanto, examinar as formas de subjetividade do ponto de vista de suas pressões ou tendências, especialmente suas contradições. Além disso, são necessárias as histórias das formas de subjetividade para que seja possível observar como as tendências são modificadas por outras determinações sociais, inclusive materiais. Ao considerar a definição aberta de cultura, todas as práticas sociais podem ser examinadas de um ponto de vista cultural e pelo trabalho que elas produzem (subjetivamente).

Na América Latina, a partir dos anos 1980, os EC questionam a produção de hierarquias sociais e políticas, por meio de oposições entre a grande arte e as culturas populares, ou então, entre níveis de cultura. Além disso, analisam o redesenho das relações entre cultura e classe social na perspectiva de (re)descobrir as culturas populares, concentrando-se nas práticas da vida cotidiana, fortemente relacionado com as relações de poder e conotação política, nas diferentes abordagens da recepção mediática no trabalho desenvolvido sobre o consumo cultural (ESCOSTEGUY, 2010).

Essa perspectiva relacionada à constituição da identidade em contextos geográficos, indica um caminho a ser percorrido na compreensão do consumo cultural de um território construído pelas relações socio-históricas, tais como na RCC. Essa possibilidade é confirmada por Escosteguy (2010, p. 45), que aponta para o entendimento-síntese de que os EC britânicos têm sua ênfase na ação social e pela “[...] importância dada ao contexto, o foco localizado e historicamente específico, a atenção às especificidades e particularidades articuladas a uma conjuntura histórica determinada, produzindo, então, uma teoria engajada nas diferenças culturais”.

A partir da orientação teórica e metodológica da presente tese, os EC compreendem a cultura em uma perspectiva democrática, percebida como ordinária. Em sentido amplo, considera a cultura erudita, a popular, a massiva, porém não puras ou isoladas, mas que influenciam e são influenciadas, e assim, híbridas no mundo contemporâneo. Os EC não se

ocupam unicamente do processo acadêmico de codificação de métodos ou de conhecimentos, sendo que as suas características principais são “sua abertura e versatilidade teórica, seu espírito reflexivo e, especialmente a importância da crítica” (JOHNSON, 1999, p. 10). Para o autor, a crítica no sentido amplo, permite abordar outras tradições, bem como suas contribuições ou seu poder de inibição e, desta forma, os EC devem ser entendidos como um processo para a produção de conhecimento útil e, para tanto, a tentativa de codificar o mesmo pode provocar a paralisação do seu avanço.

Johnson (1999) apresenta as influências que ainda acompanham os estudos, sendo que três premissas permanecem presentes e acompanham o seu próprio trabalho: 1) que os processos culturais estão vinculados às relações sociais (relações e formações de classes sociais, divisões sexuais, estruturação racial e opressões de idade); 2) que a cultura envolve poder, o que contribui para a produção de assimetrias nas capacidades dos indivíduos e dos grupos sociais para a satisfação de suas necessidades; 3) a cultura não é um campo autônomo nem externamente determinado, mas um local de diferenças e de lutas sociais.

A cultura é entendida como comum, ordinária, pelos três aspectos definidos pelos EC: cultura como associada às práticas sociais; cultura como envolvendo manifestações artísticas e intelectuais; cultura como produção de sentidos. A cultura abarca todos os tipos de manifestações, da chamada alta cultura a cultura popular (WILLIAMS, 2011a), apoia-se na concepção de cultura como processo e não como conclusão, uma vez que considera também o registro das reações, dos significados e das definições, sempre compreendidas pelo contexto das ações (WILLIAMS, 2011b).

Há uma tendência a homogeneização decorrente da expansão do mercado capitalista, cujo processo padroniza o gosto e substitui produtos de comunidades por produtos industrializados, os hábitos particulares pelos de um sistema centralizado, as representações por iconografias dos meios de comunicação de massa, “[...] o mercado da praça cede o seu lugar para o supermercado, a festa indígena para o espetáculo comercial” (CANCLINI, 1983, p. 65).

A interdependência entre o material e o simbólico é uma verdade também aplicada ao capitalismo, “[...] uma vez que o econômico e o simbólico se mesclam em cada relação social, e se disseminam em toda a vida da comunidade”, de maneira que historiadores e antropólogos creem na possibilidade de “[...] refutar a distinção entre estrutura e superestrutura, e a determinação da primeira sobre a segunda” (CANCLINI, 1983, p. 78).

O autor defende que o estudo conjunto do econômico e do cultural deve ser realizado, especialmente em se tratando de compreender o processo pelo qual se integram ao capitalismo as comunidades nas quais ambas se manifestam de maneira fortemente entrelaçadas

(CANCLINI, 1983, p. 81). Essa perspectiva é abordada como o paradigma dominante do pensamento dos EC, ou seja, a “[...] cultura como algo que entrelaça a todas as práticas sociais. E essas práticas por sua vez, como uma forma comum de atividade humana: como práxis sensual humana, como a atividade através da qual homens e mulheres fazem a história” (HALL, 2003, p. 141).

Ortiz (2012), em busca de respostas sobre a identidade brasileira, remete à questão política, uma vez que a identidade está ligada “[...] à uma reinterpretação do popular pelos grupos sociais e à própria construção do Estado brasileiro” (2012, p. 8) e, desta forma, a mesma concepção pode ser atribuída à RCC uma vez que, ao falar de cultura brasileira, significa falar de poder a partir das relações entre a cultura e o Estado.⁶¹ O autor trata a identidade como uma questão simbólica, e sendo assim, não há outra idêntica. Ainda, Ortiz (2012) procura recuperar a construção da identidade brasileira e a concepção de cultura ao longo da história, relacionando ao modelo de desenvolvimento, de interesse político e decorrente da constituição de uma identidade nacional.

No Rio Grande do Sul e na RCC, considerando contexto socio-histórico de sua constituição (já trabalhado no capítulo 2), é construída uma identidade, entre outras, em uma perspectiva de concepção hegemônica do gaúcho, enquanto sujeito constituído no espaço do Bioma Pampa, ligado ao sistema produtivo da pecuária na sua origem, numa forma de representá-lo a partir de práticas cotidianas associadas ao cavalo, as lidas campeiras, a um sujeito “livre” que percorria os pampas no passado. Apesar de haver uma forte tendência de aceitação desta identidade do “gaúcho” na RCC, como um dos elementos centrais da constituição da região.

Parte-se do pressuposto de que é possível considerar que o indivíduo passa por uma crise constante de identidade, e que, como toda crise, anuncia um processo de mudança cujo movimento pode ser compreendido pela maneira como ocorre a construção das identidades sociais. Nesse sentido, para a realização dessa análise, parte-se da concepção de Chartier (2002, p. 73), que “[...] considera o recorte social objetivado como a tradução do crédito concedido à representação que cada grupo faz de si mesmo, portanto, a sua capacidade de fazer com que reconheça sua existência a partir de uma exibição de unidade”.

Sobre a questão de manter a identidade ou globalizar-se, uma das preocupações presentes no cotidiano inserido na globalização, é que os sujeitos venham a ser capazes de transformar a atual estrutura para centrar a atenção em novos espaços de intermediação cultural e

⁶¹ Nesse momento, inicia-se a aproximação entre o modelo de Martin-Barbero (2003).

sociopolítica. Logo, não mais polarizar as relações entre o local e o global, mas considerar, “[...] a proliferação de redes dedicadas à negociação da diversidade” (CANCLINI, 2010a, p. 29). Talvez, a idealização do gaúcho não esteja relacionada a uma dimensão global, mas a um imaginário construído, no qual as ameaças externas impedem um processo de identificação, marcado pelas batalhas de manutenção das fronteiras, sejam elas reais ou simbólicas.

Acredita-se ser importante introduzir neste momento, uma reflexão acerca de identidade. A tentativa de construção de uma identidade nacional “única” brasileira, além de encobrir os conflitos e as particularidades, impede, o que Hall (2006) aponta como, efeito pluralizante sobre as identidades, o que oportuniza uma variedade de “[...] novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas: menos fixas, unificadas ou transhistóricas” (HALL, 2006, p. 87). A questão central está no fato de que as identidades não são e nunca serão unificadas, por serem “[...] irrevogavelmente, o produto de várias histórias e culturas interconectadas, pertencem a uma e, ao mesmo tempo, a várias “casas” (e não a uma “casa” particular)” (HALL, 2006, p. 89).

O que torna possível a identificação, segundo Hall (2000, p. 106), é o fato de que a mesma

[...] é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal. É em cima dessa fundação que ocorre o natural fechamento que forma a base da solidariedade e da fidelidade do grupo em questão.

Além disso, a identificação, a partir de uma abordagem discursiva, é vista

[...] como uma construção, como um processo nunca completado – como algo sempre ‘em processo’. Ela não é, nunca, completamente determinada – no sentido de que se pode, sempre, ‘ganhá-la’ ou ‘perdê-la’; no sentido de que ela pode ser, sempre, sustentada ou abandonada (HALL, 2000, p. 106).

Os conceitos de colonização e de situação colonial emergem de forma visceral, nesse contexto, e é dada ênfase à questão da construção de uma “[...] identidade que se contraponha ao polo de dominação”, com destaque para o complexo de inferioridade em relação à colonização e do negro em relação ao branco, com ênfase para a crítica do embranquecimento da população brasileira, no sentido de determinar a cultura como sendo não autêntica (ORTIZ, 2012, p. 56).

Esse movimento é percebido na constituição da RCC na medida em que, ao longo de sua história, movimentos de chegada do outro lançava olhares sobre o que estava presente neste espaço: indígenas, ocupação portuguesa e espanhola, movimentos de fronteira com o Uruguai,

pecuaristas e agricultores vindos da movimentação interna de outras regiões do estado e do país, além de representantes das comunidades de origem árabe, síria, libanês, beneficiários da reforma agrária. Assim, o caminho percorrido até aqui aponta para dois pontos centrais deste estudo: a questão das culturas populares e a questão do hibridismo, em especial, a partir da relação da fronteira e seus limites, elementos fundantes da cultura da RCC, sendo que ambos serão abordados nas próximas seções.

Para dar continuidade à reflexão sobre a cultura, e compreender a globalização enquanto circulação de mercadorias, e a mundialização na qual a centralidade está na circulação de símbolos, Ortiz (2007, p.72) parte da concepção de mapa cultural, que se constitui em “[...] um espaço ocupado por unidades diferenciadas, no qual a dinâmica global se faz a partir do movimento de cada uma das partes”. Segundo o autor, o mapa pressupõe o limite interno, ou seja, a tradição que define a identidade do que pretende localizar e o limite externo (difusão).

Reforça Ortiz (2007), que em decorrência dos processos de globalização (circulação de mercadorias e serviços) e de mundialização (circulação de símbolos), acontece a oportunidade de ressignificação de identidades a partir da veiculação de novos códigos que influenciam a constituição de novas identidades, associadas aos códigos existentes. Esse movimento de combinação de informações decorrente do intercâmbio entre diferentes manifestações econômicas e culturais, resulta, no hibridismo cultural, segundo o autor.

Portanto, no contexto da RCC, “[...] as culturas híbridas constituem um dos diversos tipos de identidade distintivamente novos produzidos na era da modernidade tardia” (HALL, 2006, p. 89). Por cultura de fronteira, Coelho (1997, p. 107) define como a “cultura sem centro, cultura de muitos centros, feita do cruzamento de modos culturais importados com outros gerados no local sem que dessa combinação resulte um modo totalizante capaz de propor-se como traço próprio de um grupo”.

Considerando que as sociedades não são estáticas, ocorre uma troca constante, denominada de difusão cultural, que pressupõe um centro difusor e um espaço compartilhado entre as culturas (ORTIZ, 2007). Por meio da circulação de mercadorias, em nível global, decorrentes de processos econômicos e tecnológicos, a mundialização refere-se ao domínio específico da cultura e, nela a contaminação natural entre as culturas, sendo que “uma cultura mundializada não implica no aniquilamento das outras manifestações culturais, ela co-habita e se alimenta delas. Um exemplo é a língua” (ORTIZ, 2007, p. 27). Essa perspectiva é uma realidade na RCC, pela relação com a faixa de fronteira, especialmente no município de Aceguá, onde o “portunhol” é uma realidade, devido à localização junto à cidade coirmã de mesmo nome, Acegua/Uruguai. As sociedades espanholas e uruguaias são exemplos de

instituições presentes na RCC e que articulam ações de promoção de atividades e manifestações que remetem às culturas de sua origem.

Coelho (1997) destaca que a expressão tem origem da realidade observada nas zonas de fronteira,

[...] marcadas pela heterogeneidade e diversificação de línguas, costumes, comportamentos. Nelas, a norma é a indefinição ou, melhor, a definição sucessiva e continuada a partir de pontos de fuga sempre diferentes. Mesmo as balizas supostamente mais impositivas das sociedades, que são as disposições legais, manifestam-se nessas zonas de maneira incerta e mutante. (COELHO, 1997, p. 107-108).

Esse fenômeno de transformação, Coelho (1997, p. 124) denomina de hibridização, ou seja, o “[...] modo pelo qual modos culturais ou partes desses modos se separam de seus contextos de origem e se recombina com outros modos ou partes de modos de outra origem, configurando, no processo, novas práticas”. Coelho (1997, p. 334) também se debruça sobre a reconversão cultural, seja da cultura erudita para a popular, ou ao contrário, enquanto

processo de transferência de patrimônio simbólico de um lugar de origem para outro, estranho ao primeiro, com a finalidade de conservá-lo ou ampliar seu domínio de ação (quando o processo é promovido por políticas públicas) ou de pô-lo a serviço de novos objetivos quando sua carga semântica inicial se esgotou em seu campo original.

A partir da análise dos principais elementos relacionados à cultura, tais como a construção de sua concepção ao longo do tempo e nele, o papel dos intelectuais, o processo de identificação, a concepção de culturas populares e a questão da cultura de fronteira, na sequência, será abordado o sistema de cultura, incluindo o processo de produção cultural e de consumo cultural.

3.2 A cultura enquanto sistemas de circulação de bens e de serviços simbólicos

Neste subcapítulo, o propósito é explorar a definição e a constituição dos circuitos de cultura, enquanto proposta dos EC, a partir do Protocolo Metodológico de Jesús Martín-Barbero (2003). Na sequência, parte-se para um olhar sobre a estrutura do sistema cultural, considerando os processos de produção, de circulação e de demanda ou consumo cultural.

Enquanto procedimento metodológico e referencial teórico utilizado nesta tese, apresenta-se o Protocolo Metodológico de Jesús Martín-Barbero (2003), o Mapa das Mediações como referência, para na sequência apresentar os elementos que constituem o sistema de produção e de circulação cultural, com foco na RCC. Importante destacar que os elementos do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura são retomados no capítulo 5, quando é tratada

a mediação da Institucionalidade, a partir da implementação do VC, enquanto bem cultural na RCC.

3.2.1 Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura – Martín-Barbero (1998)

No Prefácio à 5ª edição da obra “Das mediações aos meios”, Martín-Barbero (2003) apresenta pelo menos dois argumentos que evidenciam uma mistura de visões do devir social e de diferentes projetos. O primeiro argumento, parte da competência econômico-cultural das tecnologias audiovisuais e informáticas nos processos globais –, busca levar em conta os meios no momento da construção de políticas culturais que “[...] façam frente aos efeitos dessocializadores do neoliberalismo e insiram explicitamente as indústrias culturais na construção econômica e política da região” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 11). O segundo, resulta da combinação do otimismo tecnológico associado ao pessimismo político, busca “[...] legitimar, através do poder dos meios, a onipresença mediadora do mercado” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.11-12). Em ambos os casos ocorre a perda da legitimidade de qualquer questionamento de ordem social, cuja forma seria restringida ao mercado e as tecnologias, na perspectiva de um projeto hegemônico. Portanto, defende a manutenção de uma “[...] estratégica tensão epistemológica e política, entre as mediações históricas que dota os meios de sentido e alcance social e o papel dos mediadores que eles possam estar desempenhando hoje” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 12).

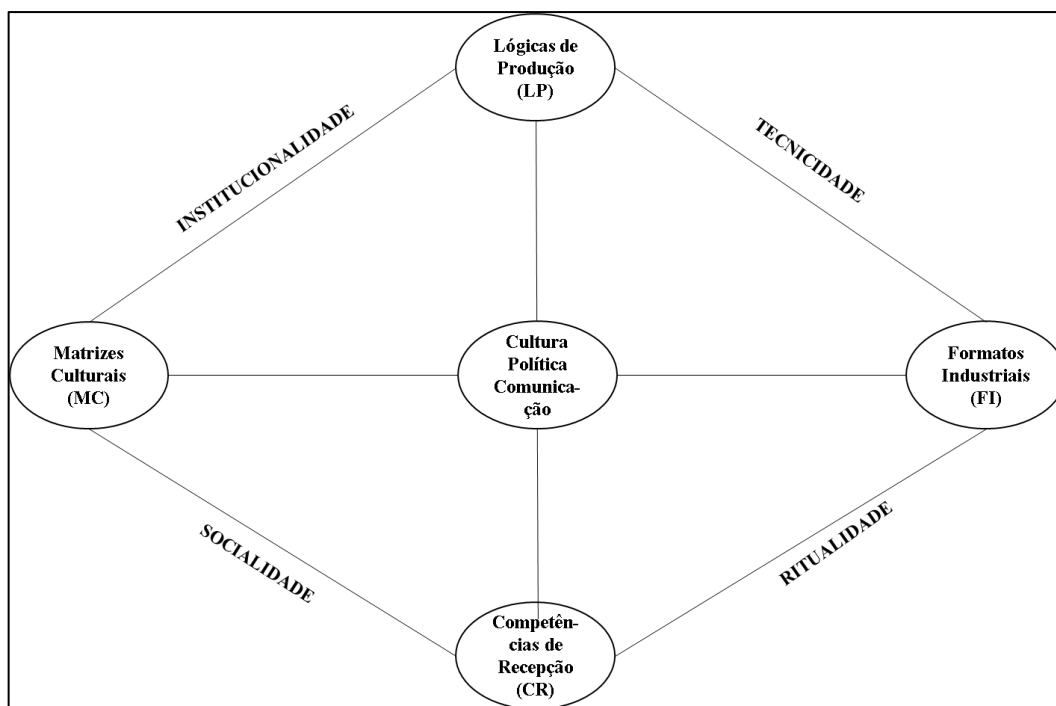
Em relação à comunicação, o autor destaca que é necessário pensar na emergência de uma razão comunicacional, cujos dispositivos agenciam as mudanças do mercado e da sociedade. A hegemonia comunicacional do mercado na sociedade, significa que a comunicação assume o papel do motor de desengate e de inserção das culturas no espaço/tempo do mercado e nas tecnologias globais, o que leva a reflexão sobre o lugar que a comunicação ocupa nos novos modelos de sociedade. Da perspectiva da cultura, entendida, por um lado, como o movimento crescente da especialização comunicativa do que é cultural (sistema produtor de bens simbólicos), e por outro lado, cultura como sendo toda a vida social. A comunicação e a cultura, mais do que objetos de políticas, compõem o cenário no qual é exigido à política que recupere a dimensão simbólica, ou sua capacidade de representar vínculo entre os cidadãos, o sentimento de pertencer a uma comunidade, o que permite enfrentar o desmoronamento da ordem coletiva (MARTÍN-BARBERO, 2003).

Quanto à política, segundo Martín-Barbero (2003), observa-se uma reconfiguração das mediações, nas quais se estabelecem novas maneiras de interpelação dos sujeitos e de

representação dos vínculos que mantém coesa a sociedade. Para o autor, é a partir das mediações que se constituem os discursos e a própria ação política, uma vez que é socialmente produtiva, assim como os meios começaram a constituir uma cena fundamental da vida pública. Ao tratar da cultura e da política, enquanto mediações constitutivas, Martín-Barbero (2003) aponta para os processos de democratização, a redescoberta do popular, o transnacional enquanto espaços de transformação social, nos quais o poder é constituído por meios das instituições, das organizações, do controle dos recursos e dos meios.

A partir das novas complexidades nas relações essenciais entre comunicação, cultura e política, Martín-Barbero (2003) apresenta o esquema do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura (1998) (Figura 5).

Figura 5 - Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura (1998)



Fonte: Martín-Barbero (2003, p. 16).

O Mapa é formado por dois eixos: o diacrônico⁶², ou histórico de longa duração –

⁶² Este remete à história das mudanças na articulação entre movimentos sociais e discursos públicos, e destes como os modos de produção do público que agenciam as formas hegemônicas de comunicação coletiva. Reflete a trama das cumplicidades entre discursos hegemônicos e subalternos e a constituição de gramáticas discursivas originadas de formatos de sedimentação de saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas. Gramáticas gerativas cuja mobilidade provém das mudanças do capital e das transformações tecnológicas como do movimento permanente das intertextualidades e intermedialidades que alimentam os diferentes gêneros e meios (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 17). Pelo fato de o eixo diacrônico ser de longo prazo, esta relação não será objeto de análise deste estudo, uma vez que o VC foi implantado em 2012, ou seja, não se caracteriza um período de longo prazo que evidenciaria a constituição de novos formatos industriais, decorrentes das relações estabelecidas no contexto sócio histórico da RCC, com a implementação do VC.

tensionado pelas Matrizes Culturais (MC) e os Formatos Industriais (FI); e o sincrônico: tensionado pelas Lógicas de Produção (LP) e as Competências de Recepção (CR) ou Consumo.

Nas relações entre MC e as LP encontram-se as mediações por diferentes regimes de Institucionalidade, enquanto as relações entre MC e CR encontram-se as diversas formas de Socialidade. Entre as LP e os FI encontram-se as mediações das Tecnicidades, e por fim, entre os FI e as CR, são encontradas as Ritualidades (MARTÍN-BARBERO, 2003).

As MC, segundo Martín-Barbero (2003, p.16), referem-se “[...] à história das mudanças na articulação entre movimentos sociais e discursos públicos”. Ainda, “[...] elas condensam a produção hegemônica de comunicação baseada no capital e nas transformações tecnológicas e sua cumplicidade com o imaginário subalterno” (RONSINI, 2010, p. 9).

De acordo com Martín-Barbero (2003), o entendimento sobre o funcionamento das LP está centrado na estrutura empresarial (dimensões econômica, ideológica e de rotinas produtivas), na competência de comunicação (construir públicos), e na competitividade tecnológica. Segundo Ronsini (2010, p. 9),

[...] nas lógicas da produção reside a preocupação com a organização das formas culturais em termos dos interesses de Estado e de mercado na regulação dos discursos pela técnica para atender às demandas da recepção e, ainda, com os interesses políticos e econômicos institucionalizados que incidem nas formas culturais.

Nas CR “[...] se encontram as práticas sociais que condicionam a produção de sentido” (RONSINI, 2010, p. 9). Assim, pela possibilidade de implementação do VC na RCC, procurou-se estabelecer a relação entre o acesso ao próprio Cartão, o consumo decorrente dele e as percepções dos trabalhadores em relação ao consumo cultural, incluído o VC, considerando a sua oferta e os possíveis limites.

Ao partir da constatação de que a cultura está no centro do cenário político e social, Martín-Barbero defende que se abre

[...] ao debate um novo horizonte de problemas, no qual são redefinidos os sentidos tanto da cultura quanto da política, e do qual a problemática da comunicação não participa apenas a título temático e quantitativo – os enormes interesses econômicos que movem as empresas de comunicação – mas também qualitativo: na redefinição da cultura, é fundamental a compreensão de sua natureza comunicativa. Isto é, seu caráter de processo produtor de significações e não mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 299).

Diante desta realidade, o autor busca avançar para um Mapa

[...] que sirva para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Um mapa que não sirva para a fuga, e sim para o reconhecimento da situação a partir das mediações e dos sujeitos. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 300).

Seu argumento principal, é o de abandonar o mediocentrismo (análise das lógicas de produção e de recepção, seguida da busca pelas relações de imbricação e enfrentamento), fato observável na América Latina, menos pelo impacto da reconversão industrial dos meios, mas “[...] pela força com que os movimentos sociais tornam visíveis as mediações” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 304). Desta forma, defende que

[...] em vez de fazer a pesquisa partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação, propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 304).⁶³

Sobre as mediações, Escosteguy e Jacks (2007), reforçam a proposta de Martín-Barbero acerca da discussão sobre a necessidade de fugir da razão dualista, ou seja, superar a bipolaridade ou a dicotomia entre o consumo e a produção. Portanto, nesse estudo, mesmo que o foco seja o consumo de bens ou serviços culturais de trabalhadores, em decorrência da implementação do VC, compreende-se a totalidade dos elementos do Mapa.

Enquanto elemento central desta discussão, as mediações vêm sendo definidas a partir de pesquisas e de reflexões que procuram estabelecer possíveis elementos que permitam avançar, enquanto concepção. Assim, consideradas as novas complexidades nas relações essenciais entre a comunicação, a cultura e a política, Martín-Barbero (2000, p. 154) define como sendo

[...] aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia rádio e o que era dito no rádio. Não havia exclusivamente um indivíduo ilhado sobre o qual incidia o impacto do meio, que era a visão norte-americana. [...] Mediação significava que entre o estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana.

Entre o ir e vir do uso da concepção de mediação, Signates (2003) apresenta sua reflexão acerca do que é ou não uma mediação. O autor aponta que mediação não é, primeiro, intermediação, ou seja, ao denominar as instituições de comunicação como “meios de comunicações” não as define como “mediações”; segundo, não é “filtro” ou “filtragem”, no sentido de filtros de seletividade (exposição, percepção e memorização seletivas), no sentido

⁶³ Para o autor, o meio televisivo encontrava-se no centro das transformações provenientes da informática, e que o mesmo, no seu entendimento (à época) sofre o processo de mudanças, a mediação, a partir da qual esse meio opera social e culturalmente.

da seleção de conteúdos. Também não é intervenção no processo comunicativo, no sentido de censura ou de modificação de um fragmento de informação. Signates (2003) propôs uma análise do uso da expressão mediações por Martín-Barbero, reunindo as seguintes possibilidades de definição:

a) Como construto ou categoria teórica [...]. b) Como discursividade específica [...]. c) Como estruturas, formas e práticas vinculatórias [...]. d) Como instituição ou local geográfico [...]. e) Como dispositivo de viabilização e legitimação da hegemonia ou resolução imaginária da luta de classes no âmbito da cultura. (SIGNATES, 2003, p. 8-9).

Por Socialidade, Martín-Barbero (2003, p. 17) entende como sendo o “[...] lugar de ancoragem da práxis comunicativa”. As mediações da Ritualidade “[...] constituem as gramáticas da ação – do olhar, do escutar, do ler – que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 19). As questões geradas pela Tecnicidade “[...] indicam então um novo estatuto social da técnica, o reestabelecimento do sentido do discurso e da práxis política, o novo estatuto da cultura e os avatares da estética” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 19).

Partindo para a concepção da mediação da Institucionalidade, por Martín-Barbero (2003), ou as relações entre as Matrizes Culturais (MC) e as Lógicas de Produção (LP), como sendo

[...] uma mediação densa de interesses e poderes contrapostos, que tem afetado, e continua afetando, a regulação dos discursos que, da parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e, da parte dos cidadãos – maiorias e minorias –, buscam defender seus direitos e fazer-se reconhecer, isto é, re-constituir permanentemente o social. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 17).

A comunicação, na perspectiva da mediação da Institucionalidade, “[...] se converte em questão de *meios*, ou seja, de produção de discursos públicos cuja hegemonia encontra-se paradoxalmente do lado dos interesses privados” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 18).⁶⁴

Ainda, no campo das pesquisas acerca da Institucionalidade, constata-se que estão orientadas para a discussão sobre as mediações em processos de comunicação, que se pretende associar aos estudos sobre a implementação de políticas públicas de cultura. Considerando o movimento em torno da construção do Modelo, a partir de pesquisas orientadas para diferentes objetos de investigação, cada conclusão está associada a um tempo e um espaço.⁶⁵

Assim, a Institucionalidade “[...] é entendida como a mediação que afeta a regulação dos discursos, que dá conta das relações de poder dos grupos sociais, políticos e econômicos e suas

⁶⁴ Grifo do autor.

⁶⁵ Considerando os trinta anos de trajetória dos estudos em torno das mediações, a partir de Martín-Barbero.

tentativas, sucessos e fracassos na instância da produção dos meios” (FELIPPI, 2006, p. 30). Para Escosteguy (2007, p. 130), a materialidade da mediação da Institucionalidade “[...] está profundamente relacionada com a estrutura econômica e os conteúdos ideológicos”. Para Ronsini (2010, p. 9), “[...] a institucionalidade está relacionada aos meios empregados para a produção de discursos públicos com a finalidade de atender às lógicas dos interesses privados”.

Segundo Jacks e Schmitz (2018, p. 123), a mediação da Institucionalidade “[...] surge para dar conta de maneira mais concreta e específica do âmbito dos meios, ou seja, dos discursos públicos, carregados de interesses e poderes contraditórios, mas que tendem à homogeneidade”. Segundo as autoras, é pela Institucionalidade

[...] que podem ser pensadas duas ordens contrapostas: o regime estatal, que concebe os meios como serviço público, e o regime de mercado, que converte a liberdade de expressão em comércio. Ambos atuam simultaneamente na configuração do espaço público contemporâneo a partir da priorização de valores quase sempre antagônicos. (JACKS; SCHMITZ, 2018, p. 123).

Com relação à reconfiguração da Institucionalidade, ela é mais forte

[...] enquanto os partidos tradicionais (e vários novos também) se entrincheiram em seus feudos; as instituições estatais corrompem-se até o impensável e as instituições parlamentares se burocratizam até a perversão, assistimos a uma multiplicação de movimentos em busca de outras institucionalidades, capazes de *dar forma* às pulsões e aos deslocamentos da cidadania para o âmbito cultural e do plano da representação para o do reconhecimento instituinte. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 18).

Com o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura, Martín-Barbero (2003, p. 20) busca reconhecer que “[...] os meios de comunicação constituem espaços-chave de condensação e interseção de múltiplas redes de poder e de produção cultural”. Segundo o autor, sua proposição foi inverter o primeiro mapa, e propor

[...] as “mediações comunicativas da cultura”, que são: a “tecnicidade”; a “institucionalidade” crescente dos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômico, político, cultural; a “socialidade” – como o laço social está se transformando para os jovens, como as relações entre pais e filhos, e entre casais, estão mudando. [...] E, finalmente, as novas “ritualidades” que acontecem em relação aos novos formatos industriais possibilitados pela tecnicidade. (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 151-152).

Nessa proposta, Martín-Barbero (2009a, s/p) retoma sua fala do prefácio da 5ª edição e indica que “[...] a investigação agora já não será sobre as matrizes culturais da comunicação, mas sobre as matrizes comunicativas da cultura”. Durante a entrevista, o autor retoma a questão original:

Como assumir, então, a complexidade social e perceptiva que hoje reveste as tecnologias comunicacionais, seus modos transversais de presença na cotidianidade, desde o trabalho até o jogo, suas intrincadas formas de mediação tanto do conhecimento como da política, sem ceder ao realismo do inevitável produzido pela fascinação tecnológica, e sem deixar-se apanhar na cumplicidade discursiva da *modernização neoliberal* – racionalizadora do mercado como único princípio organizador da sociedade em seu conjunto – com o *saber tecnológico*, segundo o qual, esgotado o motor da luta de classes, a história teria encontrado seu substituto nos avatares da *informação e da comunicação*? (MARTÍN-BARBERO, 2009a, s/p).

A partir destas reflexões e, mesmo reconhecendo o processo de amadurecimento dos próprios Mapas, considerando as mediações, neste estudo a centralidade da reflexão pautou-se na mediação de Institucionalidade, mantidas as bases das Matrizes Culturais, Lógicas e Produção e Competências de Recepção.⁶⁶ Desta forma, entende-se que o protocolo metodológico suficiente para subsidiar o objetivo principal deste estudo, que é o de compreender como acontece o consumo cultural do trabalhador da RCC/RS, a partir do fomento do PCT-VC, sob a perspectiva da mediação da Institucionalidade. Parte-se na direção de analisar a constituição do sistema de produção e de circulação cultural, com ênfase na RCC, antes de avançar sobre o processo de implementação de políticas públicas (capítulo 4).

3.2.2 Sistema de Cultura no Brasil e na Região do Corede Campanha

Para tratar do mercado cultural, retoma-se dois conceitos abordados por Ortiz (2007): os processos de globalização, circulação de mercadorias e serviços; e de mundialização circulação de símbolos. Estes abrem a discussão sobre como a cultura se organiza em um tempo de mercado e de cultura mundializada, e também diante disso. Esses conceitos, ao serem convertidos em um movimento estratégico de posicionamento da cultura, enquanto processo de emancipação da cidadania ou de mercadoria de valor econômico. Nesse sentido, cumpre-se destacar as dimensões da cultura previstas no PNC, sendo elas a simbólica, cidadã e econômica.

A dimensão simbólica, considera que todos os seres humanos têm a capacidade de criar símbolos e se expressar em práticas culturais diversas, como nos idiomas, costumes, culinária, modos de vestir, crenças, criações tecnológicas e arquitetônicas, e nas linguagens artísticas (teatro, música, artes visuais, dança, literatura, circo, etc.). Está relacionada às necessidades e ao bem-estar do homem enquanto ser individual e coletivo.

A dimensão cidadã trata do aspecto da cultura que a entende como um direito básico do cidadão, trazido na Constituição Federal como um dos direitos sociais ao lado da educação,

⁶⁶ Este estudo analisa o eixo sincrônico, devido ao curto período de análise, referente ao processo de implementação do VC (2013 - 2017) e, portanto, não é foco de análise dos Formatos Industriais.

saúde, trabalho, moradia e lazer. Dessa forma, os direitos culturais devem ser garantidos com políticas que ampliem o acesso aos meios de produção, de difusão e de fruição dos bens e serviços de cultura. A proposta do plano é ampliar os mecanismos de participação social, formação, relação da cultura com a educação, promoção da livre expressão, e ainda, a salvaguarda do patrimônio e da memória cultural.

A dimensão econômica trata da cultura como vetor econômico, pois considera o potencial da cultura, no sentido de gerar dividendos, produzir lucro, emprego e renda. Esse resultado, decorre da proposta de estimular a formação de cadeias produtivas que se relacionam às expressões culturais e à economia criativa. O Plano, portanto, parte do lugar da cultura, em um novo cenário de desenvolvimento econômico, entendido como socialmente justo e sustentável.

Sobre a definição de mercado, Coelho (1997, p. 250) aborda o simbólico, que se refere ao

[...] conjunto de operações de compra e venda de obras de cultura e de arte, especificamente (realizadas em galerias, livrarias, bilheterias de cinema, bancas de jornais, lojas de discos), como o universo global por onde circulam, são produzidas e consumidas as obras de cultura e arte - neste caso, também instituições como os museus integram esse mercado.

De acordo com Silva, Araújo e Souza (2007, p. 105),

O mercado não é um simples espaço de trocas de mercadorias, mas também um lugar onde se processam interações sociais e simbólicas. Da mesma maneira, o consumo não é um simples movimento de satisfação de necessidades básicas ou de apropriação de bens.

Para Coelho (1997, p. 250), o mercado simbólico distingue-se de um circuito cultural,

[...] na medida em que este não exige a ocorrência de operações mercantis para caracterizar-se (por exemplo, um circuito de cineclubes, definidos como associações sem fins lucrativos); mas, um mercado cultural pode eventualmente ter a mesma extensão de seu circuito cultural.

Por ação cultural, Coelho (1997, p. 31) define como sendo o “[...] conjunto de procedimentos, envolvendo recursos humanos e materiais, que visam pôr em prática os objetivos de uma determinada política cultural”. O autor também destaca que, para a efetivação de uma ação cultural, prescinde-se de agentes culturais preparados, podendo voltar-se para a produção, a distribuição, a troca e o uso (ou consumo), sendo essas fases, níveis ou circuitos do sistema de produção cultural (COELHO, 1997).

Ainda, um circuito cultural representa um “[...] universo em que circula determinado

modo cultural” (COELHO, 1997, p. 91), que pode estar confinado a um determinado território ou segmento social (circuito das artes plásticas), podendo ultrapassar diferentes territórios e segmentos culturais e sociais, oportunizando o acesso de uma maioria ao mesmo produto (cinema ou TV aberta).

Em relação a sua origem, ou seja, a fonte de financiamento e controle organizacional, os circuitos classificam-se como sendo privados ou públicos, podendo ou não, ser de produção industrial e voltados, ou não, para o mercado (privado para mercado e público para a esfera pública) (COELHO, 1997). Fato é, que

[...] as instituições culturais estão imersas e se relacionam, de diferentes formas e intensidades, com os circuitos culturais, na posição de agentes culturais – produtores, difusores e, por que não, legitimadores de formas e linguagens artístico-culturais – ou de instâncias organizadoras, como as instituições públicas ou privadas, que articulam as ações e são responsáveis pela coordenação dos demais agentes. As instâncias organizadoras são o Estado, os mercados e as comunidades (SILVA; ARAUJO, 2010, p. 21).

No Brasil, o Decreto nº 5.520, de 24 de agosto de 2005, instituiu o Sistema Federal de Cultura (SFC), sendo integrado pelo MinC (órgão central do SFC), e os entes vinculados: Iphan; Agência Nacional de Cinema (ANCINE); Fundação Biblioteca Nacional (FBN); Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB); Funarte; Fundação Cultural Palmares (FCP), e Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). Ligado ao MinC, o Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC), é um órgão colegiado que tem a finalidade de propor a formulação de políticas públicas para o desenvolvimento e o fomento das atividades culturais no território nacional. O CNPC é integrado pelos seguintes entes: Plenário; Comitê de Integração de Políticas Culturais (CIPOC); Colegiados Setoriais; Comissões Temáticas ou Grupos de Trabalho; Conferência Nacional de Cultura. No mesmo decreto, está definida a participação na Plenária do CNPC, de representantes das áreas técnico-artísticas⁶⁷ e da área do patrimônio cultural.⁶⁸

O SNC, definido no artigo 216-A da Constituição Federal, reúne os entes da Federação (União, Estados, Distrito Federal e Municípios) e a sociedade, no processo de gestão e de promoção das políticas públicas de cultura. Para tanto, compreende-se como um

esquema de representação baseado nos estudos de economia política e que propõe a análise da dinâmica cultural a partir de quatro estágios ou fases: 1. a fase da produção propriamente dita do objeto cultural (preparação do roteiro, filmagem, montagem de

⁶⁷ Definidas, conforme segue: artes visuais; música popular; música erudita; teatro; dança; circo; audiovisual; literatura, livro e leitura; arte digital; arquitetura e urbanismo; design; artesanato; moda; cultura *hip hop*.

⁶⁸ Definidas, conforme segue: expressões artísticas culturais afro-brasileiras; culturas dos povos indígenas; culturas populares; arquivos; museus; patrimônio material; patrimônio imaterial; capoeira; cultura alimentar; culturas quilombolas; e culturas dos povos e comunidades tradicionais de matriz africana.

um filme; impressão de um livro; montagem de uma peça teatral; realização de um desfile de carnaval); 2. a distribuição desse produto a seus consumidores finais ou aos intermediários que, num segundo momento, permitirão o acesso ao produto por parte dos consumidores interessados (distribuição do filme pronto às salas de exibição; distribuição do livro às livrarias e pontos de venda); 3. a troca ou permuta do direito de acesso ao produto cultural por um valor em moeda; 4. o uso: momento da exposição direta do produto cultural àqueles a quem se destina e de sua apropriação por parte do público. Em economia política, a palavra que consagradamente sintetiza a quarta fase é consumo e não uso; em política cultural, e na dinâmica da cultura, a preferência é por uso dado que a meta final é evidenciar o valor de uso do produto cultural e não seu valor de troca. (COELHO, 1997, p. 344).

Portanto, para além da existência de um SNC, no contexto regional como o da RCC, enquanto escala formada necessariamente por um conjunto de municípios que se constitui em um Conselho,⁶⁹ é fundamental a compreensão do todo e das partes no sistema de produção cultural. Em direção a uma teoria da produção cultural, Canclini (1983, p. 29) parte do termo cultura, como sendo a

[...] produção de fenômenos que contribuem, mediante a representação ou reelaboração simbólica das estruturas materiais, para a compreensão, reprodução ou transformação do sistema social, ou seja, a cultura diz respeito a todas as práticas e às instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido”.

Para tratar da cultura como um sistema de produção, o autor defende a necessidade de opor-se às concepções que a compreendem como uma manifestação alheia às formas de produção, ou uma simples representação dela, mas se constitui, e é constituída, pelo sistema econômico e social, uma vez que qualquer prática é simultaneamente econômica e simbólica. Além disso, ao relacionar a cultura à produção, leva-se em consideração os processos produtivos e materiais necessários para a construção ou a representação de algo, ou seja, “[...] a produção de cultura surge das necessidades globais de um sistema social e está determinada por ele. [...] existe uma organização material própria para cada produção cultural e que torna possível a sua existência” (CANCLINI, 1983, p. 32).

Por fim, o autor aponta que o estudo da cultura como produção não deve supor somente o ato de produzir, mas todos os passos do processo produtivo, ou seja, a produção, a circulação e a recepção (nesse caso o consumo). Desta forma, o estudo da cultura como produção não se concentra somente nos objetos ou nos bens culturais, mas “[...] deve ocupar-se do processo de produção e circulação social dos objetos e dos significados que receptores diferentes lhe atribuem” (CANCLINI, 1983, p. 33).

No Brasil, foram implementadas as condições de estrutura, de viabilização da produção

⁶⁹ Conselho Regional de Desenvolvimento – Corede Campanha.

e de circulação cultural no período da Ditadura (1964-1985), para a instalação da indústria cultural, e se compreende que a mesma “[...] modifica o padrão de relacionamento com a cultura, uma vez que definitivamente ela passa a ser concebida como um investimento comercial” (ORTIZ, 1988, p. 144). No entanto, o autor defende que a cultura, mesmo sendo industrializada, não perde seu valor de uso intrínseco à sua manifestação, sendo que nunca é somente mercadoria. Apesar do processo e a lógica da indústria cultural, ser resultado da sociedade moderna e fruto da sua hegemonia produtiva, a cultura ainda é um espaço de luta e de distinção social (ORTIZ, 1988). Nesse sentido, seria o VC um produto de manifestação cultural associado à luta da classe de trabalhadores? Para responder a essa questão, faz-se necessário compreender a dinâmica da atual estrutura de produção, de circulação de bens e de serviços culturais.

Coelho (1997, p. 215), aponta que o acordo de livre comércio estabelecido entre o Canadá e os EUA, no início da década de 1990, define as seguintes atividades como associadas à indústria cultural:

- a) a publicação, distribuição ou venda de livros, revistas ou jornais impressos em papel ou que podem ser lidos por intermédio de uma máquina (revistas em CD-ROM, por exemplo);
- b) a produção, distribuição, venda ou exibição de filmes e vídeos;
- c) a produção, distribuição, venda ou exibição de gravações musicais em áudio ou vídeo;
- d) a produção, distribuição ou venda de música impressa ou em forma legível por máquina;
- e) a comunicação radiofônica ou televisiva em aberto (broadcast), por assinatura ou no sistema *pay per view* (tv a cabo, transmissões por satélite).

Um ponto importante a ser observado, em relação ao uso da expressão indústria cultural, refere-se ao fato de que ela está associada à expressão “meios de comunicação de massa”, porém, não se trata de exatamente de um sinônimo (COELHO, 1997), uma vez que,

a indústria cultural nem sempre requer um meio de comunicação de massa, como a televisão ou o rádio. Há territórios no interior da indústria cultural, como o campo de produção erudita (ex: a literatura ensaística), que apesar de requererem a intermediação de um meio de comunicação de massa (ex: a imprensa), não se caracterizam pela produção de bens culturais de massa. (COELHO, 1997, p. 216).

Os princípios da indústria cultural são os mesmos da produção econômica geral, ou seja, pelo uso crescente da máquina (tecnologia), submissão do ritmo humano ao ritmo da máquina, divisão do trabalho e alienação do trabalho, sendo que a matéria-prima desse processo, a cultura, passa a ser vista não como “[...] instrumento da livre expressão e do conhecimento, mas como produto permutável por dinheiro e consumível como qualquer outro produto (processo

de reificação da cultura)” (COELHO, 1997, p. 216).

Dentre os bens ou serviços culturais passíveis de serem consumidos, previstos na política pública e diretamente associados a indústria cultural, destaca-se o acesso ao cinema, assinatura de jornais, aquisição de revistas, livros e música, previstos na Instrução Normativa nº 2 (BRASIL, 2013), ou pelo acesso a serviços via Internet, por exemplo, de produtos adquiridos por meio de *streaming* ou *download*, previstos na Instrução Normativa nº 2 (BRASIL, 2014).⁷⁰ Além desses, a primeira instrução normativa, prevê a aquisição de artesanato, a participação em festas populares e em espetáculos, a realização de uma variedade de cursos, a aquisição de esculturas, de fotografias, de quadros, de gravuras e de partituras, além de equipamentos de artes visuais e de instrumentos musicais. A segunda instrução normativa também inclui a visitação a espaços culturais e a aquisição de leitor de livros digitais.

Assim, a amplitude de bens e de serviços passíveis de serem adquiridos por meio do VC, abrange uma variedade significativa, desde uma oferta cultural passível de ser analisada por meio da composição de ocupados do setor cultural, conforme a Classificação Brasileira de Ocupação (CBO), até a oferta decorrente de empresas que compõem o Setor Cultural, de acordo com a Composição do Setor Cultural, baseado no Cadastro Nacional de Empresas (CNAE), conforme o Quadro 5.

Quadro 5 - Composição do mercado de trabalho Cultural –CNA e CBO

Composição do Setor Cultural (CNAE)	Composição dos ocupados do setor cultural (CBO)
Edição e livraria	Arquitetos
Comunicações	Publicidade
Sistemas restritos de informação	Documentação, conservação e patrimônio
Arquitetura	Profissões literárias
Publicidade	Profissões das artes e do espetáculo
Rádio e televisão	Fotógrafos
Outras atividades artísticas e do espetáculo	Profissionais das artes plásticas e do design
Conservação e patrimônio	Arte popular e do artesanato
Atividades desportivas e outras relacionadas ao lazer	

Fonte: IPEA, 2018 (dados solicitados por meio do e-Sic).⁷¹

Na RCC, uma das análises realizadas no contexto da produção ou da oferta, refere-se às profissões culturais, ocupações e o setor cultural. De acordo com o IPEA (2018), as classes criativas são classificadas em diferentes categorias: centro hipercriativo, hipercriativo e profissionais criativos, conforme Quadro 6.

⁷⁰ A relação completa de bens e serviços está apresentada nos Quadros 15 e 16, na seção 4.2.1.

⁷¹ Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão (*e-SIC*).

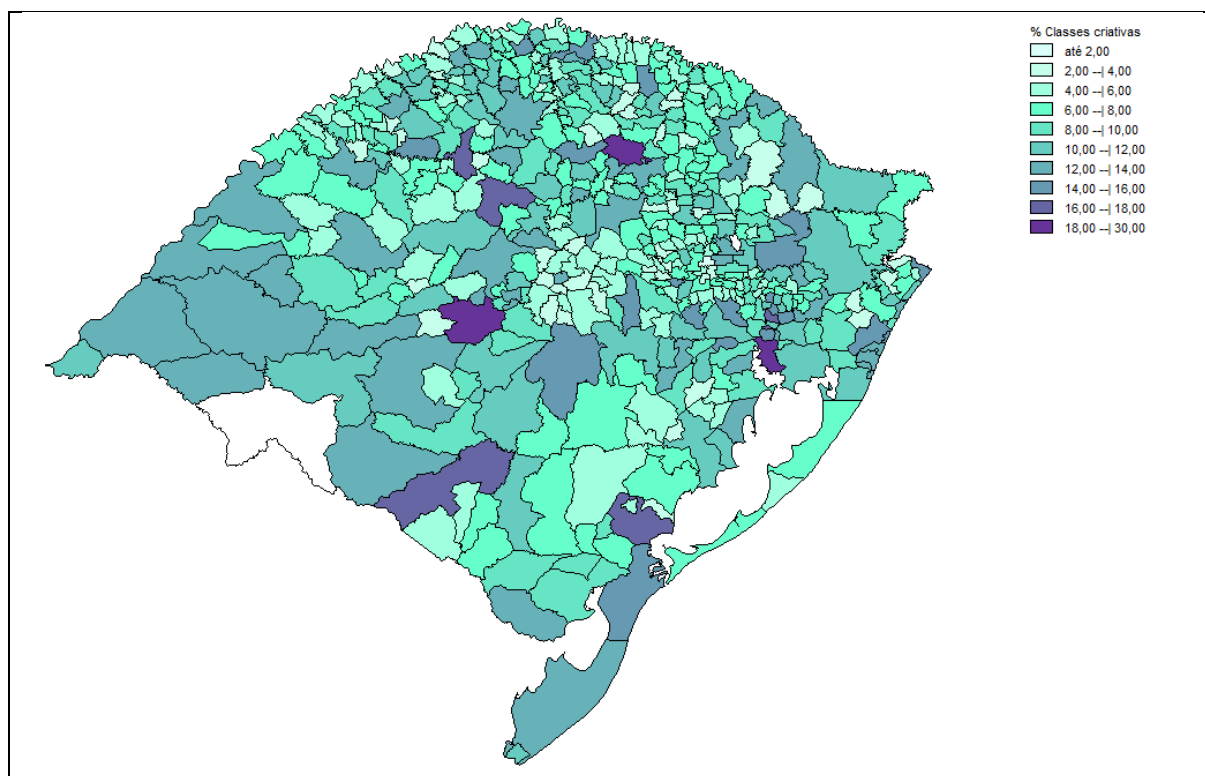
Quadro 6 - Classes Criativas

CENTRO HIPERCRIATIVO	HIPERCRIATIVO	PROFISSIONAIS CRIATIVOS
Profissões ligadas às artes, ao design, ao entretenimento, aos esportes e à mídia Técnicos em biblioteconomia; Técnicos em museologia; Técnicos em artes gráficas; Cinegrafistas; Fotógrafos; Bailarinos de danças populares; Músicos e cantores populares; Palhaços, acrobatas e afins; Apresentadores de Espetáculos; Modelos; Técnicos esportivos; Atletas profissionais; Árbitros desportivos	Profissões ligadas à computação e à matemática Profissões ligadas à arquitetura e engenharia Profissões ligadas às ciências biológicas, naturais e sociais Profissões ligadas à educação, ao treinamento e à biblioteconomia	Profissões gerenciais Profissões ligadas aos negócios e às operações financeiras Profissões ligadas ao direito Profissões técnicas e profissões ligadas à área da saúde Vendas e gerenciamento Vendas de alto nível

Fonte: IPEA, 2018.

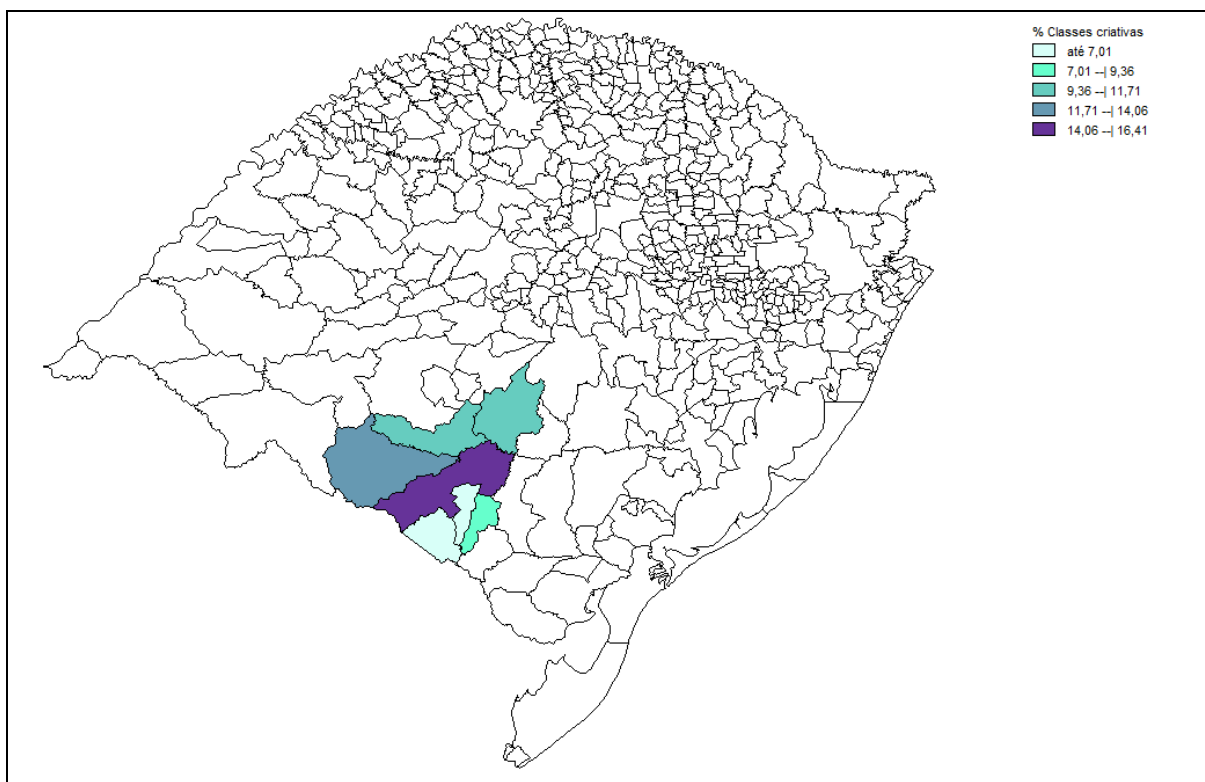
Ao analisar a participação das classes criativas, conforme o Mapa 10, constata-se que 3 municípios gaúchos têm uma participação igual ou superior a 18%. Na RCC, destaca-se o município de Bagé, com uma participação igual ou superior a 14,06%, conforme o Mapa 11.

Mapa 10 - Participação (%) das Classes Criativas no Mercado de Trabalho de Cada Município do RS



Fonte: IBGE/Censo 2010.

Elaboração: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

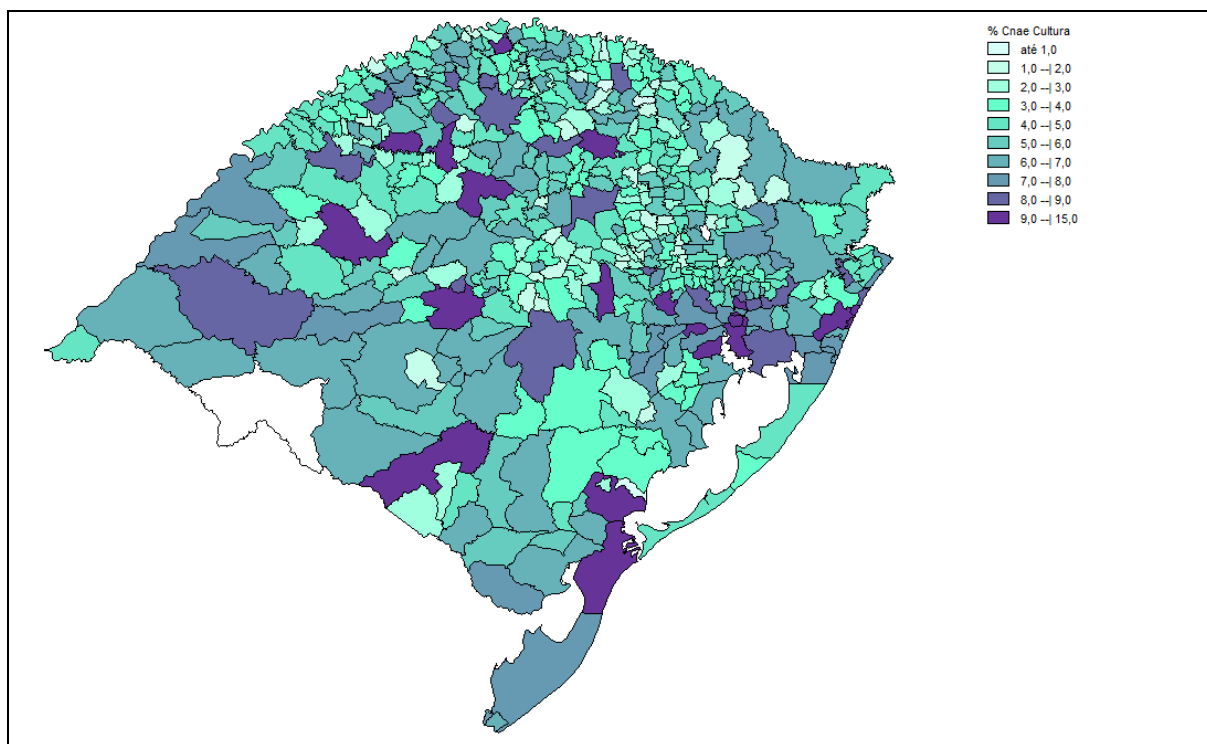
Mapa 11 - Participação (%) Classes Criativas em Cada Município da RCC/RS

Fonte: IBGE/Censo 2010.

Elaboração: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

De acordo com o Mapa 12, 18 municípios gaúchos têm uma participação de empresas do setor cultural, que varia entre 9 e 15%, incluindo o município de Bagé, na RCC. No Mapa 13, observa-se que a RCC além do destaque de Bagé, Caçapava do Sul apresenta o segundo maior índice, enquanto Aceguá e Hulha Negra apresentam os índices mais baixos.

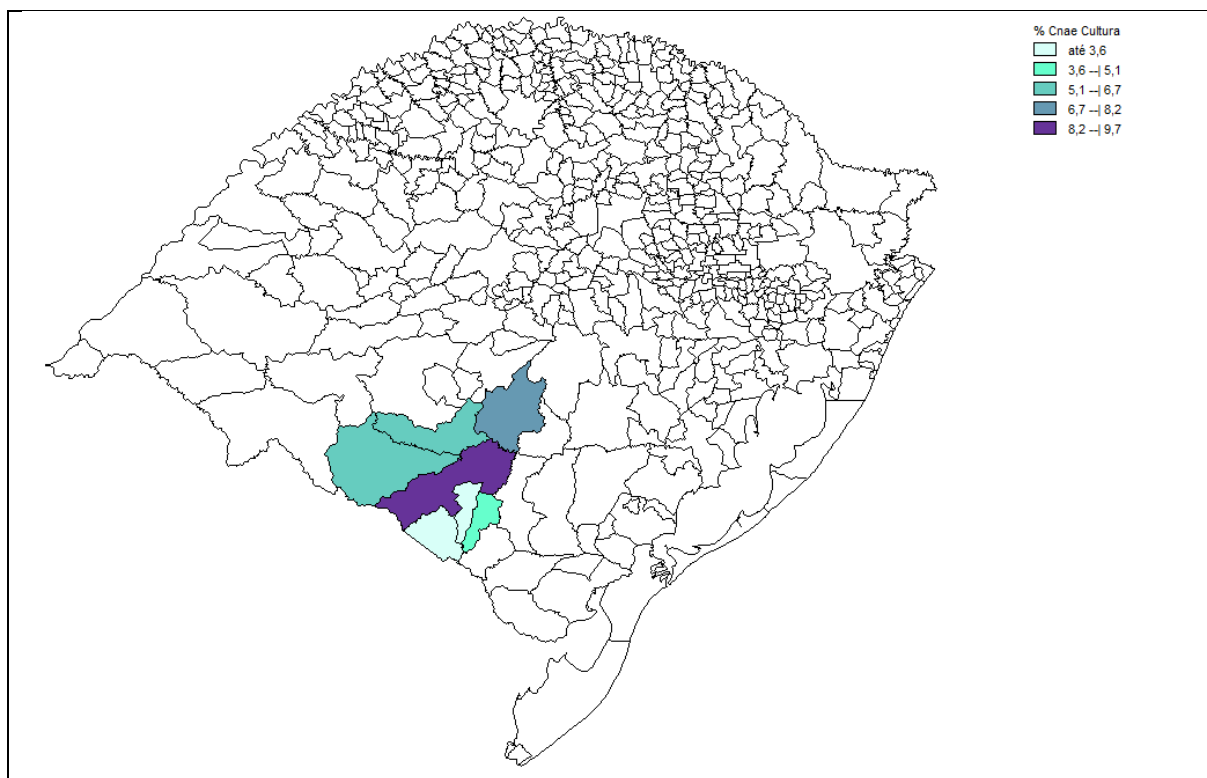
Mapa 12 - Participação (%) do Setor Cultural (Cnae) em Cada Município do RS



Fonte: IBGE/Censo 2010.

Elaboração: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

Mapa 13 - Participação (%) do Setor Cultural (Cnae) em Cada Município da RCC/RS

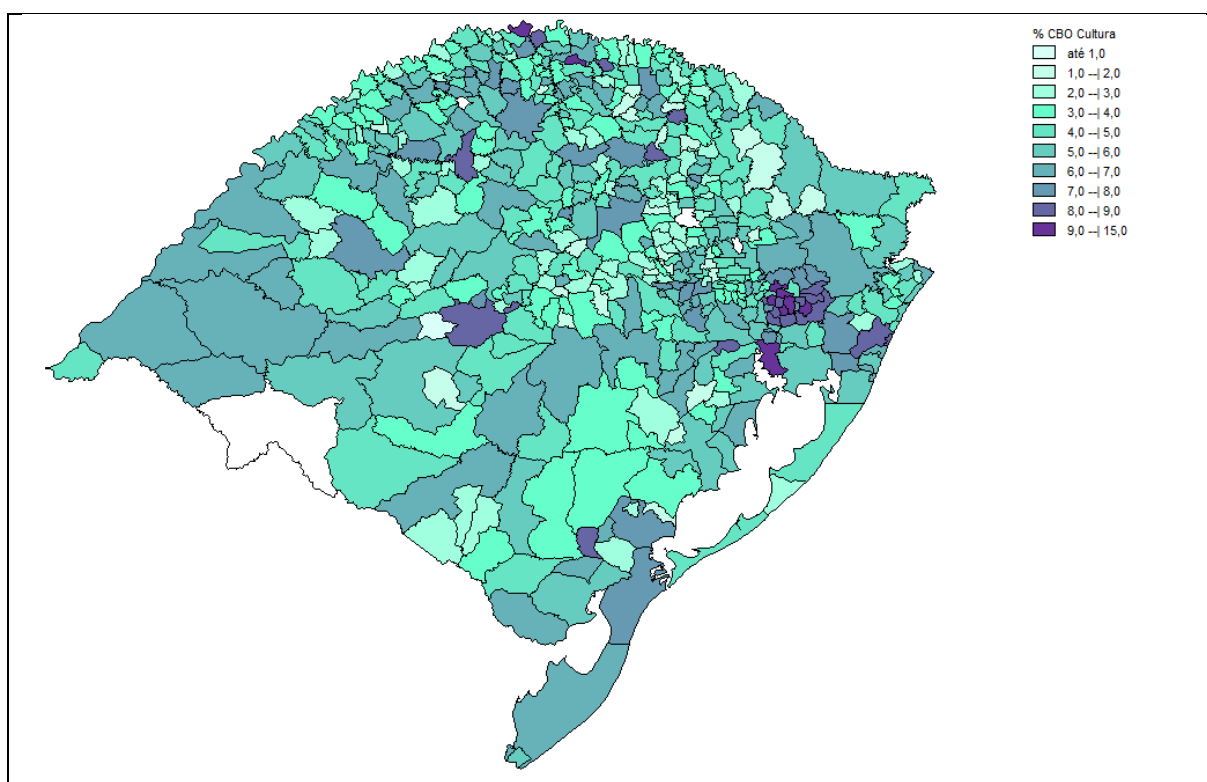


Fonte: IBGE/Censo 2010.

Elaboração: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

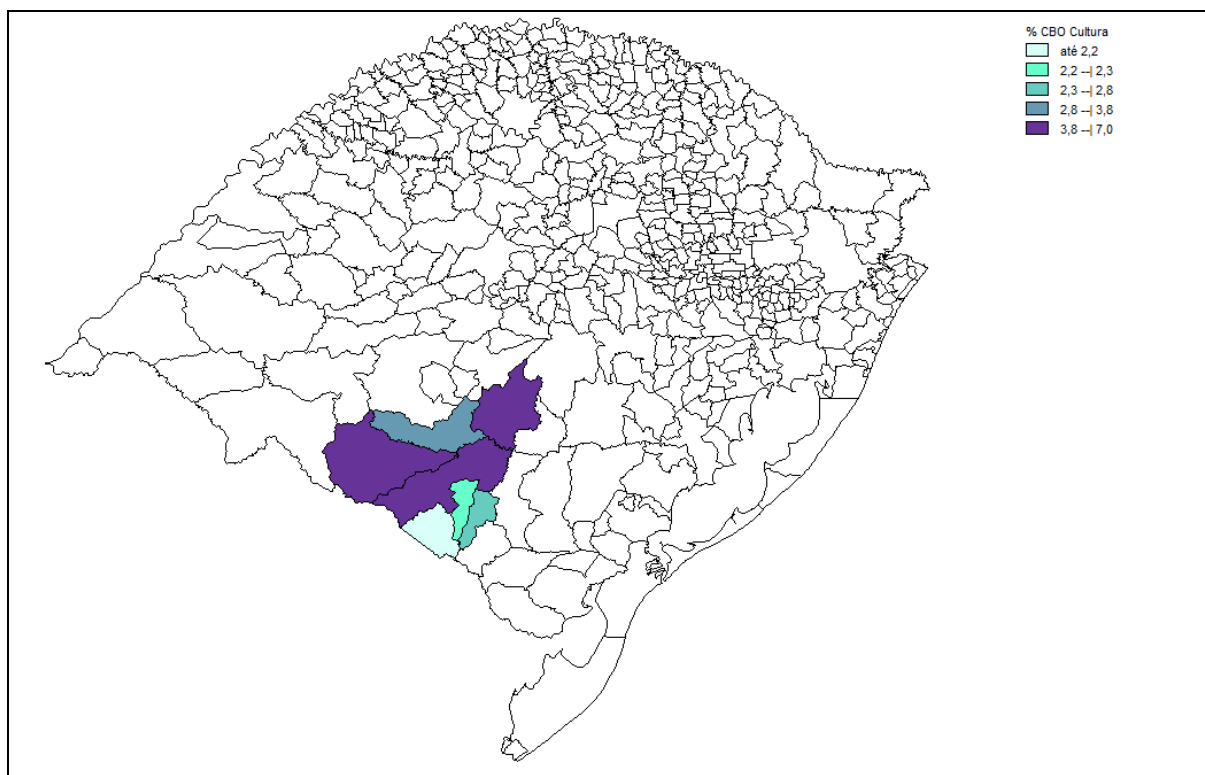
De acordo com o Mapa 14, observa-se que os municípios com maior participação de ocupações encontram-se localizados em alguns pontos específicos, tais como, a Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA), alguns municípios mais ao Norte do RS, e alguns isolados na região Central e ao Sul. No Mapa 15, observa-se que o índice de participação das ocupações culturais chega ao máximo no intervalo de 3,8 – 7%, nos municípios de Dom Pedrito, Bagé e Caçapava do Sul.

Mapa 14 - Participação (%) das Ocupações Culturais (CBO) em Cada Município do RS



Fonte: IBGE/Censo 2010.

Elaboração: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

Mapa 15 - Participação (%) das Ocupações Culturais (CBO) em Cada Município da RCC/RS

Fonte: IBGE/Censo 2010.

Elaboração: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

No que se refere aos municípios com maior participação nas categorias construídas, no Rio Grande do Sul destaca-se o município de Bagé, conforme a Tabela 8, com participação de 16,41% na categoria classes criativas e de 9,7% no setor cultural. Com relação aos municípios com menor participação em cada categoria construída, destaca-se o município de Aceguá, com participação de 2,1% na categoria setor cultural, e na categoria ocupações, os municípios de Aceguá, com a participação de 2,2%, e o de Hulha Negra, com 2,3% (Tabela 9).

Tabela 8 - 15 Municípios com maior participação em cada categoria construída

(continua)

Setor		Ocupações		Classes criativas	
Porto Alegre	14,4	São Valério do Sul	23,7	Porto Alegre	28,40
Santa Maria	12,7	Vicente Dutra	12,8	Santa Maria	20,28
Pelotas	11,2	Porto Alegre	12,2	Passo Fundo	18,39
São Leopoldo	10,8	Morro Reuter	9,9	Pelotas	17,90
Osório	10,1	Picada Café	9,6	Bagé	16,41
Santa Cruz do Sul	10,0	Sapiranga	9,6	São Leopoldo	16,31
Bagé	9,7	Parobé	9,2	Osório	15,86
Santiago	9,6	Nova Hartz	9,0	Montenegro	15,52
Santo Angelo	9,5	São João Polesine	8,9	Santa Cruz do Sul	15,45
Passo Fundo	9,5	Mato Castelhano	8,8	Rio Grande	15,31

Tabela 8 - 15 Municípios com maior participação em cada categoria construída

(conclusão)

Setor		Ocupações		Classes criativas	
Taquari	9,2	Santa Maria	8,8	Nonoai	15,25
Rio Grande	9,2	Lindolfo Collor	8,6	Santo Angelo	14,93
Xangri-la	9,1	Novo Hamburgo	8,5	Novo Hamburgo	14,46
Viamão	8,8	São Leopoldo	8,4	Torres	14,27
Palmeira das Missões	8,7	Três Coroas	8,4	Taquari	14,22

Fonte: IBGE/Censo 2010.

Elaboração: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

Ainda quanto ao percentual de presença das classes criativas, destacam-se os municípios com maior população na RCC, conforme a Tabela 9. O maior índice, 16,41%, é do município de Bagé, com a maior população na região, com 116.794 habitantes, seguido do município de Dom Pedrito, cujo índice é de 12,78% para uma população de 38.898 habitantes, e de Caçapava do Sul, com índice de 11,21% e população de 33.690 habitantes.

Tabela 9 - Indicadores sociais e culturais selecionados, municípios da RCC/RS

Município	População	% Cnae Cultura	% CBO Cultura	% Classes criativas
Aceguá	4.394	2,1	2,2	5,22
Bagé	116.794	9,7	6,7	16,41
Caçapava do sul	33.690	6,8	7,0	11,21
Candiota	8.771	4,5	2,8	7,35
Dom Pedrito	38.898	6,3	4,7	12,78
Hulha Negra	6.043	2,3	2,3	4,66
Lavras do Sul	7.679	5,8	3,8	9,73

Fonte: IBGE/Censo 2010.

Elaboração: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

Um dos elementos analisados na constituição do Idecult,⁷² pelo IPEA, foi a distribuição geográfica dos equipamentos culturais, que são “[...] parte dos mecanismos que permitem a produção e que organizam os processos de circulação cultural. Portanto, não é trivial, para as políticas públicas que colocam como diretriz a democratização da cultura, constatar sua ausência ou presença” (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 59). Segundo os autores, os equipamentos culturais ligam-se à produção artística, ao esporte ou ao lazer, podendo ser domésticos e outros privados, e exploram atividades comerciais, sendo que “[...] constituem a base que define as práticas culturais e, por essa razão, constituem-se em referência para a elaboração de estratégias de políticas públicas” (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 60).

⁷² Na definição do Idecult, Silva e Araújo (2010) analisaram a estrutura do emprego cultural no Brasil, a partir do Cadastro Nacional de Atividades Culturais (CNAE) e da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), com destaque para “À diferença do Cadastro Nacional de Atividades Culturais (CNAE), os dados do CBO apresentam profissões específicas da área cultural que podem ser exercidas em qualquer atividade econômica”. (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 42)”.

De acordo com diagnóstico técnico da dimensão social do PED 2017-2030,⁷³ Carreta *et al* (2017) identificam que a região destaca-se por importantes festas populares, feiras de livros e eventos relacionados ao sistema produtivo local, tais como a Expofeira de Bagé (evento relacionado a produção pecuária, que em 2018, está em sua 106ª edição), e a Festa do Colono de Hulha Negra (em 2018, aconteceu a 23ª edição). O Festival Internacional de Cinema na Fronteira chegou em 2018, na sua décima edição, com sessões competitivas nas cidades de Bagé e Pelotas, e itinerâncias nas cidades da região da fronteira Brasil – Uruguai. É um símbolo do potencial de criação e estímulo para a produção cinematográfica na região da fronteira, território de convivência multicultural. O Festival Internacional da Música no Pampa (FIMP) que, em 2018, realizou a sua nona edição, apoiado pela Lei Rouanet, ocupa diferentes espaços na cidade de Bagé e na região.

Quanto à produção artístico-cultural, pelo diagnóstico realizado, a RCC destaca-se na região com artistas das artes visuais (O Grupo de Bagé, formado pelos artistas: Glauco Rodrigues, Glênio Bianchetti, Danúbio Gonçalves, falecido recentemente, e Carlos Scliar) e da literatura, além de artistas ligados à música. Ressalta-se a atuação da instituição Da Maya-Espaço Cultural, que representou um marco na região pelo investimento na revitalização de espaços culturais, e na recuperação de obras artísticas de artistas regionais.

Os principais lugares e fatos históricos (patrimônios culturais) são, de acordo com Carreta *et al* (2017), em Bagé: a Batalha do Seival – Arroio Seival, a Casa de Pedras, o Forte Santa Tecla, Ponte Seca; em Caçapava do Sul: o Forte Dom Pedro II, Minas do Camaquã, Pedra do Segredo, Toca das Carretas; em Aceguá: Marco Fronteiriço; em Dom Pedrito: Palácio Ponche Verde, Monumento em homenagem à paz Farroupilha, Obelisco da Paz Farroupilha, Prédio da Antiga Estação Férrea.

Com relação aos bens tombados, conforme Carretta *et al* (2017): 1) pelo Iphan: a) Caçapava do Sul: Forte de Caçapava; b) Bagé: a Igreja Matriz de São Sebastião, o Forte de Santa Tecla e a Ponte Seca; 2) pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado do Rio Grande do Sul (IPHAE): a) Bagé: Antiga Estação Férrea de Bagé; Centro Histórico de Bagé; Hidráulica de Bagé; Palacete Pedro Osório; b) Caçapava do Sul: Casa de Antônio Augusto Borges de Medeiros; Fórum; Casa De Ulhôa Cintra; Igreja Matriz Nossa Senhora da Assunção; c) Candiota: Usina de Candiota I; d) Dom Pedrito: Caixa D'água e Prefeitura Municipal.

Quanto à infraestrutura voltada para cultura, observa-se que todos os municípios da RC

⁷³ As edições dos eventos foram atualizadas, considerando o período de elaboração desta Tese, mas baseados no diagnóstico técnico elaborado para o PED.

têm implementadas as Secretarias de Cultura, associada ou não, a temas como Turismo, Desporto ou Lazer. Além disso, os municípios de Bagé, Caçapava do Sul, Candiota e Dom Pedrito, possuem Conselhos Municipais de Cultura. Os equipamentos culturais, de acordo com a metodologia proposta pelos autores que definiram o Idecult, estão distribuídos em 4 grupos, conforme o Quadro 7, cuja classificação⁷⁴ coincide com a considerada pela Unesco e o MinC.

Quadro 7 - Grupos de equipamentos culturais

Grupo	Descrição
Grupo 1: Equipamentos culturais tradicionais	Bibliotecas, museus, teatro ou casa de espetáculos, cinemas, bandas de música e orquestras
Grupo 2: Equipamentos de lazer	Clubes e associações recreativas
Grupo 3: Equipamentos privados de distribuição de bens culturais	Videolocadora, loja de discos, CDS e fitas, livrarias e shopping center
Grupo 4: Cinema e audiovisual	Estação de rádio AM e FM, geradora de TV, provedor de internet e cinema

Fonte: Silva e Araújo (2010, p. 63).

Considerando a classificação apresentada no Quadro 7, a seguir apresentam-se levantamento de informações⁷⁵ relacionados a RCC. Com relação aos Equipamentos culturais tradicionais (Grupo 01), existem na RCC: 6 bibliotecas, 3 museus, 1 ponto de cinema, 2 teatros. A região concentra em Bagé, 3 grupos musicais: a Orquestra da Maya, a Orquestra Filarmônica da Igreja Batista (OFIBA) e o Sonido Del Alma Gaúcha – música regional gaúcha e platina. No município de Bagé estão organizados dois grupos teatrais (Grupo de Teatro “Os Carlitos” e Grupo de Teatro “Entreatos” - Conde de Porto Alegre), além do Instituto Municipal de Belas Artes (Imba). O município de Caçapava do Sul mantém o Grupo Clara Nunes, orientado para a dança, teatro e cultura afro-brasileira.

Ainda no que se refere às manifestações culturais relacionadas à música, destaca-se a falta de registro ou evidências quanto ao número existente na RCC, em relação aos conjuntos musicais ou bandas de diferentes estilos, sejam amadores ou que se apresentam em espaços como restaurantes e bares. No entanto, pelo próprio Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG), através festivais de canção e diferentes movimentos de colonização na RCC, destaca-se a diversidade de manifestações (mesmo não reconhecidas e registradas pelo campo da cultura erudita). Nesse sentido, destaca-se também a existência do curso de Licenciatura em Música, realizado no campus da Unipampa, em Bagé, e do movimento em torno do projeto de extensão

⁷⁴ Esta tabela não se refere somente a RCC, seu propósito é o de apresentar a classificação dos organismos de cultura acerca do que vem a compor os equipamentos culturais.

⁷⁵ Essas informações foram coletadas no diagnóstico do PED, complementado pelas entrevistas realizadas com os envolvidos com a cultura na RCC.

PampaStock: Cevando o rock na Fronteira, da mesma instituição. O projeto iniciou 2010, e mantém atividades com os alunos e a comunidade dos 10 *campi*, incluindo Bagé, Dom Pedrito e Caçapava do Sul, na RCC.

Quanto aos equipamentos de lazer (Grupo 02), a região mantém 19 clubes ou centros recreativos, também reconhecidos como sociedades, além de 14 parques ou praças. A região oportuniza a realização de aproximadamente 30 eventos culturais, religiosos, econômicos e esportivos. Destaca-se ainda, a existência de associações de amigos de museus, e núcleos de pesquisas voltadas para a cultura, sociedades (portuguesa, espanhola, uruguaia, italiana), casas de cultura e associações de artesanato.

Com relação ao MTG, todos os municípios da RCC estão incluídos na Décima Oitava Região Tradicionalista (RT), sendo que existem 18 entidades localizadas entre os municípios de Bagé (5), Caçapava do Sul (8), Candiota (1) e Dom Pedrito (4), conforme o *site* oficial do MTG⁷⁶.

Com relação à classificação destas entidades, existem na RCC:

- 01 Coordenadoria Municipal de Tradicionalismo (CMT), localizada em Dom Pedrito;
- 01 Departamento Cultural (DC) Alma Gaúcha, localizado em Dom Pedrito;
- 01 Associação Tradicionalista (AT), denominada Zeferino Ruy Teixeira de Freitas, localizada em Caçapava do Sul;
- 12 Centros de Tradições Gaúchas (CTGs), sendo que 03 localizados em Bagé (93, Prenda Minha e Sentinela da Fronteira), 06 em Caçapava do Sul (Clareira da Mata, Família Nativista, Heróis do Seival, Pampa e Querência, Ronda Crioula e Sentinela dos Cerros), 01 em Candiota (Candeeiro do Pago) e 02 em Dom Pedrito (Herança Paternal e Rodeio da Fronteira);
- 01 Grupo de Artes Nativas (GAN) Campo Aberto, em Bagé;
- 01 Grupo (GR) Pampa e Minuano, em Bagé;
- 01 Piquete de Laçadores (PL) Guarda Velha, em Caçapava do Sul.

A região possui cerca de 23 equipamentos privados de distribuição de bens culturais (Grupo 03), com destaque para 2 editoras e 3 gráficas, além de 3 vídeo locadoras e 1 *FreeShop* Internacional, localizado no município de Aceguá, na Fronteira com o Uruguai.

Com relação ao Grupo 04, cinema e audiovisual, destacam-se os meios de comunicação da região, sendo: 7 emissoras de rádio AM; 18 emissoras de rádio FM; 11 veículos de comunicação impressa (jornais), dentre eles os de maior alcance regional são o Jornal Minuano,

⁷⁶ Ver: <http://www.mtg.org.br>.

ligado a URCAMP, e o Folha do Sul; e a emissora de televisão regional RBS TV Bagé, do Grupo RBS, afiliada da Rede Globo, além do alcance do sinal das demais emissoras nacionais e internacionais de conteúdo aberto, de emissoras de sinal pago (satélite e cabo) e TV por *streaming* (*Netflix* e outras). Encontram-se na região seis pontos de cultura, distribuídos nos seguintes municípios: Bagé (2); Aceguá (01); Caçapava do Sul (01); Candiota (01), e Dom Pedrito (01). A região também possui empresas provedoras de Internet e conteúdo digital, sendo a maioria associada às grandes empresas de telecomunicação.

Compreender a dinâmica da produção cultural da RCC, é um dos caminhos para compreender a dinâmica da implementação do VC, enquanto elemento do circuito de produção cultural, porém, sem perder de vista os demais elementos, tais como, o consumo, que será abordado na sequência.

3.2.3 Consumo cultural brasileiro

Os EC voltam-se para o desenvolvimento de diferentes abordagens da recepção mediática, que nesta tese será tratado como consumo de bens ou serviços culturais, enquanto objeto de estudo, além do trabalho desenvolvido sobre o consumo cultural, seja ele observado por meio de uma visão mais abrangente de cultura, ou relacionada com os processos de constituição e hibridação das identidades (ESCOSTEGUY, 2010).

Dentre os estudos destaca-se o de Canclini (2010b, p. 68), que procura compreender as possibilidades de exercer a cidadania por meio das mudanças na maneira de consumir. O autor expõe a ausência do Estado, e o controle da economia material e simbólica às empresas, e que vincular a cidadania ao consumo requer um “[...] reposicionamento do mercado na sociedade, tentar a reconquista imaginativa dos espaços públicos, do interesse do público”. Assim, “[...] o consumo se mostrará como um lugar de valor cognitivo, útil para pensar e atuar, significativa e renovadamente, na vida social” (CANCLINI, 2010b, p. 72).

O autor também aponta, para a necessidade de políticas para a cidadania multissetoriais adaptadas à complexa heterogeneidade do público, e que as políticas culturais mais democráticas e mais populares “[...] não são aquelas que chegam à maioria, mas que levam em conta a variedade de necessidades e demandas da população. Nem as elites nem os setores populares, como revelam a fragmentação de seus comportamentos constituem uma massa homogênea” (CANCLINI, 2010b, p. 109).

O autor parte da definição de consumo como sendo “[...] o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso de produtos” (CANCLINI, 2010b, p.

60) e, nesse caso, ele é compreendido pela racionalidade econômica. Outros estudos apontam o consumo como um “[...] momento do ciclo de produção e reprodução social: é o lugar em que se realiza a expansão do capital e se reproduz a força de trabalho” (CANCLINI, 2010b, p. 61). Nessa perspectiva, conforme o autor, não são considerados nem as necessidades, nem os gostos individuais, que determinam o como e quem consome, e a oferta de bens e a indução publicitária não são atos arbitrários.

Porém, sobre a interação entre produtores e consumidores, entre emissores e receptores, revela a manifestação de uma racionalidade sociopolítica interativa no consumo, uma vez que, “[...] consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo” (CANCLINI, 2010b, p. 62), observável inclusive na relação entre políticos e eleitores, o que revela uma cumplicidade existente entre consumo e cidadania. Outra linha de estudos, aponta o consumo

[...] como lugar de diferenciação e distinção entre as classes e os grupos, tem chamado a atenção para os aspectos simbólicos e estéticos da racionalidade consumidora. [...] Há uma coerência entre os lugares onde os membros de uma classe e até de uma fração de classe se alimentam, estudam, habitam, passam as férias, naquilo que lêem e desfrutam, em como se informam e no que transmitem aos outros. (CANCLINI, 2010b, p. 62).

O autor admite que, o consumo “[...] se constrói a partir da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade” (CANCLINI, 2010b, p. 63). Assim,

[...] o consumo é visto não como a mera posse individual de objetos isolados, mas como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens (CANCLINI, 2010b, p. 70).

Não se trata de “indivíduos soberanos” ou de “massas uniformes”, essa é a conclusão de pesquisas sobre espectadores de filmes em salas de cinema, vídeos ou televisão, ouvem música em concertos, no rádio e na Internet, que abandonaram tanto a idealização romântica que “[...] via cada pessoa mantendo uma relação única com a arte a partir de uma subjetividade incondicional”, como as generalizações sobre a homogeneização do mundo (CANCLINI, 2008, p. 17). O autor defende a posição de que os públicos não nascem, mas se formam de modo diverso em cada contexto socio-histórico, e destaca que as correntes sociológicas a respeito da influência da família, da escola, da mídia, dos empreendimentos culturais comerciais e não comerciais, são reformuladas, uma vez que

[...] esses atores mudaram sua capacidade de aproximar-nos ou distanciar-nos das experiências. Condicionamentos parecidos não geram gostos nem comportamentos semelhantes em pessoas que se socializaram na leitura durante a época da televisão ou da Internet. O velho reconhecimento de que os mesmos contextos socioeconômicos e educacionais não permitem prever os comportamentos individuais fica mais complexo com a aceleração na mudança das *cenários formadoras originárias* de membros de uma mesma família. (CANCLINI, 2008, p. 17).

Quanto à condição dos consumidores, entre “indivíduos soberanos” ou “massas uniformes”, Canclini (2008, p. 32) aponta para o fato de que os consumidores

[...] não são vítimas passivas desses monopólios, mas a diminuição na pluralidade de ofertas nos torna cada vez mais inermes em muitas frentes. Por isso, a reivindicação dos direitos dos mais humilhados liga-se ao exercício cotidiano da cidadania, ao acesso aos bens desfrutáveis, ao uso do telefone ou da Internet para comunicar-se e não para que nos incomodem com vendas.

Coelho (1997) recorre ao uso e a troca de produtos culturais, sendo o primeiro associado à significação, ou seja, “[...] implica a apreensão mais ampla possível pelo receptor e a transformação deste (se não também do bem cultural em si) por aquele” (COELHO, 1997, p. 344-345). Por troca, o autor refere-se ao aspecto superficial ou exterior do produto cultural, o que implica que “[...] esse produto não é inteiramente aproveitado pelo indivíduo, que não sofre nenhuma transformação provocada pelo produto nem sobre este age” (COELHO, 1997, p. 345).

Para o autor, a essência do que *uso cultural* do *consumo cultural* é o fato de que,

[...] no uso a coisa de cultura é interiorizada e transformada em substância vitalizadora em virtude de algum metabolismo de seu receptor (o que pressupõe a existência de um resto eventual a jogar fora), enquanto o consumo marca-se por um contato epidérmico entre receptor e coisa cultural, contato mediante o qual a coisa de cultura desliza pela superfície do receptor sem afetá-lo interiormente seja como for e é em seguida eliminada, posta fora, sem que tenha havido qualquer trabalho (alteração de estado) na coisa cultural por parte do receptor e no receptor em virtude de sua exposição à coisa cultural (COELHO, 2008, p. 18).

Silva, Araújo e Souza (2007, p. 105), ao analisarem a questão do consumo cultural brasileiro, afirmam que “[...] o consumo implica uma ordem de significados e posições sociais” e que o ato de consumir é esclarecedor sobre o consumidor, como por exemplo, a sua posição social de forma a reunir as pessoas e também de distingui-las, de maneira a criar ordem e classificações. Além disso, também defendem que o consumo mantém vínculos com a cidadania, ou seja, com o direito de acesso a bens e serviços que oportunizem a formação de opinião, e a própria participação em processos políticos e sociais. Portanto, para os autores

[...] o consumo diz respeito à totalidade das interações sociais, desde a distinção entre grupos, até o estado do sistema educacional e das inovações tecnológicas. Consumir é participar dos cenários da vida social, de suas disputas e significados. A escassez de bens impõe certa lógica: a de que alguns se apropriem dos bens e outros não, em um processo que permite a distinção e união, o reconhecimento do valor dos bens ou sua desvalorização, assim como daqueles que os consomem (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007, p. 106).

Sobre o consumo de bens e serviços culturais, a análise a partir de agora levará em consideração dois estudos. O trabalho realizado por Silva, Araújo e Souza (2007) sobre o consumo cultural das famílias brasileiras, a partir dos dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2002 a 2003, e a pesquisa de Almeida (2016), que apresenta uma análise das desigualdades de consumo nas Regiões Metropolitanas (RMs) brasileiras, com base nas POFs de 2002 a 2003, e de 2008 a 2009.

Em seus estudos orientados para a análise dos gastos culturais das famílias brasileiras, Silva, Araújo e Souza (2007), apontam para algumas variáveis socioeconômicas que condicionam o consumo cultural, entre elas, a escolaridade, cor, gênero e renda da família. Os resultados da análise dos dados de 2002, indicam uma concentração de 82% dos gastos com despesas relacionados a práticas domiciliares (televisão, vídeo, música e leitura), e aproximadamente 18% dos gastos pressupõem a saída do domicílio correspondem. Dentre as despesas culturais domiciliares anuais, as despesas relacionadas ao audiovisual representam a maioria, sendo 41,2%, na sequência, as despesas com produtos da indústria fonográfica totalizam 14,6%, e as com microinformática, também na ordem dos 14,6% (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007).

Quanto às despesas culturais fora do domicílio, que representam 17,8%, observa-se um predomínio das atividades de lazer relacionadas a atividades artísticas. As despesas que compreendem as práticas culturais (teatro, shows, circo, cinema, museus, etc.) totalizam 6,7%, enquanto às ligadas a divertimento (lazer, zôo, discoteca, etc.), representam 7,3% dos dispêndios culturais. Destaque para o cinema que representa 22% dos gastos, seguido da frequência a espetáculos artísticos, com 38%, sendo que ambas as práticas, associadas às artes tradicionais, totalizam 40% destinados a outras saídas.

Quanto às características e ao formato das famílias, os autores apontam que o consumo cultural é feito por jovens, ou por famílias que têm filhos de mais de 18 anos ainda no domicílio, uma vez que: 1) as famílias com filhos acima de 18 anos gastam mais com práticas extradomiciliares (23%), enquanto que as famílias que têm filhos com até 18 anos gastam mais com atividades feitas no interior da casa (aproximadamente 87%), e nas famílias sem filhos, os gastos com práticas fora de casa representam 18%; 2) em termos de consumo médio, os maiores

gastos são das famílias com filhos acima de 18 anos (R\$ 82), enquanto os menores são das famílias sem filhos (R\$ 56,7); 3) as práticas fora de casa constituem-se no maior *per capita*/domiciliar para as famílias com filhos acima de 18 anos (R\$ 18,8), enquanto as famílias sem filhos gastam R\$ 10,3 (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007).

Ainda com relação às características socioeconômicas das famílias, e as respectivas práticas e despesas culturais, os autores apontam que esta última, está relacionada com a escolarização, ou seja, “[...] as famílias chefiadas por pessoas com mais de 12 anos de estudo respondem por 40% dos gastos culturais das famílias. Somadas àquelas com mais de 8 anos, representam 63% das despesas culturais” (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007, p. 117). Os autores também apresentam a relação entre o efeito considerável da renda na estrutura da despesa cultural, ou seja, “[...] os domicílios de renda mais alta concentram os dispêndios em cultura, mas cada segmento cultural tem comportamento diferenciado quanto aos dispêndios das famílias” (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007, p. 120).

Ao comparar a concentração dos gastos culturais com a da renda e das despesas de consumo, os autores identificam com clareza

[...] que o orçamento cultural é tão concentrado como a renda, sendo ambos, por outro lado, bem mais concentrados que as despesas de consumo. Efetivamente, os 40% mais pobres respondem por tão-somente 10% da renda e do dispêndio cultural, sendo, todavia, responsáveis por cerca de 15% das despesas de consumo. Por outro lado, os 10% mais ricos despendem 40% dos gastos em cultura e se apropriam de parcela semelhante da renda, ainda que, no que concerne aos dispêndios de consumo, respondam por 30% (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007, p. 120-121).

Esta realidade é uma das bases para a definição de uma política pública de estímulo ao consumo cultural, orientada para trabalhadores com salário de até 05 salários mínimos⁷⁷. Por outro lado, os autores indicam que as “[...] despesas de consumo são menos concentradas que a renda, dado que o orçamento das famílias pobres se concentra quase exclusivamente nas despesas de consumo, sendo marginais os gastos em ativos e os destinados ao pagamento de impostos” (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007, p. 121). E, concluem que o

[...] consumo de bens culturais mantém relações estreitas com as desigualdades sociais e culturais. Não ser dotado de capital econômico implica alta probabilidade de desapossamento do gosto e dos *habitus* de consumo de certos bens de cultura, ou seja, implica uma grande possibilidade de desapossamento cultural. (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007, p. 125).

Em seus estudos sobre o VC e a expansão do mercado editorial brasileiro, Alves e Souza

⁷⁷ O detalhamento da política está descrito no capítulo 4.

(2015), apontam para o VC como sendo

[...] uma das possibilidades de redução das assimetrias do consumo cultural. [...] De acordo com o Ministério da Cultura (MinC), a justificativa da proposta de criação do Programa Cultura do Trabalhador, no seio do qual se insere o Vale-Cultura, se ampara nos artigos 215 e 216 da Constituição Federal do Brasil, alargando consideravelmente os preceitos de democratização do acesso e fruição dos bens e serviços culturais, valorizando a criatividade e a diversidade da produção artística e das diversas expressões culturais.

Em relação a outros determinantes do dispêndio cultural das famílias, Silva, Araújo e Souza, destacam o fato de que as estruturas do consumo cultural revelam as heterogeneidades sociais e territoriais, ou seja, “[...] consumo se relaciona com as identidades que se constroem nas interações com os espaços domésticos, com a ordenação dos equipamentos públicos e sua distribuição no espaço urbano” (2007, p. 127). Assim, “[...] as diferenças socioeconômicas representam possibilidades desigualmente distribuídas de aquisição ou não dos bens de consumo cultural, sejam equipamentos propriamente ou bens com conteúdos culturais” (SILVA, ARAÚJO; SOUZA, 2007, p. 127).

Os autores apresentam dados relacionados aos domicílios brasileiros que evidenciam essa realidade: 1) 85,5% possuem televisão em cores, mas nas classes de renda mais altas (A/B) essa presença é de 99,6%, enquanto nas classes D/E é de 74%; 2) os artefatos de recepção de som, de informações, de música, também estão presentes (conjunto de som, 58,1%, gravador e toca-fitas, 13,6%, rádio de mesa e portátil, 18,5% e 20,4%, respectivamente), sendo que nos domicílios de menor renda esses equipamentos são mais raros; 3) as diferenças são mais expressivas para o microcomputador (presente em apenas 18,3% dos domicílios, em 60,8% dos mais ricos e em apenas 1,4% nas classes D/ E); o videocassete está em 37% dos domicílios – em 87,4% dos mais ricos e apenas em 6,7% dos mais pobres, e os toca-discos a laser e DVDs, se encontram em apenas 6,1% e 5,1% dos domicílios, e em pouquíssimos domicílios D/E. Esses dados evidenciam uma marginalização das classes menos favorecida em relação ao acesso de bens culturais e, segundo os autores,

[...] os sistemas restritos de informação (internet e microinformática) remodelam estilos de consumo e não se limitam aos impactos que realizam na órbita do trabalho. Essas tecnologias reformulam as práticas cotidianas e têm um raio de alcance maior do que aquele que atinge o usuário direto. Na verdade, esses sistemas, mesmo que ainda tenham usos limitados às classes de maior poder aquisitivo, reinformam hábitos, práticas e procedimentos variados de consumo. Basta dizer que essas tecnologias afetam a logística e o tempo do consumo (tornando-o mais ágil na maior parte dos casos) permitindo uma reestruturação global das práticas e não apenas dos grupos que o acessam diretamente. (SILVA; ARAÚJO; SOUZA, 2007, p. 129).

Por outro lado, a oferta institucional também impacta no consumo cultural, que pode ser observado por meio dos equipamentos públicos ou privados existentes. As possibilidades de expansão dos equipamentos culturais de uso coletivo ou público, são dependentes da formação dos territórios urbanos, sendo que nas Regiões Metropolitanas (RMs) se constituem de forma rápida e desorganizada, fato que pode limitar a expansão dos equipamentos culturais de uso coletivo ou público. No entanto, os equipamentos privados avançaram em ritmo mais rápido e se ampliam por meio do consumo no espaço doméstico, uma vez que oferecem bens como fitas de vídeo, DVDs, CDs, etc. (ARAÚJO; SILVA; SOUZA, 2007).

No que se refere ao consumo cultural e a relação com o espaço, os autores indicam que as Regiões Metropolitanas do Brasil, foram responsáveis pela fatia de 41,2% do consumo cultural das famílias, sendo que o consumo em outras regiões também é significativo. Com relação às grandes regiões, afirmam que o Sudeste foi responsável por 58,9% do consumo cultural das famílias, seguida do Sul (16,2%) e do Nordeste (14,6%). Sendo o Sudeste metropolitano responsável por 71% dos gastos culturais das famílias metropolitanas. Enquanto considerações finais, os estudos de Araújo, Silva e Souza (2007, p. 137), apontam para “[...] a grande heterogeneidade do comportamento de consumo cultural no Brasil. Essa heterogeneidade deve ser considerada na elaboração das políticas culturais”. Ainda, ressaltam para o fato de que a

[...] a dinâmica cultural exacerba desigualdades e distâncias sociais. É evidente a necessidade de políticas culturais que distribuam bens e contribuam com a diminuição de distâncias e desigualdades nos mapas sociais de reconhecimento mútuo entre segmentos, grupos e classes. (ARAÚJO; SILVA; SOUZA, 2007, p. 140).

Almeida (2016) analisa o consumo nas Regiões Metropolitanas (RMs), considerando as seguintes variáveis: 1) relação entre renda e despesas domiciliares; 2) despesas culturais domiciliares mensais *per capita* conforme características das famílias; 3) despesas culturais domiciliares médias mensais *per capita* conforme itens de despesa cultural; 4) Despesas culturais domiciliares mensais *per capita* por faixa de renda; 5) Índice de Gini para despesas culturais domiciliares mensais *per capita* por faixa de renda. De acordo com Almeida (2016), a Tabela 10, que apresenta a renda e despesas culturais domiciliares *per capita* para o período de um mês, evidencia a manutenção de disparidades regionais, porém apontam para o fato de que

[...] renda e consumo tem aumentado mais nas regiões menos favorecidas. A média nacional de dispêndios mensais culturais per capita foi de R\$ 31,54 em 2008-2009, enquanto a média para as RMs foi de R\$ 46,94. O maior valor foi para a RM do Rio

de Janeiro, equivalente a R\$ 60,04, contra R\$ 18,77 da RM de Fortaleza. (ALMEIDA, 2016, p. 56).

Destaca-se o fato de que, na RM de Porto Alegre, apesar de ter havido um crescimento no consumo cultural *per capita* familiar de 15,95%, houve uma redução de 12,55% no consumo cultural direto *per capita* familiar, considerando os períodos de 2002 a 2003, e de 2008 a 2009.

Tabela 10 - Renda e despesas culturais domiciliares mensais per capita segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (em R\$)

	Renda per capita familiar (R\$)			Consumo cultural per capita familiar (R\$)			Consumo cultural direto per capita familiar (R\$)		
	2002-2003	2008-2009	Var. %	2002-2003	2008-2009	Var. %	2002-2003	2008-2009	Var. %
Brasil	884,46	1.051,04	18,83	24,52	31,54	28,63	15,90	16,21	1,95
Norte	511,83	681,71	33,19	13,22	18,48	39,79	9,18	10,54	14,81
Nordeste	476,67	608,86	27,73	12,03	16,40	36,33	8,49	9,60	13,07
Sudeste	1.123,39	1.319,83	17,49	33,34	41,87	25,58	21,55	21,61	0,28
Sul	1.007,03	1.178,39	17,02	25,71	34,93	35,86	15,28	15,63	2,29
Centro-Oeste	876,78	1.085,79	23,84	20,48	28,56	39,45	13,91	13,88	- 0,22
RM Belém	630,53	886,22	40,55	18,74	26,26	40,13	12,39	14,91	20,34
RM Fortaleza	728,92	705,02	- 3,28	18,95	18,77	- 0,95	12,64	10,53	-16,69
RM Recife	728,29	998,00	37,03	18,97	26,72	40,85	13,36	14,44	8,08
RM Salvador	986,36	1.017,09	3,12	30,73	39,04	27,04	20,15	18,23	- 9,53
RM B. Horizonte	1.152,78	1.590,41	37,96	33,50	55,40	65,37	20,04	29,11	45,26
RM Rio Janeiro	1.407,35	1.649,89	17,23	46,44	60,04	29,29	33,34	34,56	3,66
RM São Paulo	1.438,92	1.553,53	7,97	49,72	49,70	- 0,04	30,60	24,20	-20,92
RM Curitiba	1.309,96	1.440,95	10,00	36,83	32,08	-12,90	21,97	13,61	-38,05
RM Porto Alegre	1.527,90	1.383,15	- 9,47	44,26	51,32	15,95	25,10	21,95	-12,55
Média das RMs	1.276,04	1.418,55	11,17	40,94	46,94	14,66	26,31	24,06	- 8,55

Fonte: Almeida (2016, p. 56).

Nota: Baseado em IBGE/POF (2003-2003; 2008-2009). Microdados. Valores de janeiro de 2009.

Com relação às despesas culturais domiciliares mensais *per capita*, conforme características das famílias, Almeida (2016) destaca que nas RMs (Tabela 11) em que

[...] não houve grandes mudanças do percentual de domicílios que decidiram gastar, mas os gastos per capita médios aumentaram independentemente das características das famílias. Em geral, tais características parecem influenciar pouco a decisão de gastar ou não gastar - cuja proxy é a proporção de domicílios que alegaram gastos culturais - afetando mais a decisão de quanto gastar, ou seja, o valor dispendido. (ALMEIDA, 2016, p. 57).

Dentre os resultados preliminares, a autora destaca os seguintes fatores que influenciaram na decisão de gastar:

- ✓ A distribuição dos domicílios com chefes brancos e não brancos é bem distribuída na amostra, mas os domicílios com chefe da raça branca gastaram em média R\$ 60,34 por pessoa ao mês, contra R\$ 39,37 daqueles chefiados por não brancos. Nesse caso, é bem provável que esse resultado esteja contaminado pela variável renda, maior entre as famílias com chefes brancos.
- ✓ Nos casos em que o chefe é de religião protestante, o montante dispendido também foi menor.
- ✓ Ter criança em casa não alterou a proporção das famílias que consomem, mas

estas gastaram em média 1/4 do gasto per capita das famílias sem crianças.
 ✓ A presença de adolescentes também desencadeou menores gastos.
 (ALMEIDA, 2016, p. 17).

Tabela 11 - Despesas culturais domiciliares mensais per capita conforme características das famílias segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs (em R\$)

Característica das famílias	Proporção de domicílios no total da amostra		Proporção de domicílios que realizam gastos culturais		Gastos domiciliares mensais com cultura per capita (R\$)		
	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	Var.
Gênero do Chefe da família							
Homem	69,00%	66,05%	70,76%	68,12%	R\$ 39,72	R\$ 48,03	20,93%
Mulher	31,00%	33,95%	29,24%	31,88%	R\$ 43,66	R\$ 44,83	2,69%
Estado Civil do Chefe da família							
Sem cônjuge	35,01%	36,11%	32,59%	33,11%	R\$ 56,00	R\$ 60,34	7,76%
Com cônjuge	64,99%	63,89%	67,41%	66,89%	R\$ 32,82	R\$ 39,37	19,94%
Raça do Chefe da família							
Não branca	45,21%	49,12%	43,26%	47,11%	R\$ 25,67	R\$ 29,78	16,00%
Branca	54,79%	50,88%	56,74%	52,89%	R\$ 53,53	R\$ 63,51	18,64%
Religião do Chefe da família							
Não protestante ou sem religião	78,54%	76,88%	79,71%	77,92%	R\$ 45,47	R\$ 52,20	14,80%
Protestante	21,46%	23,12%	20,29%	22,08%	R\$ 24,35	R\$ 29,47	20,99%
Existência de uma ou mais crianças domicílio							
Sem crianças	54,92%	62,04%	55,05%	61,20%	R\$ 57,16	R\$ 60,25	5,41%
Com criança(s)	45,08%	37,96%	44,95%	38,80%	R\$ 21,18	R\$ 25,20	18,98%
Existência de uma ou mais adolescentes domicílio							
Sem adolescente	67,24%	71,85%	65,51%	69,90%	R\$ 47,47	R\$ 53,41	12,52%
Com adolescente(s)	32,76%	28,15%	34,49%	30,10%	R\$ 27,54	R\$ 30,44	10,54%
Educação do chefe da família/cônjuge: se um ou ambos têm nível superior							
Não possuem nível superior	81,47%	80,99%	74,72%	76,39%	R\$ 23,27	R\$ 25,79	10,82%
Nível superior comp. ou incomp.	18,53%	19,01%	25,28%	23,61%	R\$ 113,71	R\$ 137,07	20,54%
Profissão: presença de um ou mais moradores com ocupação criativa							
Não há	93,81%	94,82%	92,31%	93,70%	R\$ 39,36	R\$ 43,90	11,54%
Morador(es) com ocup. criat.	6,19%	5,18%	7,69%	6,30%	R\$ 64,89	R\$ 102,67	58,22%
Faixa de renda do domicílio, segundo renda per capita							
Classe renda baixa	29,37%	25,36%	24,40%	22,27%	R\$ 7,92	R\$ 8,98	13,34%
Classe renda média	46,62%	49,58%	46,00%	48,18%	R\$ 23,03	R\$ 24,56	6,65%
Classe renda alta	24,01%	25,05%	29,61%	29,55%	R\$ 116,11	R\$ 129,67	11,68%

Fonte: Almeida (2016, p. 58).

Nota: Baseado em IBGE/POF (2003-2003; 2008-2009). Microdados. Valores de janeiro de 2009.

Quanto às despesas culturais domiciliares médias mensais *per capita*, conforme itens de despesa cultural, em sua análise Almeida (2016) destaca, o crescimento dos gastos culturais totais que impactou no gasto médio familiar *per capita*, ou seja, de um valor de R\$ 40,94 ao mês, no período de 2002 a 2003, passou para R\$ 46,94, no período de 2008 a 2009, conforme Tabela 24. Observa-se que esse valor se aproxima do valor Mensal do VC, estipulado em R\$ 50,00. Quanto à discriminação por itens de despesas entre bens e serviços culturais nas RMs, a autora evidencia que, conforme Tabela 12,

[...] o aumento no gasto domiciliar decorreu da elevação dos gastos indiretos, cuja participação no montante total variou de 35,24% para 50,62%. Tal resultado deve-se a difusão dos gastos com informática entre as famílias, visto que os indicadores dos demais itens de consumo indiretos – cursos de artes, instrumentos musicais e outras saídas – praticamente não se alteraram. (ALMEIDA, 2016, p. 59).

Tabela 12 - Despesas culturais domiciliares médias mensais per capita conforme itens de despesa cultural segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs (em R\$)

	2002-2003			2008-2009		
	Gasto médio familiar per capita	Partic. na despesa cultural total	Proporção de dom. que realizam gasto cultural	Gasto médio familiar per capita	Partic. na despesa cultural total	Proporção de dom. que realizam gasto cultural
Total	R\$ 40,94	100,00%	73,47%	R\$ 46,94	100,00%	74,27%
<i>Direto</i>	<i>R\$ 26,31</i>	<i>64,92%</i>	<i>68,71%</i>	<i>R\$ 24,06</i>	<i>49,38%</i>	<i>67,25%</i>
Audiovisual	R\$ 19,39	48,74%	59,49%	R\$ 17,29	36,79%	58,48%
Cinema	R\$ 2,32	5,55%	16,45%	R\$ 1,82	3,94%	13,80%
Vídeo	R\$ 10,33	25,45%	32,51%	R\$ 11,46	24,24%	40,29%
Artigos de vídeo	R\$ 6,15	15,76%	26,88%	R\$ 6,97	15,19%	34,64%
Serv. TV	R\$ 4,19	9,69%	9,03%	R\$ 4,49	9,09%	9,97%
Som	R\$ 6,72	17,75%	41,31%	R\$ 3,33	7,04%	28,97%
Foto	R\$ 0,01	0,04%	0,13%	R\$ 0,68	1,53%	3,73%
Leitura	R\$ 5,64	13,99%	29,00%	R\$ 5,19	9,84%	25,80%
Artesanato	R\$ 0,54	1,18%	13,15%	R\$ 0,70	1,06%	9,31%
Espetáculos	R\$ 0,74	1,54%	3,59%	R\$ 0,89	1,68%	3,57%
<i>Indiretos</i>	<i>R\$ 14,63</i>	<i>35,24%</i>	<i>33,91%</i>	<i>R\$ 22,88</i>	<i>50,62%</i>	<i>40,08%</i>
Cursos de artes	R\$ 0,50	1,26%	2,32%	R\$ 0,34	0,84%	1,67%
Instrumentos musicais	R\$ 0,75	1,94%	3,25%	R\$ 0,60	1,35%	3,28%
Festas e outras saídas	R\$ 4,85	12,83%	18,31%	R\$ 4,22	9,47%	12,04%
Informática	R\$ 8,54	19,21%	19,86%	R\$ 17,72	39,09%	33,12%
Artigos de informática	R\$ 7,24	16,23%	17,08%	R\$ 6,24	13,79%	16,10%
Serv. Internet	R\$ 1,30	2,99%	5,21%	R\$ 11,48	25,27%	24,98%
<i>Total do domicílio</i>	<i>R\$ 33,02</i>	<i>80,10%</i>	<i>70,07%</i>	<i>R\$ 40,02</i>	<i>85,19%</i>	<i>71,93%</i>
Diretos do dom	R\$ 23,24	57,59%	67,12%	R\$ 21,35	43,62%	64,91%
<i>Total fora do domicílio</i>	<i>R\$ 7,91</i>	<i>19,90%</i>	<i>29,63%</i>	<i>R\$ 6,93</i>	<i>15,10%</i>	<i>23,74%</i>
Diretos fora do dom	R\$ 3,07	7,07%	17,96%	R\$ 2,71	5,60%	15,59%

Fonte: Almeida (2016, p. 59).

Nota: Baseado em IBGE/POF (2003-2003; 2008-2009). Microdados. Valores de janeiro de 2009.

Com relação às despesas culturais domiciliares mensais *per capita* por faixa de renda, conforme a Tabela 13, Almeida (2016, p. 64-65) apresenta os dados divididos em três faixas:

Na classe baixa, 65,89% das famílias realizaram dispêndios com cultura em 2008-2009, enquanto na média esse percentual é de 73,27% e na alta de 85,51%. Comparando com 2002-2003, mais domicílios de baixa renda gastaram com cultura, o que não ocorreu nas outras duas faixas. Porém, a despesa domiciliar média per capita mensal mantém-se substancialmente inferior, igual a R\$ 8,98, contra R\$ 24,56 e R\$ 129,67 per capita mensais das faixas de renda média e alta, respectivamente.

Tabela 13 - Despesas culturais domiciliares mensais per capita por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

(continua)

	Classe de renda baixa		Classe de renda média		Classe de renda alta		Total			
	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009		
Número de domicílios	4.309.764	4.339.526	6.839.866	8.482.396	3.522.609	4.286.423	14.672.239	17.108.345		
Proporção de domicílios	29,37%	25,36%	46,62%	49,58%	24,01%	25,05%	100,00%	100,00%		
Gastos culturais	Total	Proporção de dom. que realizam gastos	61,11%	65,35%	72,60%	72,35%	90,73%	87,80%	73,61%	74,23%
		Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 7,92	R\$ 8,98	R\$ 23,03	R\$ 24,56	R\$ 116,11	R\$ 129,67	R\$ 40,94	R\$ 46,94
	Direto	Proporção de dom. que realizam gastos	56,02%	57,85%	67,28%	64,55%	88,22%	87,80%	68,84%	67,22%
		Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 6,08	R\$ 5,42	R\$ 15,50	R\$ 12,53	R\$ 72,04	R\$ 65,74	R\$ 26,31	R\$ 24,06
	Indireto	Proporção de dom. que realizam gastos	18,09%	24,27%	31,76%	35,95%	52,72%	64,16%	33,98%	40,06%
		Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 1,84	R\$ 3,56	R\$ 7,52	R\$ 12,03	R\$ 44,07	R\$ 63,93	R\$ 14,63	R\$ 22,88

Tabela 13 - Despesas culturais domiciliares mensais per capita por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

		(continuação)							
		Classe de renda baixa		Classe de renda média		Classe de renda alta		Total	
		2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009
No dom.	Proporção de dom. que realizam gastos	57,56%	63,00%	68,01%	69,43%	88,66%	86,77%	70,20%	71,89%
	Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 6,97	R\$ 7,69	R\$ 18,69	R\$ 21,66	R\$ 92,72	R\$ 109,07	R\$ 33,02	R\$ 40,02
Fora do dom.	Proporção de dom. que realizam gastos	13,26%	11,95%	28,14%	20,48%	52,78%	42,07%	29,69%	23,73%
	Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 0,95	R\$ 1,29	R\$ 4,33	R\$ 2,90	R\$ 23,38	R\$ 20,60	R\$ 7,91	R\$ 6,93

Fonte: Almeida (2016, p. 65).

Nota: Baseado em IBGE/POF (2003-2003; 2008-2009). Microdados. Valores de janeiro de 2009.

As pesquisas trabalhadas até aqui, indicam uma referência em relação aos estudos em torno do consumo cultural brasileiro, ainda limitado em termos regionais, como a proposta desta tese. Considerando que o período da segunda parte da primeira década dos anos 2000 até 2015, no Brasil, observa-se um crescimento no consumo (inclusive comunicacional e cultural). Os dados de 2007 são sinalizadores da situação brasileira, cujo consumo tendeu a se ampliar nos anos seguintes, conforme apontam os dados de Almeida (2016), em relação ao Brasil e a maioria das Regiões (Tabela 10).

Dados mais recentes acerca do movimento do consumo cultural das famílias brasileiras não foram encontrados, no entanto, apesar da tendência de crescimento do consumo cultural apontado pela comparação entre as pesquisas POF (2002-2003) e POF (2008-2009), observa-se que 31,75 % da população das 12 capitais investigadas na pesquisa Cultura nas Capitais, ainda dependem de atividades culturais gratuitas e, 39,83% mais atividades culturais gratuitas do que pagas, o que soma em torno de 70% dos investigados (Tabela 14). Em relação ao consumo cultural decorrente do PCT-VC, os dados são analisados no capítulo 4, enquanto o consumo dos Trabalhadores da RCC, no capítulo 5.

Tabela 14 - Atividades realizadas

% Coluna	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
P9 - Atividades que realizam			
Somente atividades culturais e gratuitas	31,75	30,51	32,83
Mais atividades culturais gratuitas do que pagas	39,83	38,99	40,56
Mais atividades culturais pagas que gratuitas	20,83	22,14	19,69
Somente atividades culturais pagas	7,59	8,36	6,92
Realiza atividades pagas	68,25	69,49	67,17

Fonte: OLIVEIRA, 2018.⁷⁸

⁷⁸ O estudo da JLeiva (2018), revela o detalhamento sobre atividades culturais em 12 capitais brasileiras – São

A caminhada em torno das políticas públicas voltadas à cultura, destacada pelo processo de descentralização da gestão, bem como pelo ineditismo da política orientada ao consumo cultural, justifica se pensar na implementação do VC na RCC, uma vez que se observam avanços, porém há desafios. Um dos avanços, nesse sentido, é o Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura, apresentado na próxima seção.

3.3 Desenvolvimento e cultura

Nesta seção, o propósito é compreender relação entre o desenvolvimento e a cultura, bem como apresentar os elementos que constituem e definem o Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura (Idecult) da RCC.

3.3.1 Reflexões sobre a cultura e o desenvolvimento na Região do Corede Campanha

Para abordar a temática do desenvolvimento e cultura, parte-se do artigo 215, da Constituição Federal de 1988, que define: “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais”. No parágrafo terceiro, prevê:

A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao **desenvolvimento cultural** do País e à integração das ações do poder público que conduzem à:⁷⁹

- I defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro;
- II produção, promoção e difusão de bens culturais;
- III formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;
- IV democratização do acesso aos bens de cultura;
- V valorização da diversidade étnica e regional. (BRASIL, 1988).

O PNC, instituído pela Lei n. 12.343, de 2 de dezembro de 2010, é regido, dentre outros, pelos seguintes princípios: VIII - valorização da cultura como vetor do desenvolvimento sustentável; IX - democratização das instâncias de formulação das políticas culturais; X - responsabilidade dos agentes públicos pela implementação das políticas culturais; XI - colaboração entre agentes públicos e privados para o desenvolvimento da economia da cultura.

Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Brasília, Fortaleza, Belo Horizonte, Manaus, Curitiba, Recife, Porto Alegre, Belém e São Luís. Os dados foram coletados em 2017, por meio de um questionário de 55 perguntas, respondido por 10.630 pessoas maiores de 12 anos.

⁷⁹ Incluído pela Emenda Constitucional nº 48, de 2005.

Enquanto objetivos do PNC, destacam-se: V - universalizar o acesso à arte e à cultura; IX - desenvolver a economia da cultura, o mercado interno, o consumo cultural e a exportação de bens, serviços e conteúdos culturais; e, XIII - descentralizar a implementação das políticas públicas de cultura (BRASIL, 2010).

Por desenvolvimento cultural, Coelho (1997, p. 147), aponta:

Em sentido estrito, é o resultado de programas ordenados que buscam a implementação de inovações na produção e, sobretudo, na recepção cultural destinadas a ou exercidas por públicos específicos (jovens, bairros ou regiões desfavorecidas, etc.) por meio de um processo de amplificação e coordenação das iniciativas culturais dos diferentes parceiros.

Para o autor, trata-se de um conceito polêmico, pois pode tornar-se alternativa para a ampliação da influência, por exemplo, da cultura erudita cerceando as demais, por outro lado, trata-se de um desdobramento da produção cultural, via financiamentos. A questão passa a centrar-se no que se privilegia como sendo considerada cultura, em detrimento da prática cultural. Além disso, o desenvolvimento, por pressupor um “crescimento cultural”, é uma perspectiva contestada, uma vez que as “[...] transformações culturais não se inscrevem propriamente numa escala de evolução ou de progressão - no limite, de progresso” (COELHO, 1997, p. 146-147).

O desenvolvimento cultural pressupõe “[...] relacionar-se com um aumento quantitativo da produção e do consumo cultural que pode ser medido em números sem que seja possível avaliar com tranquilidade em que isso contribui para a dinâmica cultural total” (COELHO, 1997, p. 147). Nessa perspectiva, o Idecult apresenta-se como uma possibilidade de acompanhar o desenvolvimento da economia da cultura, principalmente pelo fato de que, na sua origem, os autores partem da concepção de que

[...] o desenvolvimento envolve o contexto cultural e este condiciona o primeiro. Não há relação causal entre cultura e desenvolvimento: nem a cultura causa o desenvolvimento nem é consequência dele, como várias correntes de pensamento, sobretudo de matriz econômica, apontam.

Cultura e desenvolvimento se referem a processos sociais, e não a variáveis, razão pela qual não há sentido em se dizer que um gera ou obstaculiza o outro. Ambas as dimensões estão envolvidas e se referem a uma realidade e a um porvir de realizações, construídos socialmente, a que se deve almejar e alcançar. Cultura e desenvolvimento relacionam-se, portanto, com os ideais de respeito às liberdades individuais e de organização da sociedade, de forma a garantir as condições para que as liberdades sejam realizadas em um contexto de promoção da diversidade e de respeito democrático pelo pluralismo de opiniões e pela diferença. (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 9).

Sobre as liberdades individuais e de organização da sociedade, quando está em questão a definição de uma política pública, Furtado (2012, p. 64) defende que a mesma,

[...] consiste em um conjunto de medidas cujo objetivo central é contribuir para que o desenvolvimento assegure a progressiva realização das potencialidades dos membros da coletividade. Ela pressupõe um clima de liberdade e a existência de uma política abrangente dos poderes públicos que dê prioridade ao social. Essas condições são suficientes para que a atividades cultural brote da própria sociedade, para que se manifeste e desabroche o gênio criativo dos indivíduos.

E em síntese, Furtado (1984, p. 32) aponta que “[...] é preciso defender a liberdade para criar, "a mais vigiada e coitada de todas as formas de liberdade", acreditando no “gênio criativo do nosso povo. A política de desenvolvimento deve ser posta a serviço do processo de enriquecimento cultural” (FURTADO, 1984, p. 32).

Para Coelho (1997, p. 143), [...] democratização da cultura é, na essência, um processo de popularização das chamadas artes eruditas (artes plásticas, ópera, música erudita, etc.). Por democratização da arte, Coelho (1997, p. 144) “designa o objetivo de políticas culturais que buscam criar as condições para que um número sempre maior de pessoas tenha acesso (fruição e compreensão) a um número cada vez maior de obras de arte”. Por descentralização cultural, o autor define como sendo o

processo pelo qual comunidades locais - e, no limite, os cidadãos, organizados em coletividades - passam a se auto-administrar em termos de política cultural. As coletividades locais tornam-se livres para eleger os responsáveis por suas escolhas, independentemente dos poderes centrais estaduais ou federais. (COELHO, 1997, p. 145).

Ainda, sobre a política cultural, considerando as aceleradas transformações, decorrentes das tecnologias da comunicação, Furtado (2012, p. 52-53), defende que a

[...] cultura não é apenas o acervo que recebemos do passado. Por mais importante que seja a defesa da herança cultural, não podemos desconhecer que a essência do homem como criador de cultura reside em sua criatividade, em poder romper com o passado ao mesmo tempo em que dele se alimenta.

A partir da aproximação dos conceitos de cultura e de desenvolvimento, é oportuno introduzir o tema da política cultural, apesar de a mesma ser explorada no capítulo 4, uma vez que, seu objetivo é

[...] contribuir para que o desenvolvimento assegure a progressiva realização das potencialidades dos membros da coletividade. Ela pressupõe um clima de liberdade e a existência de uma política abrangente dos poderes públicos que dê prioridade ao social. Essas condições são suficientes para que a atividades cultural brote da própria sociedade, para que se manifeste e desabroche o gênio criativo dos indivíduos. (FURTADO, 2012, p. 64).

Porém, cumpre-se reforçar as palavras de Furtado (2012), que uma política cultural ao mesmo tempo em que defende a democratização do acesso aos bens culturais, deve necessariamente defender a criatividade para a produção. A partir disso, na sequência, apresenta-se o Idecult da RCC, enquanto indicador de desenvolvimento da economia da cultura.

3.3.2 Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura, dos municípios da Região do Corede Campanha

Ao abordar a perspectiva do desenvolvimento enquanto fenômeno social, optou-se por incluir nas reflexões a análise do Idecult, desenvolvido pelo IPEA, em cooperação com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). De acordo com Silva e Araújo (2010, p.1), o propósito do Idecult é oportunizar “[...] uma visualização do desenvolvimento da economia da cultura em nível de cada município”. O indicador também apresenta relação com o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), e com variáveis, tais como renda, educação e esforço institucional (gasto público ou privado com cultura e a presença de equipamentos).

De acordo com o conceito do Idecult, o mesmo

[...] mede o desenvolvimento da cultura por meio da padronização de informações sobre consumo cultural das famílias, mercado de trabalho cultural e sobre a presença de equipamentos culturais nos municípios brasileiros, como indicadores de demanda e oferta de bens culturais. (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 29).

Ao definir a estrutura do Idecult, Araújo e Silva (2010) analisam a variável consumo cultural como forma de sustentar a reflexão crítica acerca dos direitos culturais, e partem da perspectiva de estabelecer o “[...] tamanho do consumo e caracterizar o perfil socioeconômico dos consumidores permite representar o dinamismo cultural e separar analiticamente aqueles que têm acesso à cultura daqueles que não o têm” (2010, p. 75). No limite, as práticas culturais não estão inseridas no consumo, pois se encontram fora dos mercados, porém o estudo, ao partir da POF/IBGE, oferece grande parte do conjunto das práticas culturais, sendo que

o consumo cultural neste trabalho indica bens como aqueles não apenas relacionados às artes, mas também à informação presente e disseminada nas diversas mídias, nos impressos de todos os tipos como jornais, revistas, livros etc., e àquela que circula por mídias eletrônicas como a televisão e o rádio e, mais recentemente, por mídias digitais, em microcomputadores e internet, com suas infinitas possibilidades. (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 74).

No estudo, a observação da cesta de bens⁸⁰ relaciona-se,

[...] com necessidades materiais e culturais, úteis para proporcionar informações, entretenimento e posicionar social e estruturalmente as pessoas, umas em relação às outras. Nesse último sentido, os bens culturais remetem a processos de integração e exclusão social; referem-se a processos institucionais de reconhecimento e valorização das possibilidades das expressões culturais diferenciais. Também se relacionam com a cidadania, ao expressarem o direito de acesso a informações qualificadas e úteis. (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 74).

Sobre os resultados relacionados ao consumo cultural, aponta que o mesmo

[...] se concentra em regiões metropolitanas, nas regiões Sudeste e Sul e que, à medida que se consideram as regiões do interior do país, esse consumo diminui – exceção ao Distrito Federal e algumas mesorregiões no Centro-Oeste. Por outro lado, os menores consumos e os percentuais de domicílios consumidores estão nas regiões Norte e Nordeste. (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 83.).

Para o objeto desta tese, acerca do consumo cultural, este indicador não apresenta uma clareza sobre a prática do consumo regional, apesar de o Idecult considerar duas dimensões: a oferta e a demanda cultural (consumo) dos municípios brasileiros, ambos formados por subindicadores ou subíndices, conforme o Quadro 8. No entanto, especificamente sobre consumo, considera os resultados da POF.

Quadro 8 - Dimensões de oferta e demanda, com subindicadores ou subíndices, do Idecult, IPEA

Dimensões	Subindicadores ou subíndices
Oferta	1) as profissões culturais – a partir do Código Brasileiro de Ocupações (CBO) –, que dimensiona o número de ocupações estritamente culturais;
	2) o setor cultural – a partir do Cadastro Nacional de Atividades Culturais (CNAE) –, que se refere ao número de ocupações em estabelecimentos culturais e que indiciam o dinamismo setorial; e
	3) a oferta de equipamentos culturais nos municípios, pela Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC);
Demanda	1) o percentual de domicílios consumidores de cultura; POF; e
	2) o gasto médio por domicílio com bens culturais, POF.

Fonte: Baseado em Silva e Araújo (2010).

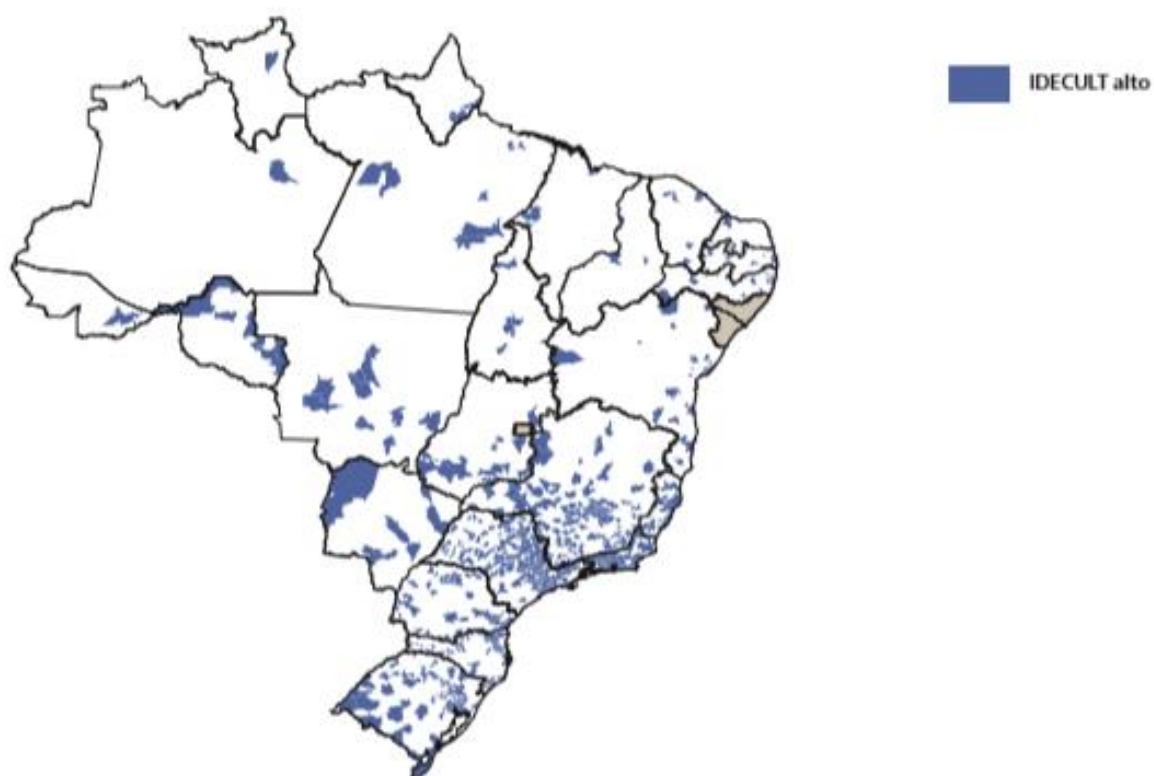
O objetivo ao abordar os elementos que constituem o Idecult, é oportunizar a análise de um indicador que leva em consideração o consumo, enquanto objeto desta tese, porém não o de explorar com detalhes o seu processo de construção.

Ao organizar as informações por meio de mapas, que conformam a distribuição de

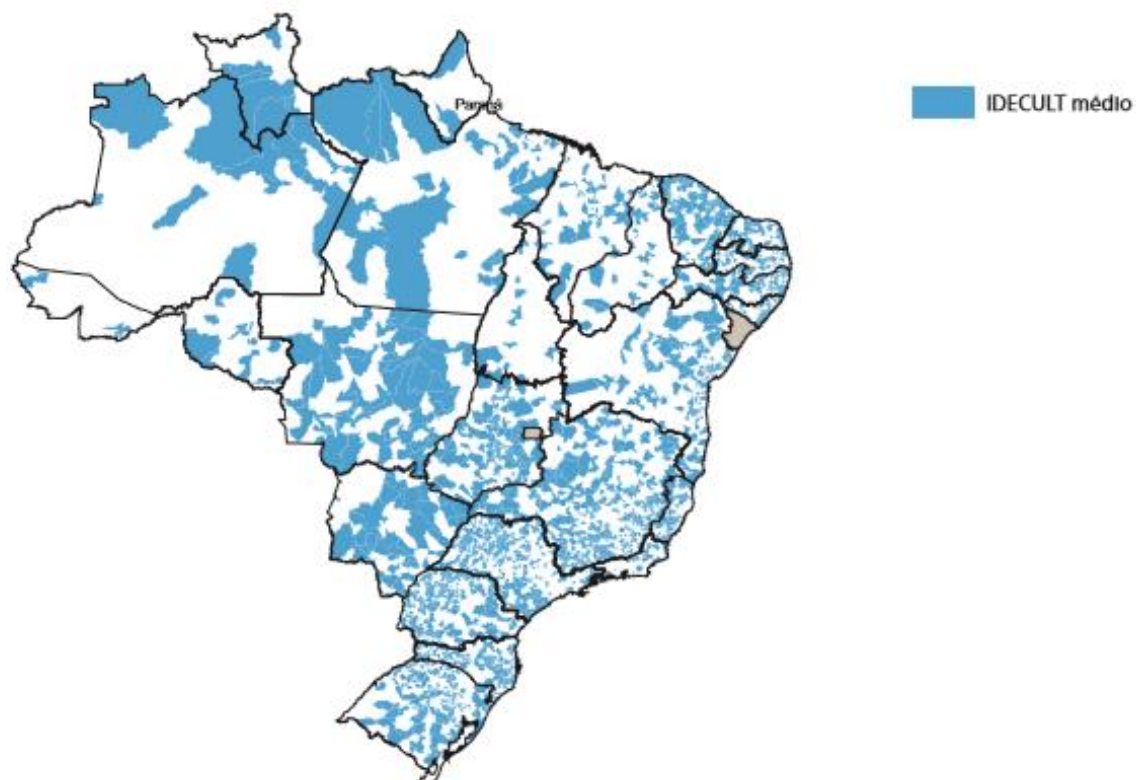
⁸⁰ Os itens culturais se referem a leitura – livros didáticos e não didáticos, revistas, jornais, etc., ou seja, mídia escrita; fonografia – CDs, discos de vinil, aparelhos ou equipamentos; espetáculo vivo e artes – circo, artes, teatro, balé, shows, música etc.; audiovisual – cinema, práticas amadoras, TV a cabo, equipamentos e conteúdos; microinformática – equipamentos e Internet; e outras saídas – boate, danceterias, zoológico, etc. (SILVA; ARAÚJO, 2010, p. 74).

municípios e seus Idecult, observa-se no Brasil, que: a distribuição dos municípios do cluster alto na parte inferior do Mapa, na região próxima ao litoral e nos municípios de capital Mapa 16), e que o cluster baixo (Mapa 17), concentra-se na parte de cima, a partir do norte de Minas e na parte central dos estados do Sul, conforme análise de Silva e Araújo (2010). O Mapa 18, apresenta a distribuição dos 2.174 municípios com Idecult Médio.

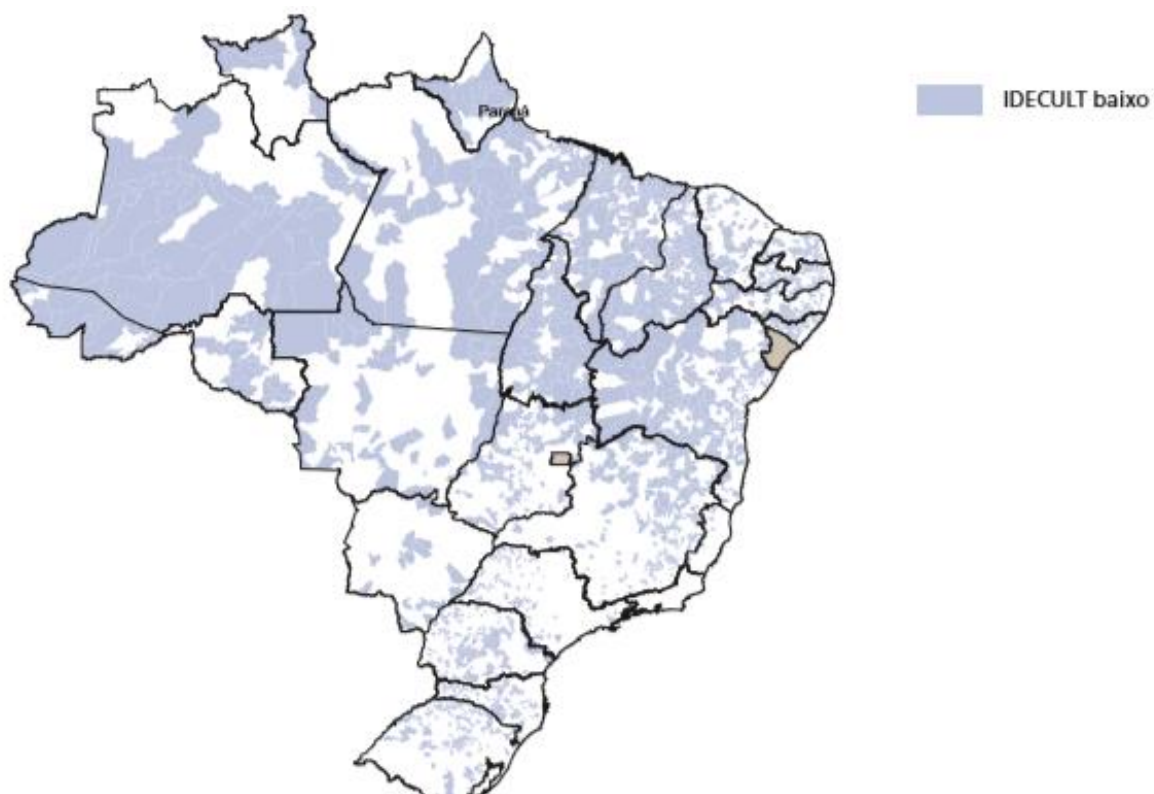
Mapa 16 - Idecult Alto – Brasil



Fonte: Silva e Araújo, 2010, p. 89.

Mapa 17 - Idecult Médio – Brasil

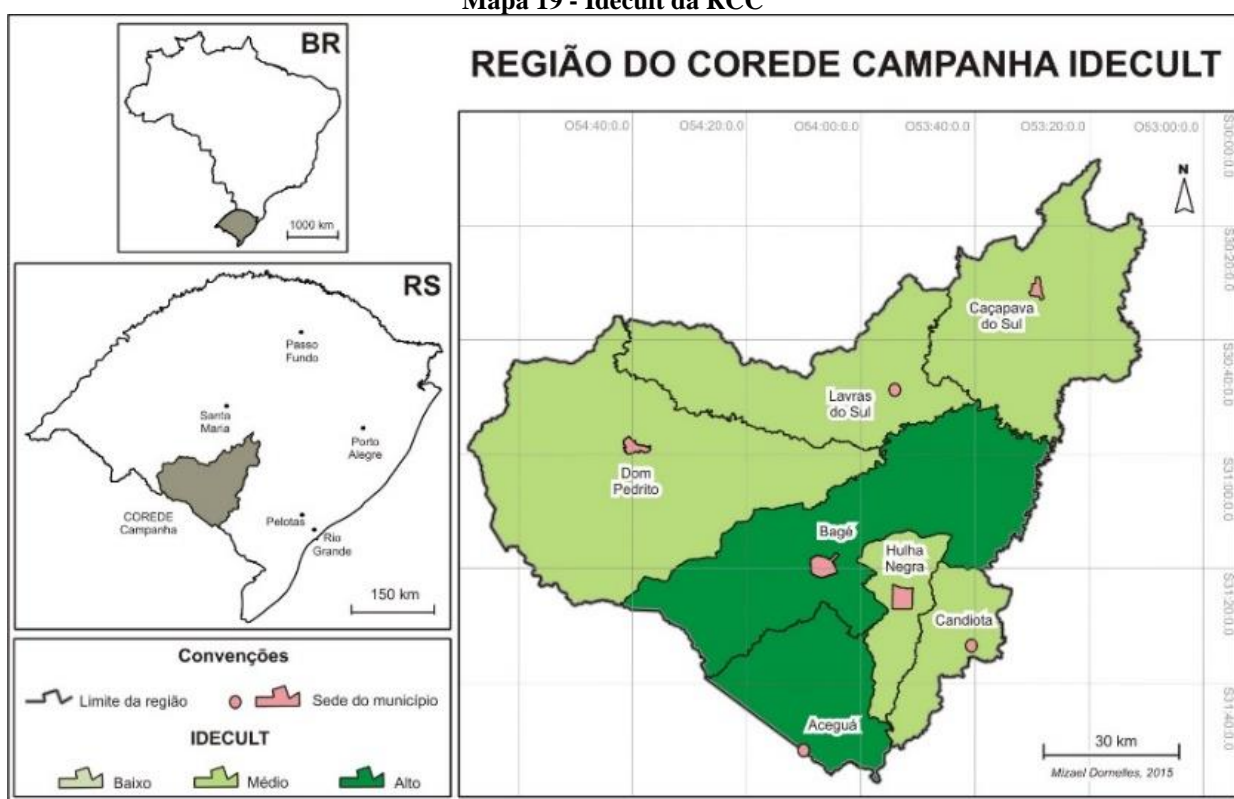
Fonte: Silva e Araújo, 2010, p. 90.

Mapa 18 - Idecult Baixo – Brasil

Fonte: Silva e Araújo, 2010, p. 91.

Quanto aos dados da RCC, conforme o Mapa 19, os municípios de Aceguá e de Bagé apresentam Idecult alto, ou seja, fazem parte do grupo de 838 municípios (15,21%), que se distinguem dos demais do Brasil e que, portanto, concentram consumidores, atividades e equipamentos culturais. O município de Bagé aproxima-se do grupo de municípios com Idecult alto, com uma população média de 133.525 habitantes (Tabela 9), uma vez que o dado da população, utilizada para a análise, considerou a população de 116.794 habitantes. No entanto, considerando esse fator, o município de Aceguá destaca-se pelo resultado no Idecult, classificado como alto, uma vez que a população considerada é de 4.394 habitantes (Tabela 9).⁸¹

Mapa 19 - Idecult da RCC



Fonte: IPEA/DISOC/NINSOC, 2018.

Organização: Elisabeth Cristina Drumm.

Elaboração: Mizael Dornelles.

Os demais municípios da RCC (Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul), fazem parte do grupo de 2.174 (39,47%) dos municípios com Idecult médio. Ainda, considerando a população média de 16.778 habitantes do Idecult médio, destaca-se que os municípios de Caçapava do Sul e Dom Pedrito têm mais do que o dobro de população considerada na análise.

⁸¹ Uma provável explicação para esse destaque, deve-se ao fato de Aceguá emancipar-se de Bagé no ano de 1996.

Por outro lado, os municípios de Candiota, Hulha Negra e Lavras do Sul possuem população inferior a média considerada na classificação dos municípios no Idecult baixo. A RCC não possui municípios com Idecult baixo, que representam 45,3% da totalidade dos municípios brasileiros.

4 POLÍTICA PÚBLICA DE ESTÍMULO AO CONSUMO CULTURAL: O PROGRAMA CULTURA DO TRABALHADOR – VALE-CULTURA

O caminho percorrido até aqui, tratou de dois aspectos considerados na construção desta tese: 1) a constituição histórica da RC que define também a RCC, os indicadores de seu desenvolvimento e a constituição de território, especialmente por meio da ação de instituições que a defendem e a constituem enquanto região; 2) a reflexão sobre o conceito de cultura, o sistema de cultura, principalmente a produção e o consumo cultural, além da apresentação do Idecult, com dados referentes a RCC.

Neste capítulo, inicia-se a discussão a respeito do segundo ponto de partida desta tese, referente às políticas públicas, com a ênfase na cultura. Trata-se de uma reflexão em resposta ao objetivo específico que se propõe a analisar a implementação do VC, enquanto política pública redistributiva de cultura na RCC. Ainda, compreende-se que o marco temporal das políticas públicas de cultura no Brasil é inaugurado no governo de Getúlio Vargas (1930-1945), e, em paralelo, à presença de Mário Raul de Moraes Andrade, na Secretaria de Cultura da Prefeitura de São Paulo (1930-1940).

Na sequência, a concepção de cultura e as repercussões decorrentes das ações implementadas, percorrem uma concepção que associa a cultura aos movimentos nacionalistas, a valorização da brasilidade. Já no período dos governos militar, além da relação de censura e do controle, há um movimento em torno da cultura, enquanto produção de um mercado de bens materiais e simbólico, relacionados com a cultura, orientado para o desenvolvimento, a partir de uma perspectiva associada ao modo capitalista de produção (também no âmbito da cultura).

Considerando a concepção adotada nesta tese, de que a cultura é compreendida como sendo o modo de vida, visão ampla que incorpora as belas artes, as culturas populares, e nelas os modos de significar e de viver das sociedades, parte-se do ponto de vista dos EC, na qual a cultura é ordinária, ou seja, cultura como associada às práticas sociais, envolvendo manifestações artísticas e intelectuais, como produção de sentidos. Esses elementos justificam a constituição das dimensões do PNC: a simbólica; a cidadã e a econômica, que subsidiam a origem ao PCT-VC.

Neste sentido, cumpre-se apresentar os resultados das reflexões em torno da concepção de política pública e sua relação no cotidiano de qualquer contexto regional. Afinal, política pública é um tema que tem estado na pauta de organizações internacionais e nacionais, desde a década de 1940. A Declaração Universal dos Direitos Humanos, adotada e proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas (resolução 217 A III), em 10 de dezembro 1948, em seu

artigo 22, afirma que “todo ser humano, como membro da sociedade, tem direito à segurança social, à realização pelo esforço nacional, pela cooperação internacional e de acordo com a organização e recursos de cada Estado, dos direitos econômicos, sociais e culturais indispensáveis à sua dignidade e ao livre desenvolvimento da sua personalidade”. E no Artigo 27, “todo ser humano tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios”. No Brasil, no período de 1945 a 1964, observa-se que o “[...] desenvolvimento da cultura brasileira que acontece em praticamente todas as suas áreas, não tem qualquer correspondência com o que ocorre nas políticas culturais do Estado brasileiro” (RUBIM, 2007, p. 105).

O Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais foi aberto à assinatura, ratificação e adesão pela Assembleia Geral das Nações Unidas, pela Resolução n.º 2200-A (XXI), de 16 de dezembro de 1966. E traz em seu primeiro artigo, a afirmação: “todos os povos têm direito à autodeterminação”. Portanto, está garantido o direito de assegurar livremente seu desenvolvimento econômico, social e cultural. O Artigo 15, aponta para a responsabilidade dos Estados reconhecerem o direito a cada indivíduo participar da vida cultural. Passados 26 anos da abertura do Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, somente em 06 de julho de 1992, Fernando Collor, então Presidente do Brasil, publica o Decreto n. 591 (BRASIL, 1992), e o Estado assume o compromisso de executar e cumprir o mesmo.

Apesar das reivindicações nas décadas de 1970 e 1980, no sentido de promover a descentralização das políticas públicas (movimento que é acolhido pela Constituição Federal de 1988, no sentido de recuperar as bases federativas), não havia evidências da consolidação da gestão de políticas públicas, especialmente nas áreas das políticas sociais. No Governo de Fernando Henrique Cardoso, (1º mandato de 1994 à 1997 e o 2º mandato de 1998 à 2002), os serviços de atenção básica foram transferidos para os municípios, por meio da criação do Fundo Estadual de Manutenção e Desenvolvimento do Ciclo Fundamental e de Valorização do Magistério (FUNDEF), que teria recursos da ordem de 15% da receita de impostos de estados e de municípios, redistribuídos, proporcionalmente, ao número de alunos matriculados (ARRETCHE, 2002).

No âmbito da cultura, a intenção de descentralização é proposta por meio da criação do SNC, pelo Decreto n.º 5.520/2005, durante o primeiro período do Governo de Lula (2003-2006). No Sistema, o Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC), é um órgão colegiado que faz parte do MinC, definido pelo Regimento Interno publicado pela Portaria n.º 28, de 19 de março de 2010. Sua função é colaborar na formulação de políticas públicas, promovendo a articulação

e o debate entre a sociedade civil e os governos municipais, estaduais e federal.

O PNC trata de um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias e metas que devem orientar o poder público na formulação de políticas culturais. Previsto no artigo 215, da Constituição Federal de 1988, o Plano foi criado pela Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010, para orientar o desenvolvimento de programas, projetos e ações culturais que garantam a valorização, o reconhecimento, a promoção e a preservação da diversidade cultural existente no Brasil.

A elaboração do PNC foi precedida de fóruns, seminários e consultas públicas com a sociedade civil, e a partir de 2005, sob a supervisão do CNPC. As Conferências Nacionais de Cultura realizadas em 2005, 2010 e 2013, foram antecedidas de conferências municipais e estaduais. A Meta 26, do PNC, refere-se ao PCT-VC, que é elemento desencadeador desta tese.

Dado esse contexto, esse capítulo aborda a política pública de cultura no Brasil e o PCT-VC. A primeira, desdobra-se nos conceitos relacionados à implementação e à avaliação de políticas públicas, seguido de um levantamento dos principais pontos da trajetória da política pública em cultura no Brasil. O segundo, está orientado para o PCT-VC, enquanto política de estímulo ao consumo, no âmbito nacional e na RCC, por meio da proposta de análise de implementação de políticas públicas de Lima e D'ascenzi (2013), no que se refere as características do plano e a análise sobre a organização do aparato administrativo responsável pela implementação. A respeito do último ponto apresentado pelos autores, ou seja, as ideias, os valores e as concepções de mundo dos indivíduos, será analisado no capítulo 5.

4.1 Política pública de cultura no Brasil

Antes de avançar, especificamente, na trajetória da política pública no Brasil, especialmente a partir da análise dos governos de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010), de Dilma Vana Rousseff (2011-2016) e de Michel Miguel Elias Temer Lulia (2016-2018), cumpre-se apontar o caminho conceitual em relação ao processo de análise da implementação e da avaliação de políticas públicas.

4.1.1 A concepção e a análise da implementação de política pública

Em busca de um conceito de política pública, Souza (2006), na perspectiva teórico-conceitual, apresenta que os estudos na área, procuram explicar a natureza da política pública e seus processos, além de verificar como as políticas públicas repercutem na economia e nas

sociedades. A autora conclui, resumindo Política Pública como o

[...] campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, “colocar o governo em ação” e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente). A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real. (SOUZA, 2006, p. 26).

Ainda, no contexto dos estudos das políticas públicas, a referida autora apresenta elementos sobre o papel dos governos, os modelos de formulação e análise de políticas públicas, bem como o papel das instituições/regras na decisão e formulação de políticas públicas. Quanto ao espaço que cabe aos governos na definição e na implantação de políticas, ela defende que suas decisões não refletem tão somente às pressões de grupos de interesse (versão do pluralismo), nem optam por políticas definidas por aqueles que estão no poder (versão do elitismo), nem servem somente aos interesses de determinadas classes sociais (concepção estruturalista e funcionalista do Estado), mas que lhe conferem determinada autonomia, que gerando algumas capacidades, criando as condições para a sua implementação.

Souza (2006) reconhece o envolvimento de outros segmentos, tais como os grupos de interesse e os movimentos sociais, com diferentes níveis de influência que dependem da política a ser formulada e das coalizões que integram o governo. Destaca ainda que, apesar de estudos argumentarem que o papel dos governos tenha encolhido diante da globalização, não existem evidências da diminuição da capacidade de intervir, formular políticas públicas e governar.

Sobre essa questão, Reis (2003), ao refletir sobre a proposição de uma agenda de pesquisa em políticas públicas, parte da constatação de que modificações profundas marcaram as relações entre: 1) os recursos de autoridade e os recursos de mercado além do renascimento do liberalismo, levou a uma súbita erosão da legitimidade do Estado como agente econômico; 2) critérios de autoridade e critérios de solidariedade (transformações recentes entre as relações do Estado com a nação, fato marcado pela redefinição de identidades coletivas, que cruzam fronteiras e desafiam as autoridades nacionais). Assim, destaca a necessidade de reexaminar as relações entre o Estado e o mercado, e com a sociedade civil.

Além disso, nas relações entre o Estado e o mercado, para Reis (2003), as pesquisas em torno das políticas públicas, deveriam analisar como é que o Estado age, ou poderia agir, para assegurar a produção de bens públicos que deixaram de ser produzidos ou distribuídos pelo setor público. Quanto à relação autoridade e solidariedade, cumpre destacar a necessidade de uma agenda que discuta o funcionamento da política social, sobre democracia participativa, capital social, inclusão social e governança.

Segundo Frey (2000, p. 216), a *'policy analysis'* diferencia três dimensões da política: *'polity'*, que denomina as instituições políticas; *'politics'* que termina os processos políticos; e *'policy'* para os conteúdos da política, conforme segue:

- A dimensão institucional *'polity'* se refere à ordem do sistema político, delineada pelo sistema jurídico, e à estrutura institucional do sistema político-administrativo;
- No quadro da dimensão processual *'politics'* tem-se em vista o processo político, frequentemente de caráter conflituoso, no que diz respeito à imposição de objetivos, aos conteúdos e às decisões de distribuição;
- A dimensão material *'policy'*, refere-se aos conteúdos concretos, isto é, à configuração dos programas políticos, aos problemas técnicos e ao conteúdo material das decisões políticas.

Souza (2006) sintetiza a política pública a partir dos seguintes elementos: 1) permite distinguir a pretensão do governo daquilo que de fato faz; 2) envolve vários atores e níveis de decisão, seja pela materialização pelo governo, ou por participantes formais e informais; 3) não se limita a leis e regras, uma vez que é abrangente; 4) trata-se de uma ação intencional, com clara definição de objetivos; 5) trata-se de uma política de longo prazo, apesar de impactos em curto prazo; 6) após a sua decisão e proposição, envolve processos de implementação, execução e avaliação.

Souza (2006, p. 38-39), ao partir da perspectiva do neo-institucionalismo que, por instituições compreende como sendo “[...] as regras formais e informais que moldam o comportamento dos atores”, questiona sobre como as mesmas influenciam os resultados das políticas públicas. A autora responde, destacando que “[...] as instituições tornam o curso de certas políticas mais fáceis do que outras” (SOUZA, 2006, p. p. 39), ou seja, não são somente “[...] os indivíduos ou grupos que têm força relevante influenciam as políticas públicas, mas também as regras formais e informais que regem as instituições” (SOUZA, 2006, p. 39).

Quanto às formas de política pública (*'policy arena'*), Souza (2006) e Frey (2000), apresentam quatro formatos que geram diferentes pontos ou grupos de conflitos/vetos, e de consenso/apoio, processando-se no sistema político de forma diferente:

- Política distributiva: “[...] decisões tomadas pelo governo, que desconsideram a questão dos recursos limitados, gerando impactos mais individuais do que universais, ao privilegiar certos grupos sociais ou regiões, em detrimento do todo” (SOUZA, 2006, p. 28). Frey (2000, p. 224), complementa afirmando que as mesmas são caracterizadas “[...] por um baixo grau de conflito dos processos políticos, visto que políticas de caráter

distributivo só parecem distribuir vantagens e não acarretam custos - pelo menos diretamente percebíveis - para outros grupos”. Além disso, o autor aponta que essas políticas beneficiam número significativo de destinatários, e em escalas pequenas. Potenciais opositores costumam ser incluídos na distribuição de serviços e benefícios;

- Política redistributiva: “[...] atinge maior número de pessoas e impõe perdas concretas e no curto prazo para certos grupos sociais, e ganhos incertos e futuro para outros; são, em geral, as políticas sociais universais, o sistema tributário, o sistema previdenciário e são as de mais difícil encaminhamento” (SOUZA, 2006, p. 28). Segundo Frey (2000), essas políticas são orientadas para o conflito, especialmente devido ao fato de seu objetivo ser o desvio e o deslocamento consciente de recursos financeiros, direitos ou outros valores entre camadas sociais e grupos da sociedade;
- Política regulatória: são “[...] mais visíveis ao público, envolvendo burocracia, políticos e grupos de interesse” (SOUZA, 2006, p. 28). Para Frey (2000), essas políticas trabalham com ordens e proibições, decretos e portarias. Os efeitos referentes aos custos e benefícios não são determináveis de antemão, e dependem da configuração concreta das políticas. Os custos e os benefícios são distribuídos de forma igual e equilibrada entre os grupos e setores da sociedade, ou atender a interesses particulares e restritos. Os processos de conflito, de consenso e de coalizão modificam-se conforme a configuração específica das políticas.
- Política constitutiva ou estruturadora: “lidam com procedimentos” (SOUZA, 2006, p. 28). Essas políticas, segundo Frey (2000), determinam as regras do jogo e, portanto, a estrutura dos processos e conflitos políticos, ou seja, as condições sob as quais são negociadas as políticas distributivas, redistributivas e regulatórias.

Quanto à tipologia do ciclo da política pública (*policy cycle*), Frey (2000) destaca que, devido ao fato de haver modificações nas redes e arenas das políticas setoriais, durante o processo de construção e implantação de políticas públicas, é necessário considerar “o caráter dinâmico ou a complexidade temporal” (FREY, 2000, p. 226), dos processos político-administrativos. O autor propõe o processo nas seguintes fases: percepção e definição de problemas (*agenda-setting*), elaboração de programas e decisão, implementação de políticas e, finalmente, a avaliação de políticas e a eventual correção da ação. Souza (2006, p. 10), apresenta o ciclo com os seguintes estágios: “[...] definição de agenda, identificação de alternativas, avaliação das opções, seleção das opções, implementação e avaliação”. De acordo com Lima e D'ascenzi (2013), a abordagem sequência (ciclo) separa as políticas públicas em fases: 1) formulação (definição e escolha dos problemas, produção de soluções ou alternativas

e tomada de decisão); 2) implementação (execução das decisões adotadas na etapa anterior); 3) avaliação (interrogação sobre o impacto da política).

Na fase da percepção e definição de problemas, Frey (2000) indica que o que interessa ao analista de políticas públicas, é a questão como alguns *'policy issues'* mostram-se apropriados para um tratamento político e geram *'policy cycle'*, pois a mídia e outras formas da comunicação política e social, contribuem para que seja atribuída relevância política a um problema peculiar.

A fase *'agenda setting'*, refere-se ao momento de decisão sobre a inserção de um tema na pauta política atual, se o tema deve ser excluído ou adiado para uma data posterior. É necessária uma avaliação preliminar sobre custos e benefícios das várias opções disponíveis de ação, assim como uma avaliação das chances do tema ou projeto de se impor na arena política (FREY, 2000). Souza (2006), ainda sobre a definição da agenda, ênfase maior desta abordagem, questiona a razão pela qual algumas questões entram na agenda política, em detrimento de outras, com a possibilidade de três tipos de respostas:

- 1) O foco são os problemas que entram na agenda, no momento em que é assumido o fato de que deve ser feito algo sobre eles, sendo que o reconhecimento e a definição dos mesmos, afetam os resultados da agenda;
- 2) O foco é a própria política, e como é construída a consciência coletiva sobre a necessidade de se enfrentar um dado problema, cuja construção se dá via processo eleitoral, via mudanças nos partidos que governam, ou via mudanças nas ideologias (ou na forma de ver o mundo), aliados à força ou à fraqueza dos grupos de interesse. Sempre que o ponto de partida da política pública é dado pela política, o consenso é construído mais por barganha do que por persuasão, ao passo que, quando o ponto de partida da política pública encontra-se no problema a ser enfrentado, ocorre o processo contrário, ou seja, a persuasão é a forma para a construção do consenso;
- 3) Focaliza os participantes, que são classificados como visíveis, no caso, políticos, mídia, partidos, grupos de pressão, etc.; e invisíveis, tais como acadêmicos e burocracia. Segundo esta perspectiva, “[...] os participantes visíveis definem a agenda e os invisíveis, as alternativas” (SOUZA, 2006, p 30).

Sobre os grupos de pressão, ponto trazido por Souza e Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998, p. 564), destacam-se que eles indicam “[...] existência de uma organização formal e a modalidade de ação do próprio grupos em vista da consecução de seus fins: a pressão”. São, portanto, grupos de pressão

[...] aqueles grupos organizados que, embora tendo, em mira influenciar sobre a distribuição dos recursos numa sociedade, seja para mantê-la sem alteração, seja para introduzir mudanças em seu favor, não participam diretamente no processo eleitoral e por isso mesmo não estão interessados em gerir *in proprio* o poder político, e sim em aproximar-se dele com facilidade e frequência e a influenciar as opções. (BOBBIO, MATTEUCCI, PASQUINO, 1998, p. 565).

Segundo Frey (2000), na fase de elaboração de programas e de decisão, é escolhida a mais apropriada entre as várias alternativas de ação, a partir de processos de conflito, envolvendo um ou mais atores influentes na política e na administração. O período de implementação de políticas, é a fase do *'policy cycle'*, cuja encomenda de ação é estipulada na fase precedente à formulação das políticas e a qual, por sua vez, produz do mesmo modo, determinados resultados e impactos de *'policy'*. Por fim, o interesse da *'policy analysis'*, refere-se ao fato de que, os resultados e impactos alcançados não correspondem ao projetado na fase de formulação.

No que tange à análise dos processos de implementação, parte-se de duas abordagens: 1) análise da qualidade material e técnica de projetos ou programas, em especial o seu conteúdo, comparando-se as metas com os resultados dos programas; 2) análise direcionada para as estruturas político-administrativas e a atuação dos atores envolvidos, ou seja, o que está em primeiro plano é o processo de implementação, isto é, a descrição do *'como'* e da explicação do *'porquê'* (FREY, 2000).

Sobre a análise da implementação de políticas públicas, Lima e D'ascenzi (2013) concentraram seus estudos em duas abordagens, apontadas pelos autores como hegemônicas: a primeira, cujo foco de análise é o processo de formulação da política pública; e a segunda, que realça “[...] elementos dos contextos de ação nos quais a política será implementada. Toma como variáveis as condições dos espaços locais e as burocracias implementadoras” (LIMA; D’ASCENZI, 2013, p. 102). Sobre a primeira, de acordo com os autores, quando tratada de forma sequencial, a explicação pelo seu resultado está sempre condicionada a sua origem, ou seja, na fase de formulação. Nesse caso, ressaltam que

limitar, regular e controlar a discricionariedade dos implementadores são questões centrais. Regras claras, compreensíveis e específicas visam a permitir a difusão do plano e minimizar a discricionariedade, considerada uma distorção da autoridade governamental. Às falhas de comunicação comumente é atribuído o fracasso do processo de implementação, sempre julgado com base no grau de alcance dos objetivos previamente definidos. (LIMA; D’ASCENZI, 2013, p. 103).

Nessa abordagem, os autores resumem um conjunto de quatro tipos de variáveis independentes que influenciam o êxito do processo de implementação: 1) a natureza do

problema alvo da política; 2) as normativas e referem-se ao grau em que o plano estrutura a implementação; 3) as variáveis contextuais (social, econômico e político); 4) à organização do aparato administrativo.

Na segunda abordagem, de acordo Lima e D'ascenzi (2013), as análises são centradas nos atores dos níveis organizacionais responsáveis pela implementação da política pública.

O primeiro centra-se nas características da estrutura normativa, o segundo, nos atores implementadores e em suas ações. Em comum, as abordagens enfatizam as condições e limitações materiais, vistas como determinantes da trajetória do processo de implementação. Tal ênfase deixa espaço à inserção de variáveis ligadas às ideias, aos valores e às concepções de mundo dos atores (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 105).

As *'policy networks'*, ou *'issue networks'*, são formadas por redes de atores em torno de políticas específicas, consideradas por Frey (2000), como antagônicas ao tipo institucional da "hierarquia". Para o processo de análise de políticas públicas, as *'policy networks'* são relevantes enquanto fatores dos processos de conflito e de coalizão. Conforme o autor, na época da necessidade de ajuste fiscal na conjuntura brasileira, havia disputas entre as várias pastas e *'policy networks'* pelos recursos, da mesma forma que entre a equipe econômica e a presidência, transparecendo certa incapacidade de ação e de comprometimento da governabilidade do sistema político. Esse movimento de obstrução, é mais percebido em se tratando de reformas que visam reduzir gastos sociais e investimentos públicos (políticas de caráter distributivo).

Por se tratar do foco desta tese, na sequência será tratada a questão da análise da implementação de políticas públicas. Não se pretende esgotar acerca das perspectivas teóricas que tratam do tema, nesse sentido, optou-se por adotar a perspectiva analítica de Lima e D'ascenzi (2013). A partir dos objetivos de sistematizar e de analisar a literatura sobre modelos de análise de implementação de políticas públicas, os autores, propuseram uma abordagem analítica que "[...] integre os elementos principais dos modelos tradicionais e inclua novas variáveis ligadas especialmente à dimensão cognitiva e das ideias, dos valores e das concepções de mundo dos atores" (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 102). Nesse sentido, partem do pressuposto da existência de uma relação entre o plano e sua execução, e que portanto, a análise da implementação deva contemplar.

A fase da implementação é definida como "[...] um processo de apropriação de uma ideia que, nesse sentido, é consequência da interação entre a intenção (expressa no plano) e os elementos dos contextos locais de ação" (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 105). Assim, pela proposta dos autores, a análise do processo de implementação deve considerar os seguintes

fatores: 1) as características do plano; 2) a organização do aparato administrativo responsável pela implementação; 3) as ideias, os valores e as concepções de mundo dos indivíduos. Essa concepção torna-se relevante, na medida em que esta tese se propôs a analisar o contexto do consumo cultural a partir da implementação do VC, na RCC.

No primeiro bloco de análise, ao destacar o plano, suas características e seus antecedentes, incluem-se o seu impacto nos espaços locais, tornando o mesmo, como “[...] parte de uma dinâmica mais complexa” (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 106). Assim, os autores assumem abordar o plano como um conjunto de disposições ou de potencialidades. Desta forma, o controle sobre seu processo de implementação torna-se descentralizado e aberto, e seu resultado alcançado, não necessariamente a medição de seu sucesso ou fracasso, está relacionado ao esforço de ação produzido. Restringir a implementação “[...] à conformidade com objetivos previamente definidos leva-nos a desprezar os resultados reais da implementação. O mais relevante é verificar quais foram os efeitos gerados e se eles são desejáveis ou não” (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 106).

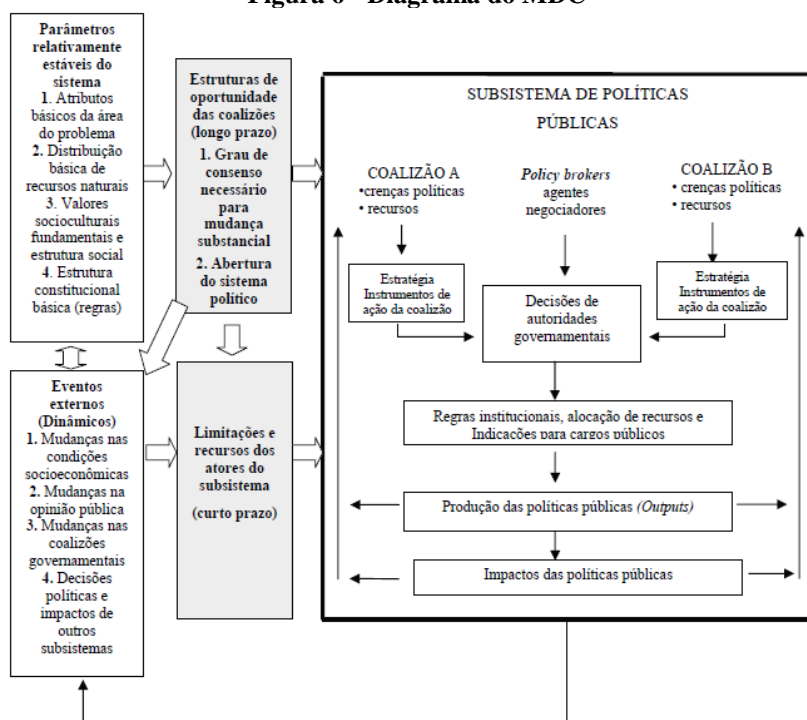
No segundo bloco de análise, a respeito da organização do aparato administrativo responsável pelos processos de implementação, os autores, destacam que a operacionalização de novas políticas, programas, projetos ou atividades “[...] depende de um conjunto de estruturas e normas internas. O plano será absorvido, traduzido e adaptado às possibilidades e aos constrangimentos das agências e dos indivíduos que deverão executá-lo” (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 106). Neste bloco, inserem e enfatizam as condições e características dos espaços locais, uma vez que as “[...] especificidades desempenham um papel importante quando se quer compreender os processos de implementação. O plano será adaptado às possibilidades e aos constrangimentos encontrados nas instâncias implementadoras” (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 107).

No terceiro bloco de análise, trata-se da influência das ideias sobre a ação dos atores, ou seja, o quanto as mesmas “[...] conformam a percepção que os tomadores de decisão têm dos *'policies issues'*, influenciando a ação”. Nesse caso, os autores, partem de conceitos que enfatizam o “[...] peso das ideias, dos valores e da dimensão simbólica para o estudo da ação do Estado” (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 107). Dentre as abordagens que apontam para a importância das ideias, a relevância da noção de coalizões de defesa, uma vez que a mesma “[...] considera que há articulação entre atores inseridos em diferentes instituições. O projeto compartilhado para o setor corresponde à referência primária dos indivíduos e se sobrepõe aos conflitos administrativo-organizacionais ou político-partidários” (LIMA; D'ASCENZI, 2013, p. 108).

De acordo com Souza (2006), para o Modelo da Coalizões de Defesa (MCD), ‘*advocacy coalition*’, de Sabatier e Jenkins-Smith (1993), a política pública deveria ser concebida como um conjunto de subsistemas relativamente estáveis, que se articulam com os acontecimentos externos, os quais dão os parâmetros para os constrangimentos e os recursos de cada política pública. A autora defende que crenças, valores e ideias são importantes dimensões do processo de formulação de políticas públicas e, desta forma, “[...] cada subsistema que integra uma política pública é composto por um número de coalizões de defesa que se distinguem pelos seus valores, crenças e ideias e pelos recursos de que dispõem” (SOUZA, 2006, p. 31).

Segundo Vicente e Calmon (2011, p. 4), “[...] a mudança na política pública é interpretada como uma função tanto da competição no interior do subsistema quanto da influência dos eventos exógenos”. A Figura 6, apresenta o quadro analítico do MCD, composto por: 1) lado esquerdo, formado por dois conjuntos de eventos exógenos, sendo eles os Parâmetros relativamente estáveis do sistema e os eventos externos (mais dinâmico), que “[...] afetam as restrições e oportunidades dos atores dentro do subsistema, geralmente considerados como sendo fatores essencialmente não cognitivos” (SOUZA, 2006, p. 31); 2) lado direito, formado pela dinâmica dos componentes internos do subsistema político no qual ocorre a dinâmica do ‘*policy-oriented learning*’ (fatores cognitivos).

Figura 6 - Diagrama do MDC



Fonte: Vicente e Calmon (2011, p. 4).

Na proposta de Lima e D'ascenzi (2013), os três fatores apresentados e as respectivas variáveis (Quadro 9), estão interligadas no processo de implementação, ou seja, as “[...] características da estrutura normativa da política pública, as condições dos espaços locais de implementação e as ideias e os valores dos atores executores de forma interdependente influenciam a conformação da trajetória da política pública e seus resultados” (p. 108-109).

Quadro 9 - Fatores e variáveis de análise de implementação de políticas públicas

Fatores de análise	Variáveis analisadas
1) As características do plano	<ul style="list-style-type: none"> • Os objetivos definidos; • Os atores envolvidos e seus papéis; • O fluxo da alocação de recursos; • Formas de divulgação e convencimento utilizadas para gerar conformidade com o plano.
2) A organização do aparato administrativo responsável pela implementação	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidade e qualidade dos recursos humanos e materiais; • Estrutura e a dinâmica das regras organizacionais (formais e informais); • Fluxo e disponibilização de informações.
3) As ideias, os valores e as concepções de mundo dos indivíduos	<ul style="list-style-type: none"> • O papel dos grupos sociais, suas relações com os atores estatais e o impacto disso para a implementação da política pública.

Fonte: Baseado em Lima e D'ascenzi (2013).

Quanto ao processo de avaliação de programa, parte-se de concepção de Ala-Harja e Helgason (2000), que definem que se trata de

[...] uma análise sistemática de aspectos importantes de um programa e seu valor, visando fornecer resultados confiáveis e utilizáveis. A avaliação de programa deve ser vista como mecanismo de melhoria no processo de tomada de decisão, a fim de garantir melhores informações aos governantes, sobre as quais eles possam fundamentar suas decisões e melhor prestar contas sobre as políticas e os programas públicos. (ALA-HARJA; HELGASON, 2000, p. 5).

Os autores definem as avaliações como somativas ou formativas. As somativas, referem-se aos programas implantados há algum tempo (*ex post*), para avaliação de sua eficácia e julgamento de seu valor, e são conduzidas por avaliadores externos, sendo que o seu propósito é assistir à alocação de recursos ou na promoção de mais responsabilidade. As avaliações formativas ou intermediárias, são usualmente adotadas durante a implementação de um programa, “[...] como meio de se adquirir mais conhecimento quanto a um processo de aprendizagem para o qual se deseja contribuir. O propósito é o de apoiar e melhorar a gestão, a implementação e o desenvolvimento do programa” (ALA-HARJA; HELGASON, 2000, p. 8). Nesse caso, os avaliadores são internos, geralmente os gerentes do programa, no processo de autoavaliação, sendo a ênfase orientada para a aplicabilidade direta dos resultados, a partir do monitoramento dos eventos operacionais e com os aspectos relacionados ao impacto do

programa.

Ainda, para fins de ampliar a reflexão acerca da política cultural, enquanto ciência da organização das estruturas culturais, essa tem por objetivo “[...] o estudo dos diferentes modos de proposição e agenciamento dessas iniciativas bem como a compreensão de suas significações nos diferentes contextos sociais em que se apresentam. Motivações, legitimações e fontes das políticas culturais” (COELHO, 1997, p. 292). Nesse sentido, segundo o autor, parte-se de dois pressupostos, ou pontos de partida, o primeiro, no qual os fenômenos culturais constituem um todo, seus componentes mantêm relações entre si e estão sujeitos à lógica geral da sociedade onde ocorrem, sendo a cultura um cimento social. E o segundo pressuposto, refere-se às motivações ou justificações, ou seja, as políticas se apresentam como respostas às demandas sociais, sendo que, o autor da política cultural limita-se a reagir segundo as reivindicações da sociedade. No Quadro 10, apresentam-se os pressupostos e as concepções acerca da política cultural.

Quadro 10 - Pressupostos ideológicos de uma política cultural

Pressuposto	Política Cultural
1 Fenômenos culturais constituem um todo.	<p>O conjunto de intervenções dos diversos agentes no campo cultural com o objetivo de obter um consenso de apoio para a manutenção de um certo tipo de ordem política e social ou para uma iniciativa de transformação social.</p> <p>Um dos recursos de que se serve o Estado contemporâneo para garantir sua legitimação como entidade que cuida de todos e em nome de todos fala, tendo como motivação é a difusão cultural. Baseada na existência de núcleo cultural positivo que deve ser compartilhado pelo maior número de pessoas. "Levar a cultura ao povo" é seu lema habitual, que revele a representação “[...] segundo a qual "cultura" e "povo" são entidades distintas e afastadas uma da outra, quando não opostas”.</p>
2 Políticas Culturais como respostas às demandas sociais	<p>As demandas sociais são antes supostas, hipotéticas, fruto da observação subjetiva ou da análise menos ou mais pertinentes dos formuladores, do que identificadas de modo dialógico e não paternalista, e é formulada nos termos de quatro paradigmas de legitimação:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) derivada de uma lógica do bem-estar social: sem uma política cultural adequada, a dinâmica social é deficitária e precisa ser corrigida uma vez aceita a premissa de que as práticas culturais são uma complementação do ser humano; 2) de caráter intervencionista mais acentuado ao justificar a política cultural na procura de um sentido orientador da dinâmica social que, na maioria dos casos, assume a forma da procura de uma identidade étnica, sexual, religiosa, nacional ou outra; 3) apoiado na necessidade de obter um enquadramento ideológico considerado indispensável para a consecução de objetivos como a reconstrução (Japão) ou a construção nacional sob nova orientação política (Cuba); 4) baseada na necessidade de uma prática comunicacional entre o Estado ou instituição formuladora da política e seus cidadãos, membros ou funcionários (no caso de uma instituição privada).

Fonte: Baseado em Coelho (1997, p. 293-294).

Com relação à abrangência da política pública de cultura, em relação ao circuito de intervenção, Coelho (1997) apresenta quatro possibilidades, sendo elas relativas: 1) ao mercado cultural; 2) à cultura alheia ao mercado cultural; 3) aos usos da cultura; 4) às instâncias

institucionais de organização dos circuitos culturais (Quadro 11). No caso do VC, compreende-se que a mesma está contemplada na definição das políticas relativas ao mercado cultural, uma vez que, se propõe a estimular o consumo cultural, e mesmo que não apoie financeiramente a produção e a distribuição de maneira direta, como no caso da renúncia fiscal, poderá ocorrer um incremento de receita, por meio das empresas receptoras.

Quadro 11 - Política cultural e os circuitos de intervenção

Políticas Culturais, segundo		Características/finalidade
Circuitos de intervenção	Políticas relativas ao mercado cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupam-se com o apoio aos setores de produção, distribuição e consumo da cultura; • Medidas de financiamento da produção cinematográfica, de apoio à distribuição de livros, de facilitação do acesso econômico a espetáculos teatrais ou musicais; • Limitam-se a definir incentivos fiscais para a cultura, regras de mecenato, limites em que a intervenção privada pode dar-se, etc., sem determinar diretamente quais modos culturais serão beneficiados e em que circunstâncias; • Por se inspirarem na lógica do mercado devem ser consideradas como espécie das políticas de mercado em geral.
	Políticas relativas à cultura alheia ao mercado cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Dizem respeito aos modos culturais que, em princípio, não se propõem entrar no circuito do mercado cultural; • São foco os grupos folclóricos, de cultura popular, de amadores; • Programas voltados para a defesa, conservação e difusão do patrimônio histórico.
	Políticas relativas aos usos da cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupam-se com a criação das condições para que as pessoas desfrutem dos modos culturais à sua disposição, quer como receptores informados, quer como eventuais criadores preocupados antes com manifestarem-se culturalmente do que com alçarem-se à condição de futuros profissionais; • Seus programas podem estar voltados tanto para os modos culturais que recorrem ao circuito do mercado quanto para os não comerciais; • Cumprem sua função específica quando tratam de ampliar o universo cultural abrindo-se para os modos não comerciais e para as atividades de iniciação e compreensão da cultura, por meio de cursos e eventos, por exemplo.
	Políticas relativas às instâncias institucionais de organização dos circuitos culturais	<ul style="list-style-type: none"> • Voltam-se para a organização administrativa da cultura, definindo a estrutura de funcionamento de órgãos públicos como secretarias e departamentos de cultura, institutos, museus, centros de cultura, instituições de pesquisa, etc. e • Determinando as características dos recursos humanos necessários, alocação de recursos ou modalidades de premiação e estímulo.

Fonte: Baseado em Coelho (1997, p. 296-297).

Com relação aos modos ideológicos das políticas culturais, Coelho (1997) apresenta: as políticas de dirigismo cultural; as políticas de liberalismo cultural; e, as políticas de democratização cultural (Quadro 12).

Quadro 12 - Política cultural e os modos ideológicos

Políticas Culturais		Características/finalidade
Modos ideológicos	Dirigismo cultural	Praticadas por Estados fortes e partidos políticos que exercem o poder de modo incontestado, promovem uma ação cultural pelo interesse do desenvolvimento ou da segurança nacionais. São subtipos: 1) a política cultural tradicionalista patrimonialista: tem por principais agentes o Estado, partidos políticos e instituições civis (menos ou mais ligadas ao Estado) e promovem, de modo particular, a preservação do folclore como núcleo da identidade nacional, a ser defendida e difundida de modo preferencial; e; 2) estatismo populista: serve-se do Estado e dos partidos para afirmar o papel central da cultura dita popular na definição e manutenção de um Estado de tipo nacional popular. Os modos culturais ditos de elite (arte de vanguarda, habitualmente contestatária, e outras versões da cultura erudita) são, neste caso, confinados quando não eliminados.
	Liberalismo cultural	Não defendem modelos únicos de representação simbólica, nem entendem, que é dever do Estado promover a cultura e oferecer opções culturais à população. O objetivo enquadrar a cultura nas leis do mercado. Não tem preocupações nacionalistas (pelo contrário, seus princípios são, em geral, os da globalização) e não apoia grupos comunitários, mas indivíduos e empresas culturais.
	Democratização cultural	Baseiam-se no princípio de que a cultura é uma força social de interesse coletivo que não pode ficar à mercê das disposições ocasionais do mercado, devendo ser apoiada de acordo com princípios consensuais. Procura criar condições de acesso igualitário à cultura para todos, indivíduos e grupos. Embora vise difundir todas as formas de cultura, alguns consideram que os valores institucionais deste modelo, derivados das classes habitualmente no poder, acabam forçando o privilégio às formas da cultura superior. Considera-se que um de seus subtipos é o da democracia participativa, cujo objetivo é a promoção das formas culturais de todos os grupos sociais segundo as necessidades e desejos de cada um. Procura incentivar a participação popular no processo de criação cultural e os modos de autogestão das iniciativas culturais. Acaba privilegiando determinados modos e versões culturais - no caso, os de origem popular. De certa forma, aproxima-se do dirigismo cultural.

Fonte: Baseado em Coelho (1997, p. 296-298).

Com base no referencial estudado, e na perspectiva de compreender a dinâmica nacional em torno das políticas públicas de cultura, a seguir apresenta-se o contexto da discussão acerca do direito à cultura e a trajetória no Brasil, da ênfase à produção cultural ao consumo cultural.

4.1.2 Política pública de cultura no Brasil: um caminho percorrido

Ao discutir o direito cultural no século XXI, Coelho (2011) parte da declaração da Organização das Nações Unidas (ONU), sobre os direitos econômicos, sociais e culturais⁸², que estabelece o direito de todos em participarem da vida cultural, de sua própria vida cultural e da vida cultural de todos. Para ele, os direitos culturais formam uma ampliação dos direitos humanos, e dão consistência e conteúdo para palavras como liberdade, e o que importa é que essa liberdade possa ser exercida no interior de um sistema no qual palavras e atos fazem sentido, denominado de a vida cultural. Trata-se de “[...] um complexo de proposições e relações que dão pleno sentido à liberdade humana. É a ela que a declaração dos direitos

⁸² Declaração Internacional sobre os Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, adotada pela Assembleia geral da ONU em 16 de dezembro de 1966 e que entrou em vigor em 3 de janeiro de 1976.

culturais refere-se quando diz que todos têm direito a participar da vida cultural” (COELHO, 2011, p. 7).

A complexidade, para Coelho (2011, p. 8-9), na operacionalização desse direito, está centrada na seguinte questão: “se tenho direito a participar da vida cultural, e uma vez que a todo direito deve corresponder um dever, quem ou o que está obrigado a me fornecer essa vida cultural?” Nesse caso, segundo o autor, corre-se o risco de o Estado, com a pretensão de controlar a vida de seus cidadãos, definir essas necessidades, identificando-as com aqueles referentes à identidade cultural de um povo. A questão é que, os direitos culturais não se referem a um coletivo, e, sim, a indivíduos, pois somente o indivíduo pode definir as necessidades de sua própria identidade cultural pessoal (COELHO, 2011).

Ainda, no âmbito das políticas públicas, Coelho (2011) argumenta que a política cultural tem por meta alcançar o maior número possível de pessoas, e isso ela busca fazer por meio do procedimento da equiparação por baixo e pelo mínimo que satisfaça o maior número; os direitos culturais, inversamente, têm o indivíduo por sujeito e o coletivo como objeto. Assim, o autor defende a necessidade de compreender essa equação, e de montar adequadamente seus termos como sendo o desafio da política cultural do século XXI.

Ao considerar que a cultura não só contribui para a formação de identidades e a construção da base simbólica e de valores de uma sociedade, mas também atende a inúmeros outros propósitos, desde o crescimento econômico até a coesão social, Laaksonen (2011), sustenta a necessidade de concentrar em duas partes fundamentais dos direitos (humanos) culturais: o acesso à cultura e o direito de participação na cultura. O acesso à cultura, para a autora, é um elemento indispensável de qualquer direito cultural e, principalmente, do direito de participar da vida cultural. Está relacionado a oportunidades, opções, alternativas e escolhas; é um ambiente seguro e capacitador de igualdade, interação, reconhecimento e respeito. Está relacionado a tornar possível, facilitar e deixar acontecer; é uma precondição para a participação, e a participação é indispensável para garantir o exercício dos direitos humanos.

Enquanto a participação está fortemente ligada à cidadania cultural, dependendo da promoção e da proteção dos direitos culturais e das liberdades, a cidadania cultural está ligada à possibilidade de fazer parte de uma comunidade, e sem o exercício da cidadania cultural não seria possível ter uma comunidade coesa. Ou ainda, sem o direito de participar da vida cultural, as pessoas não conseguem desenvolver vínculos sociais e culturais, elementos importantes para a manutenção das condições de igualdade.

Em relação ao direito de participar da vida cultural, Donders e Laaksonen (2011), apresentam a necessidade de existir uma infraestrutura institucional, que propicie a promoção

da participação popular da vida cultural e o acesso a ela. Essa infraestrutura inclui bens, instituições e atividades culturais, e entre as obrigações dos Estados, as autoras destacam: a garantia do acesso financeiro a espetáculos, teatro, cinema, eventos esportivos e outras atividades culturais a todos os segmentos da população; a expansão do acesso ao patrimônio cultural da humanidade, inclusive por meio de novas tecnologias da informação, como a Internet; o estímulo para a participação das crianças na vida cultural, inclusive de crianças de famílias mais pobres e filhos de imigrantes e refugiados; e a eliminação das barreiras de comunicação, assim como as físicas e sociais, que afastam idosos e pessoas com deficiências da participação plena da vida cultural.

Diante desse contexto, é recorrente a necessidade de uma reestruturação tanto da política cultural quanto da cultura da política, fato que se observa no Brasil, a partir da criação e da implementação de políticas públicas viabilizadas pela relação entre o Estado, a sociedade civil e os movimentos sociais, uma vez que, para uma ação resultante de políticas públicas, são necessárias “[...] intervenções conjuntas e sistemáticas; atores coletivos e metas” (RUBIM, 2007, p. 102).

Tratando-se ainda do objetivo de analisar a implementação do VC, enquanto política pública redistributiva de cultura na RCC, descrevem-se a seguir, os principais fatos relacionados as políticas culturais de 1988 (ano da atual Constituição Brasileira) até 2017, com destaque para os governos de Dilma Vana Rousseff e de Michel Miguel Elias Temer Lulia, nos quais o PCT foi gestado e, na sequência, implementado.

Segundo Rubim (2007), os períodos dos governos de José Sarney de Araújo Costa (1985-1989), Fernando Collor de Melo (1990-1992) e Itamar Augusto Cautiero Franco (1992-1994), no período de 1985 a 1993, e de Fernando Henrique Cardoso, no período de 1995 a 2002, foram marcados pelo uso de dinheiro público subordinado à decisão privada, sendo ampliado por meio das leis de incentivo ao investimento privado em cultura, ou seja, o dinheiro era cada vez mais público, mas era a iniciativa privada responsável pela sua gestão. Portanto, apesar das poucas políticas setoriais (bibliotecas e patrimônio), e da legislação acerca do patrimônio imaterial, no período entre 1995 e 2002, de responsabilidade do MinC, pouco colaborou-se para consolidação institucional do Ministério. Assim, indicando que o “[...] governo Lula/Gil irá se defrontar a partir de 2002 com estas tristes tradições no campo das políticas culturais nacionais: ausência, autoritarismo e instabilidade” (RUBIM, 2007, p. 111).

Pelo fato de que no governo Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010), ter sido gestada a Política Nacional de Cultura, e no Governo Dilma Vana Rousseff, ter sido intensificada a sua implementação, especialmente o seu processo de descentralização de gestão da Cultura, a seguir

apresenta-se uma discussão mais detalhada desses governos. No governo Lula, conforme Barbalho (2014), é apresentada a proposta de implementação do PNC e do Sistema Nacional de Política Cultural (SNPC), esse entendido como fundamental para a descentralização do PNC, a partir da integração das três esferas de governos, as instituições privadas e o terceiro setor, por meio do FNC e dos conselhos de cultura de cada esfera.

Com Gilberto Gil na condição de Ministro da Cultura (2003-2008), e com a coordenação de Márcio Meira, somente em 2005 foram implantadas medidas mais efetivas, como o estabelecimento do SFC, com o propósito de articular os programas e ações do governo federal e o Protocolo de Intenções, visando ao desenvolvimento de condições institucionais para a implementação do SNC. Esse protocolo, apontava as obrigações para os governos estaduais e municipais, que deveriam aderir, tais como a criação de órgão gestor, conselho, plano e formas de financiamento (BARBALHO, 2014).

Em 2005, ocorreram as conferências estaduais e municipais que antecederam a I Conferência Nacional de Cultura (CNC), evidenciando o esforço de articulação do poder público, nos três níveis federativos, com a sociedade. A prioridade foi a instituição do SNC (inclusão do art. 216-A), por meio da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 416/2005, seguida da instituição do Plano Nacional de Cultura (Emenda Constitucional n. 48). Em 2006, foram realizadas oficinas de formação de agentes culturais de municípios, e em 2007, inicia-se uma série de disputas políticas, fato que gerou a quase paralização do Sistema, que foi retomado no início do segundo semestre de 2008, com a nomeação de Juca Ferreira, como ministro (BARBALHO, 2014).

Ainda em 2008, segundo Barbalho (2014), foi aprovada a “Proposta de Estruturação, Institucionalização e Implementação do SNC”, além da realização de seminários sobre o SCN (em 24 estados e 2.323 municípios), e da assinatura do “Acordo de Cooperação Federativa do SNC”, e apesar desses esforços, até o fim do governo Lula, somente 363 (6,5%) municípios e 1(3,7%) estado formalizaram a integração ao Sistema. Em 2010, o MinC elabora as “Guias de Orientações do SNC”, voltados para os estados e os municípios.

Naquele ano, ocorre a 2ª Conferência Nacional de Cultura, tendo como tema “Cultura, diversidade, cidadania e desenvolvimento”, que além da Plenária Nacional, contou com instâncias de discussão em nível municipal e intermunicipal, estadual e do DF, pré-conferências setoriais, conferência virtual e conferências livres.

Ainda em 2010, conforme Rubim (2015), as políticas públicas oportunizaram a

construção de políticas de Estado, com a aprovação de dois dispositivos: o PNC e o SNC,⁸³ fato que oportuniza as políticas atravessarem governos, ou seja, de prazos mais longos. A aprovação do PNC, em 2010, pelo Congresso Nacional se contrapôs à tradição das instabilidades, dada sua vigência prevista para 10 anos. Esse resultado, segundo Barbalho (2014), decorre da busca de uma perspectiva federativa, em conjunto com os estados, municípios e sociedade civil, de forma a consolidar estruturas políticas pactuadas e complementares. Esse movimento permitirá a condução de uma agenda pelos próximos 10 anos, incluindo a duas gestões de Dilma, que interrompida, seguiria com Temer.

Rubim (2015) aponta a existência de limitações recorrentes na trajetória e na situação atual das políticas culturais no Brasil: 1) “ausências”: a falta de políticas culturais em prol de uma regulação da cultura pelo mercado; 2) autoritarismo: que associa políticas culturais aos governos ditatoriais e aos laços autoritários presentes na sociedade; 3) instabilidades derivadas de fatores como descontinuidades, fragilidades institucionais, repressão, etc.

Quanto a gestão Dilma em 2012, Barbalho (2014) destaca a aprovação de 40% do FNC para a transferência aos estados que aderiram ao SNC, priorizando aqueles que haviam constituído seu Sistema de Cultura, seguido daqueles que estavam em processo de constituição, ainda que o recurso tenha sido transferido somente a partir de 2014. O resultado foi, segundo dados do MinC, “[...] o crescimento de 363 municípios e 1 estado no fim de 2010, para 1407 municípios, 22 estados e o DF, em dezembro de 2012, integrados ao SNC por meio da assinatura do Acordo de Cooperação Federativa” (BARBALHO, 2014, p. 198).

Ainda em 2012, ano em que iniciou a elaboração dos planos estaduais e municipais de cultura, foi aprovada e promulgada a Emenda Constitucional n° 71/2012, que introduziu o SNC na Constituição Federal, resultado da PEC 416/2005, acrescenta o Art. 216-A que fixa

O Sistema Nacional de Cultura, organizado em regime de colaboração, de forma descentralizada e participativa, institui um processo de gestão e promoção conjunta de políticas públicas de cultura, democráticas e permanentes, pactuadas entre os entes da Federação e a sociedade, tendo por objetivo promover o desenvolvimento humano, social e econômico com pleno exercício dos direitos culturais.

Em 2013, conforme Barbalho (2014), na gestão da ministra Marta Suplicy (2012-2014), foi realizada a 3ª Conferência Nacional de Cultura, com o tema “Uma política de estado para a cultura. Desafios do Sistema Nacional de Cultura”, previamente trabalhado nas conferências estaduais e municipais e, até esse momento todos os 26 estados, as respectivas capitais e o DF, haviam aderido ao SNC, além de 2.068 municípios, sendo

⁸³ Emenda Constitucional n° 48/2005.

[...] possível afirmar que houve em torno do SNC um processo de hegemonização, ou seja, de construção de uma ampla identidade social com essa política cultural, tendo o MinC como agente principal na articulação das diferentes posições de sujeito, tornando-o uma proposta consensual nos campos político e cultural brasileiros. (BARBALHO *apud* BARBALHO, 2014, p. 199).

Enquanto resultado da conferência, foram definidos 19 objetivos, orientados pela missão do MinC de “garantir a todos os cidadãos brasileiros o pleno exercício dos seus direitos culturais”, divididos em quatro grandes áreas de atuação: Criação/Produção/ Desenvolvimento; Difusão e Acesso à Cultura; Memória e Diversidade Cultural; e Planejamento e a Gestão. O Ministério também elegeu 4 programas: 1) Criar e descentralizar equipamentos culturais por meio da construção dos Centros de Artes e Esportes Unificados (CAEUs); 2) Implantar o VC; 3) Fortalecer a presença do Brasil no mundo por meio do *soft power*;⁸⁴ 4) Implantar o SNC (BARBALHO, 2014).

No último ano da gestão de Marta Suplicy, iniciou-se o processo de transferência de recursos do Ministério via SNC aos estados e municípios, sendo este o principal desafio do ano de 2014, além do

[...] aprofundamento e/ou manutenção de ações que já vinham ocorrendo como a criação das leis estaduais e municipais de implementação de sistemas de cultura; o apoio à elaboração de planos estaduais e municipais de cultura; os cursos de formação de gestores e conselheiros de cultura. (BARBALHO, 2014, p. 202).

Para tanto, foi criado um edital para a seleção de projetos a serem apoiados pelo Fundo Nacional da Cultura, ao Orçamento-Geral da União de 2014, destinado aos entes federados estaduais e distrital, que tinham instituído seus sistemas por lei própria. Com um total de R\$30 milhões de recursos, distribuídos nos 3 eixos relacionados com as metas do PNC a serem atendidas. Eixo 01: Promoção da Diversidade Cultural Brasileira (Meta 6); Eixo 02: Fomento à Produção e Circulação de Bens Culturais (Metas 22 e 24); Eixo 03: Implantação, Instalação e Modernização de Espaços e Equipamentos Culturais (Metas 29, 30, 31, 32, 33 e 34) (BARBALHO, 2014).

O autor destaca a importância do SNC, por institucionalizar a cultura como um sistema federativo de políticas públicas, que somente no governo Dilma Roussef, ganhou impulso que os agentes político-culturais reivindicavam desde a gestão de Gilberto Gil. O Sistema, ainda em implementação, exige esforço político e institucional, no papel decisivo dos agentes culturais

⁸⁴ Define a capacidade de um país influenciar relações internacionais, exercer um papel de encantamento e sedução através de qualidades "*softs*": manifestações culturais fortes e diversas.

externos ao governo e de seus movimentos.

Por outro lado, evidencia-se o fato de que municípios expressam insatisfação diante de um sistema que exige a adoção de suas prerrogativas, determina exigências para o acesso aos recursos a estados e municípios e, segundo Barbalho (2014, p. 203),

[...] na avaliação da Confederação Nacional de Municípios (CNM), “o maior desafio aos Municípios brasileiros é apresentar alternativas ao modelo imposto pelo Minc, pois há um hiato entre o discurso oficial e a efetividade das políticas públicas de cultura do país”.

Esse movimento é um indicador de que o processo de hegemonização até 2013, esteve em crise, o que necessitou de uma nova articulação, envolvendo o máximo de agentes político-culturais externos ao governo. No caso da RCC, dos 7 municípios, 2 destes aderiram em 2013, e outros 2, no ano de 2017 (Quadro 13).

Quadro 13 - Participação dos municípios no SNC

Município	Pop. Estim. 2016	I CNC (2005)	II CNC (2010)	III CNC (2013)	Adesão ao SNC	Data
Aceguá	4.731	1	1			
Bagé	121.986	1	1		1	28/03/2017
Caçapava do Sul	34.644	1	1	1	1	30/06/2013
Candiota	9.362	1	1	1	1	24/05/2017
Dom Pedrito	39.863	1	1	1	1	25/01/2013
Hulha Negra	6.521	1	1			
Lavras do Sul	7.820	1		1		
RS	11.279.196	159	285	225	234	

Fonte: MinC, 2017.

É nesse contexto que, a partir do final de 2013, ocorre a implementação do PCT-VC, que depende da adesão de empresas beneficiárias, trabalhadores e empresas receptoras, no âmbito local-regional. Com a mudança na Presidência do Brasil, a partir do impedimento da Presidente Dilma Rousseff, observa-se um quadro de instabilidades em relação as políticas sociais. No governo Michel Temer (2016-2018), apesar da PEC 241/2016 não tratar diretamente de políticas culturais, ela aponta indícios sobre como o governo pretende encaminhar as ações e programas em torno das demandas sociais, apontando para o congelamento dos orçamentos nas áreas da educação e da saúde.

Um dos momentos críticos relacionados ao governo Temer, refere-se à extinção do MinC e da sua absorção pelo MEC, decisão ocorrida imediatamente após assumir como presidente em exercício com o afastamento da Presidente Dilma, em maio de 2016, e que foi revista dentro de poucos dias, após a manifestação de artistas e de agentes de cultura, sendo reconsiderada. O

primeiro movimento do governo Temer, foi a então criação de uma Secretaria Nacional para a área, após uma série de manifestações e da própria sugestão do Presidente do Senado, Renan Calheiros, que argumentou sobre o baixo orçamento deste, o governo Michel Temer voltou atrás e recriou o MinC, nomeando como Ministro o então Secretário da Cultura, Marcelo Calero Faria Garcia. Apesar da manutenção do MinC, observa-se uma volatilidade em relação ao seu processo de gestão, em decorrência da nomeação de três ministros (Marcelo Calero, Roberto Freire e Sergio de Sá Leitão) e um ministro interino (João Batista de Andrade), no período de maio de 2016 até julho de 2017.

Cumpre-se apresentar, mesmo que não venha a ser o foco principal desta tese, a Lei Rouanet, instituída pela Lei 8.313/91, que trata do Pronac, cujo marco legal está apresentado no Quadro 14.

Quadro 14 - Legislação Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac)– Lei Rouanet

Marco legal	Finalidade
Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991.	Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências.
Decreto nº 5.761, de 27 de abril de 2006.	Regulamenta a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelece sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC e dá outras providências.
Instrução Normativa nº 5, de 26 de dezembro de 2017.	Estabelece procedimentos para apresentação, recebimento, análise, aprovação, execução, acompanhamento, prestação de contas e avaliação de resultados de projetos culturais do mecanismo de Incentivo Fiscal do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac).

Fonte: Baseado em MinC, 2017a.

A Instrução Normativa nº 5, de 26 de dezembro de 2017, foi aprovada durante a gestão do Ministro Sérgio de Sá Leitão, que assumiu a pasta em 25 de junho de 2017. Dentre as principais alterações na instrução normativa, destacam-se: o aprimoramento da gestão, por meio de controles mais eficientes dos processos; atratividade para os patrocinadores/incentivadores dos projetos; apoio ao empreendedor cultural iniciante; atualização monetária dos valores e tetos (no geral, pelo Índice Geral de Preços do Mercado – IGP-M acumulado), com base na realidade e regras de mercado, visando a aumentar a base de projetos captados; alinhamento das regras com conceitos da economia criativa; agilidade e transparência na aprovação e prestação de contas dos projetos; indução à realização de projetos em regiões com histórico de baixa produção de projetos culturais (BRASIL, 1991).

Em torno das leis criadas para o incentivo à produção cultural no Brasil, encontra-se presente o mecanismo de renúncia fiscal, como forma de injetar novos recursos financeiros (CALABRE, 2007). Desta forma, no Brasil, o que marca as políticas de cultura, mesmo de forma indireta, representa o Estado aportando recursos, pois é por meio de renúncia fiscal (sem

necessariamente a contrapartida da iniciativa privada), que a cultura é fomentada. Ou seja, é o Estado presente no fomento e na articulação da produção cultural brasileira. No período de 1995 a 2013, de acordo com Silva (2017), houve um expressivo crescimento no número de projetos aprovados. De 267 projetos financiados em 1995, para 16.875, em 2013, e com o pico em 2010, com mais de 27 mil projetos financiados. Apesar da expansão, observa-se uma concentração de projetos da sociedade civil em 823 municípios brasileiros, dos 5.565 existentes, sendo que São Paulo e Rio de Janeiro concentraram 65% dos recursos, e somados aos destinados a Belo Horizonte e Porto Alegre, totalizam 75% (SILVA, 2017).

Quanto ao perfil dos proponentes, Silva (2017) aponta que os 30 maiores proponentes do período (1995-2013), representam 21,47% do total. O Itaú Cultural lidera a lista, com a participação de 2,91%, seguido Fundação Roberto Marinho (1,30%), pela Fundação Orquestra Sinfônica Brasileira (1,22%), e pela *Time for Fun* (T4F) Entretenimento S.A (1,01%). Por outro lado, em relação ao perfil dos 30 maiores financiadores do período (1995 a 2013),

destacam-se os bancos privados, sendo que o somatório de recursos das várias empresas com o mesmo nome e que atuam em segmentos diferenciados de mercado – a exemplo de bancos, leasings, financiadoras, seguros previdenciários, seguradoras, corretoras, capitalização etc. – colocaria a Petrobras na ponta, significando 14,08% dos recursos totais, em contraposição a 2,92% do Itaú e 2,79% do Banco do Brasil (SILVA, 2017, p. 26).

Deste modo, a Petrobrás e o Banco do Brasil, representando novamente o Estado no financiamento da cultura no país, sem necessariamente o aporte da iniciativa privada, que a cultura é fomentada. Desta forma, as proposições apontam para o caminho que orienta a política pública do atual governo, pautada pela economia criativa, o que se confirma pela manifestação do Ministro Sá Leitão, ao se contrapor a proposta do Presidente Michel Temer, a respeito da Medida Provisória 841, de 11 de junho de 2018, que institui recursos para o Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP). Na fala do Ministro,

publicada hoje no Diário Oficial da União, a Medida Provisória 841, que cria o Fundo Nacional de Segurança Pública, reduz drasticamente a participação do Fundo Nacional de Cultura na receita das loterias federais. O percentual, que era de 3%, poderá cair a partir de 2019 para 1% e 0,5%, dependendo do caso. Trata-se de uma decisão equivocada, que não tem o apoio do Ministério da Cultura (BRASIL, 2018b).

O Ministro destaca, entre seus argumentos em favor de uma política de cultura e não contra uma política de segurança pública, o fato de que

as atividades culturais e criativas representam atualmente 2,64% do PIB, geram um milhão de empregos formais, reúnem 200 mil empresas e instituições e cresceram entre 2012 e 2016 a uma taxa média anual de 9,1%, apesar da recessão. Estão, portanto, entre os setores que mais contribuem para o desenvolvimento do país. O investimento público nesta área retorna multiplicado, na forma de aumento da arrecadação tributária. (BRASIL, 2018b).

Novamente, evidencia-se a fragilidade das políticas públicas e dos programas orientados para ações em torno da cultura, o que se amplia a partir da fala do próprio Ministro do Governo Temer, ao recorrer ao Congresso Nacional, para que a MP venha a ser modificada, conforme sua fala, “[...] A MP põe em risco esta política e penaliza injustamente o setor cultural. Esperamos que o Congresso Nacional modifique a MP. Trabalharemos incansavelmente por isso. Trata-se de um imperativo ético” (BRASIL, 2018b).

Ao apresentar o histórico e o contexto da política pública de cultura no Brasil, constata-se: 1) a importância do processo de implementação do SNC e do PNC que, apesar dos fatores financeiros ainda impactarem na sua efetividade, oportunizou um processo de descentralização da gestão que, mesmo com percalços, pode ter influenciado a manutenção do MinC, ainda como instituição orientada para o encaminhamento das ações do Estado, frente às demandas sociais relacionadas à cultura; 2) a ênfase no estímulo à produção cultural, desde a implementação da Lei Sarney, bem como a Lei Rouanet e suas reformulações; 3) o ineditismo da política orientada ao estímulo ao consumo cultural, fato que justifica refletir sobre a implementação do VC.

4.2 Programa de Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura: A Implementação da Política da Cultura do Estímulo ao Consumo Cultural

Para tratar do PCT é necessário partir do PNC, por este ser uma de suas metas. O PNC é “[...] um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias e metas que devem orientar o poder público na formulação de políticas culturais” e, em seu texto, destaca que “[...] reflete anseios e demandas de todo o país, com respaldo do poder público e da sociedade civil” (MinC, 2014, p. 3), considerando as dimensões simbólica, cidadã e econômica da cultura. Dentre as 53 metas do PNC, a Meta 26, estima a participação de 12 milhões de trabalhadores beneficiados pelo Programa de Cultura do Trabalhador, por meio da Lei 12.761, de 27 de dezembro de 2012 (Anexo A), sob a gestão do MinC, destinado a fornecer aos trabalhadores meios para o exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura (Art. 1º).

Com base no modelo de análise proposto por Lima e Dáscenzi (2013), a implementação do VC na RCC, o Programa foi analisado considerando os seguintes fatores: 1) as suas

características; 2) a organização do aparato administrativo responsável pela implementação, na perspectiva nacional. Com o propósito de olhar o Programa na sua totalidade, foram reunidos os dados referentes a todas as Regiões do Brasil para, na sequência, analisar especificamente a RCC, na sua particularidade, bem como as ideias, os valores e as concepções de mundo dos indivíduos da RCC, que foram tratados no capítulo 5, associados ao Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura de Martín-Barbero (2003).

4.2.1 As características do Programa Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura

Os objetivos do PCT-VC estão centrados em: I - possibilitar o acesso e a fruição dos produtos e serviços culturais; II - estimular a visitação a estabelecimentos culturais e artísticos; e III - incentivar o acesso a eventos e espetáculos culturais e artísticos (Art. 2º). O VC é regulamentado pelo Decreto nº 8.084, de 26 de agosto de 2013 (Anexo B). A Lei 12.761 é resultado do Projeto de Lei PL 4682/2012, encaminhado em 07/11/2012 e tramitado em regime de urgência, de autoria de 63 deputados de 15 Partidos Políticos⁸⁵ (Tabela 15), representando 21 Unidades Federativas (Tabela 16).

Tabela 15 - Relação de Partidos Políticos dos Deputados que apresentaram o Projeto de Lei PL 4682/2012

Partidos Políticos	Deputados
Partido Dos Trabalhadores (PT)	15
Partido Comunista do Brasil (PCdoB)	9
Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB)	7
Partido Progressista (PP)	6
Partido Da Social Democracia Brasileira (PSDB)	6
Partido Socialista Brasileiro (PSB)	5
Democratas (DEM)	3
Partido Popular Socialista (PPS)	3
Partido Democrático Trabalhista (PDT)	2
Partido Verde (PV)	2
Partido Da República (PR)	1
Partido Republicano Brasileiro (PRB)	1
Partido Social Democrático (PSD)	1
Partido Socialismo e Liberdade (PSOL)	1
Partido Trabalhista Brasileiro (PTB)	1
Total	63

Fonte: Baseado em Brasil, 2018c.

⁸⁵ A coligação do Governo Dilma (2011-2014) era formada por 10 partidos: PT, PMDB, PCdoB, PDT, PRB, PR, PSB, PSC, PTC e PTN.

Tabela 16 - Relação de Unidades Federativas dos Deputados que apresentaram o Projeto de Lei PL

Unidades Federativas	Deputados	Unidades Federativas	Deputados
Rio de Janeiro	9	Acre	1
São Paulo	8	Amapá	1
Rio Grande do Sul	7	Distrito Federal	1
Minas Gerais	5	Espírito Santo	1
Paraná	5	Goiás	1
Pernambuco	5	Mato Grosso do Sul	1
Bahia	4	Pará	1
Ceará	3	Rondônia	1
Santa Catarina	3	Sergipe	1
Amazonas	2	Tocantins	1
Rio Grande do Norte	2		
Total Deputados		63	

Fonte: Baseado em Brasil, 2018c.

Sobre o cenário político à época, Rubim (2015, p. 17), destaca que a gestão de Marta Suplicy, foi de características distintas, no sentido de superação dos conflitos e da possibilidade de retomada das políticas culturais, fato que ficou marcado com a “[...] aprovação do SNC e do VC demonstraram poder político”.

Para fins de concepção, o programa define como serviços culturais, as atividades de cunho artístico e cultural fornecidas por pessoas jurídicas, e por produtos (bens) culturais, os materiais de cunho artístico, cultural e informativo, produzidos em qualquer formato ou mídia, por pessoas físicas ou jurídicas. Além disso, determina que suas características, necessariamente, enquadrem-se em artes visuais; artes cênicas; audiovisual; literatura, humanidades e informação; música e patrimônio cultural.

A Lei 12.761 foi regulamentada pelo Decreto 8.084, de 26 de agosto de 2013 (BRASIL, 2013a), e define os atores do processo de implementação da política pública, sendo esses a empresa operadora, a empresa beneficiária, a empresa recebedora e o trabalhador. A empresa operadora é uma pessoa jurídica, necessariamente cadastrada no MinC, possuidora do Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a produzir e comercializar o VC.

A empresa beneficiária, é pessoa jurídica, optante pelo Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a distribuir o VC a seus trabalhadores com vínculo empregatício. A empresa recebedora é a pessoa jurídica habilitada pela empresa operadora para receber o VC, como forma de pagamento de serviço ou bem cultural. O trabalhador com vínculo empregatício com a empresa beneficiária que recebe o VC. Com essa estrutura, o trabalhador que quiser aderir ao VC, de caráter pessoal e intransferível, válido em todo o território nacional, para acesso e fruição de bens e serviços culturais, é dependente de uma rede de empresas que oferecem acesso ao VC e que oportunizam a sua aquisição.

O VC é um benefício individual, estimado no valor mensal de R\$ 50,00, que empresas credenciadas poderão conceder aos funcionários utilizando a renúncia fiscal e desconto de parte desse valor no salário do funcionário. Com esse vale, é possível adquirir livros, *DVDs*, *CDs*, obras de artes visuais, instrumentos musicais, entre outros bens culturais; pagar mensalidades de cursos de arte e cultura; assinar serviços culturais pela Internet; comprar ingressos para cinemas, museus, apresentações musicais, de teatro, de dança, circenses, entre outros. O VC é confeccionado e comercializado por empresas operadoras, e disponibilizado aos usuários pelas empresas beneficiárias para ser utilizado nas empresas receptoras. É fornecido ao trabalhador que receba até 5 salários mínimos mensais ou para os trabalhadores com renda superior a 5 salários mínimos, desde que garantido o atendimento à totalidade dos empregados com a remuneração máxima prevista.

O valor mensal do VC por usuário, se mantém o mesmo desde sua criação, com a possibilidade de ter descontado de sua remuneração o percentual máximo de 10% (dez por cento) do valor do VC. Os trabalhadores que recebem mais de 05 salários mínimos poderão ter descontados de sua remuneração, em percentuais entre 20% e 90% do valor do VC. É facultado ao trabalhador o direito de optar pelo não recebimento do VC. A proposta do VC foi oferecer uma renda extra, não tributável pelas leis trabalhistas, de forma a garantir um incremento de remuneração, exclusivamente destinada ao consumo cultural.

Um ponto, destacado por Cunha Filho, Telles e Costa (2015, p. 106), refere-se ao fato de que se trata de um benefício positivo, porém, fere a universalização dos direitos culturais, uma vez que

[...] além de ser facultativo, seus destinatários são os empregados do setor privado, preferencialmente os que ganham até cinco salários mínimos; contudo, o único tipo de empresa que pode receber incentivos fiscais por oferecer o benefício aos seus empregados são aquelas tributadas com base no lucro real, ou seja, as que pagam tributos por outras formas, como a partir do lucro arbitrado ou do presumido, ficam de fora.

Além disso, uma vez que esta política atinge um significativo número de pessoas, mas impõe perdas concretas no curto prazo para certos grupos sociais e, ganhos incertos no futuro para outros, é considerada como política social universal (SOUZA, 2006). No caso do VC, funcionários públicos de diferentes escalas reivindicaram o mesmo benefício, e em resposta, o MinC sugere que os estados e municípios criem políticas semelhantes para atendimento ao funcionalismo público, incluindo professores, classe que se sentiu afetada pela não possibilidade de inclusão no programa. Diante dessas condições, Cunha Filho, Telles e Costa (2015, p.106), retomam “[...] a necessidade de serem criados mecanismos garantidores da

isonomia, dado que há diferenças laborais e tributárias entre aqueles e estes, mas similitude nas necessidades de pleno exercício dos direitos culturais”.

Diante de uma crise institucionalizada em relação ao financiamento à cultura, sendo que 80% é resultante das leis de incentivo e 20% do FNC, a continuidade da construção do VC, iniciada nas gestões Gilberto Gil e João Luiz Silva Ferreira, mais conhecido como Juca Ferreira, e aprovado pelo Congresso Nacional na gestão de Marta Suplicy⁸⁶, representa uma “[...] inovação na esfera das políticas culturais no Brasil, quase sempre voltadas para a criação e produção, pois se trata de uma política atenta e orientada pelo consumo. Ela faz parte do processo de tornar as políticas de financiamento mais plurais, adequadas à complexidade do campo cultural” (BARBALHO, 2015, p. 23).

O processo de implementação da PCT-VC, iniciou-se com a aprovação da Instrução Normativa nº 2, de 4 de setembro de 2013, que estabeleceu as normas e procedimentos para a gestão do VC, criado pelo Programa de Cultura do Trabalhador, sendo que na sequência, foi alterada por meio de três Instruções Normativas. A primeira referia-se à alteração do parágrafo único do Artigo 4º, que trata das taxas de administração cobrada pelas empresas operadoras, ao serem contratadas pelas empresas beneficiárias e pelas empresas receptoras, por meio da Instrução Normativa nº3, de 20 de setembro de 2013, 20 dias após o lançamento da primeira. Ainda, em setembro, do mesmo ano, foi lançada a Portaria nº 80, que aprovou o Manual de Identidade Visual do Programa de Cultura do Trabalhador do MinC, para fins de divulgar o PCT-VC e a produção do Cartão VC. A Portaria também altera o Art. 14, da Instrução Normativa nº 2, de 4 de setembro de 2013, sobre o Manual de Identidade Visual do VC.

As alterações propostas pela Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014, referem-se aos anexos I e VI, da Instrução Normativa nº 02, de 4 de setembro de 2013, sendo o primeiro referente a lista de bens e serviços culturais (Quadros 15 e 16), e o segundo referente a lista de atividades econômicas admitidas para habilitação das empresas receptoras (Quadros 17 e 18). A lista original de bens e serviços era composta por 26 possibilidades de aquisição e, com a alteração, foram inclusas 12 novas possibilidades, sendo 11 delas, relacionadas com o comércio e o serviço eletrônico, direcionados para o consumo de música e livros, a grande maioria, e para visitação de espaços culturais e aquisição de leitor de livro digital.

⁸⁶ Ministros da Cultura.

Quadro 15 - Lista de bens e serviços do VC – Instrução Normativa nº 2, de 4 de setembro de 2013

Bem/Serviço	Tipo	Bem/Serviço	Tipo
Artesanato	Peça	Espectáculo de Circo	Ingresso
Cinema	Ingresso	Espectáculo de Dança	Ingresso
Curso de Artes	Mensalidade	Espectáculo de Teatro	Ingresso
Curso de Audiovisual	Mensalidade	Espectáculo Musical	Ingresso
Curso de Circo	Mensalidade	Equipamentos de Artes Visuais	Unidade
Curso de Dança	Mensalidade	Equipamentos e Instrumentos Musicais	Unidade
Curso de Fotografia	Mensalidade	Exposições de Arte	Ingresso
Curso de Música	Mensalidade	Festas Populares	Ingresso
Curso de Teatro	Mensalidade	Fotografia / Quadros / Gravuras	Unidade
Curso de Literatura	Mensalidade	Jornais	Unidade
Disco-Áudio ou Música	Unidade	Livros	Unidade
DVD-Documentários/Filmes/Musicais	Unidade	Partituras	Unidade
Escultura	Peça	Revistas	Unidade

Fonte: BRASIL, 2013.

Quadro 16 - Lista de bens e serviços do VC, acrescentados pela Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014

Bem/Serviço	Tipo	Bem/Serviço	Tipo
Venda/troca de ingressos pela internet para atividades culturais	Unidade	e-Books (streaming)	Mensalidade
Música pela internet (streaming)	Mensalidade	e-Books (download)	Mensalidade
Música pela internet (download)	Unidade	Venda de livros pela internet	Unidade
Vídeo pela internet (streaming)	Mensalidade	Venda de CD pela internet	Unidade
Vídeo pela internet (download)	Unidade	Venda de DVD pela internet	Unidade
Leitor de livro digital	Unidade	Visitação de espaços culturais	Ingresso

Fonte: MinC, 2014.

Seguindo os tipos de serviços e de bens incluídos, a alteração também oportunizou o ingresso de empresas, cujas classes de atividades estão relacionadas com o comércio eletrônico, além de lojas e departamentos, a administração pública em geral e atividades relacionadas a regulação de saúde, educação, serviços culturais e outros serviços sociais (Quadros 17 e 18).

Quadro 17 - Lista de classes de atividades econômicas culturais admitidas para habilitação das empresas receptoras - Instrução Normativa nº 02, de 4 de setembro de 2013

CNAE	Descrição CNAE 2.0	CNAE	Descrição CNAE 2.0
4761-0	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria	9002	Criação artística
4762-8	Comércio varejista de discos, CDS, DVDS e fitas	9003	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
4756-3	Comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios	9101	Atividades de bibliotecas e arquivos
5914	Atividades de exibição cinematográfica	9493	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte
7722	Aluguel de fitas de vídeo, DVDS e similares	8592	Ensino de arte e cultura
9001	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	9102	Museus, restaurações, prédios históricos

Fonte: BRASIL, 2013.

Quadro 18 - Lista de classes de atividades econômicas culturais admitidas para habilitação das empresas receptoras - Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014

CNAE	Descrição CNAE 2.0	CNAE	Descrição CNAE 2.0
6319-4/00	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	8411-6/00	Administração pública em geral
7990-2/00	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente -	8412-4/00	Regulação das atividades de saúde, educação, serviços culturais e outros serviços sociais.
4713-0/01	Lojas departamento ou magazine		

Fonte: BRASIL, 2014.

Outra alteração foi realizada por meio da Instrução Normativa nº 5, de 10 de maio de 2016, que altera a Instrução Normativa nº 002, de 4 de setembro de 2013, do MinC, modificando ou incluindo, entre outros, os seguintes artigos da versão original da Instrução Normativa:

Alterado o Artigo 5º - "Art. 5º-A Poderão ser operadoras do Vale-Cultura pessoas jurídicas regularmente constituídas e que atuem com mecanismos eletrônicos de pagamento online";

Alterado o parágrafo único do Artigo 9º - "Art. 9º [...] Parágrafo único. Entende-se por empresa receptora, toda pessoa jurídica, com ou sem fins lucrativos, habilitada para receber o Vale-Cultura como forma de pagamento [...]";

Incluído o artigo 11: "Art. 11-A O Ministério da Cultura incentivará a habilitação de pessoas jurídicas sem fins lucrativos como receptoras do Vale-Cultura, particularmente no âmbito da Política Nacional de Cultura Viva, instituída pela Lei nº 13.018, de 22 de julho de 2014";

Incluído o art. 26-A: "Art. 26-A Não é vedada a concessão de benefícios semelhante ao Vale-Cultura no âmbito da competência das Administrações Públicas, direta e indireta, dos Estados e municípios e do Distrito Federal, observado, no que couber, a necessidade de envio de informações ao Ministério da Cultura para composição de base de dados do programa";

Incluído o art. 26-B: "Art. 26-B O Ministério da Cultura, em conjunto com as operadoras cadastradas, deverá buscar mecanismos de interoperabilidade entre arranjos de pagamento, podendo a SEFIC solicitar dados das operadoras cadastradas na forma necessária para atender tal finalidade". (BRASIL, 2016).

Por se tratar de uma política de característica redistributiva (SOUZA, 2006; FREY, 2000), com previsão de dedução de impostos pela pessoa jurídica beneficiária tributada, com base no lucro real, que ao aderir ao VC, do valor despendido a título de aquisição do VC poderia ser deduzido até 1% do imposto sobre a renda devido pela pessoa jurídica beneficiária tributada com base no lucro real. Esta garantia, prevista em Lei, teve o limite no exercício de 2017, referente ano-calendário de 2016, fato que gerou o lançamento do Projeto de Lei PL 6233/2016, que estende o benefício até 2021, ano-calendário 2020, com o mesmo percentual de desconto nos impostos, arquivado nos termos do Artigo 105, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, em 31 de janeiro de 2019.

O Quadro 19 apresenta a proposta de mudança na Lei, de autoria da deputada Mara Gabrilli (PSDB-SP), prorrogando até o ano de 2020 a vigência do incentivo fiscal concedido às

empresas tributadas pelo lucro real, que participam do Programa de Cultura do Trabalhador. A proposta foi aprovada pela Comissão de Cultura, em 03 de maio de 2017. Em 15 de agosto de 2017, o Projeto de Lei foi encaminhado para a Comissão de Finanças e Tributação (CFT), em trâmite de caráter conclusivo (BRASIL, 2018d). O projeto de Lei foi arquivado devido ao término do mandato da deputada proponente.

Quadro 19 - Proposta de alteração do caput do artigo 10 da Lei nº 12.761 de 27 de dezembro de 2012, pelo Projeto de Lei PL 6233/2016

Lei 12.761, de 27 de dezembro de 2012	Projeto de Lei PL 6233/2016
[...] Art. 10. Até o exercício de 2017, ano-calendário de 2016, o valor despendido a título de aquisição do vale-cultura poderá ser deduzido do imposto sobre a renda devido pela pessoa jurídica beneficiária tributada com base no lucro real. [...]	Altera a Lei nº 12.761 de 27 de dezembro de 2012, que instituiu o Programa de Cultura do Trabalhador –Vale-Cultura. Art. 1º O caput do art. 10 da Lei no 12.761, de 27 de dezembro de 2012, passa a vigorar com a seguinte redação: “Art. 10 Até o exercício de 2021, ano-calendário de 2020, o valor despendido a título de aquisição do Vale- Cultura poderá ser deduzido do imposto sobre a renda devido pela pessoa jurídica beneficiária tributada com base no lucro real”.

Fonte: Baseado em Brasil (2012) e Brasil (2018d).

Enquanto resultados do Programa, desde a sua implementação (Tabela 17), evidenciam um crescimento expressivo entre os anos de 2013 e 2014, passando de 806 trabalhadores inscritos, para 370.143, em 2015 para 467.398 e em 2016, para 520.562 trabalhadores, representando 4,33% da meta de 12 milhões, para 2020.

Tabela 17 - Evolução dos indicadores do VC

Indicador	2013	2014	2015	2016	2017 ⁽¹⁾
No. Trabalhadores	806	370.143	467.398	520.562	536.568
Meta	1.500.000	6.000.000	6.000.000	7.200.000	Sem dados
Empresas beneficiárias ⁸⁷	1.361	7.751	8.951	9.286	9.373
Estabelecimentos que aceitam VC – Recebedoras	5	6.281	38.626	40.731	42.543
Valor de consumo do VC (R\$) – anual	238,70	69.557.295,00	160.911.576,72	148.129.021,88	65.223.606,96

Nota (1): Dados obtidos a partir da consulta junto a Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (Sefic), Memorando SEI nº 138/2018/SEFIC.

Fonte: Baseado nos Relatórios Anuais da Sefic (MinC, 2014a, 2015, 2016, 2017b, 2018).

Os dados evidenciam que o Programa, em seu lançamento, obteve uma adesão mais significativa de empresas beneficiárias, do que propriamente de trabalhadores (Tabela 9). Esse fato de estar relacionado ao baixo número de empresas recebedoras que aceitavam o VC em 2013, justifica o baixo valor em consumo cultural, representando somente R\$ 0,30 centavos de real, por trabalhador. Os relatórios de acompanhamento das metas do PNC de 2013, 2014, 2015, 2016 e 2017, indicam as atividades realizadas em prol do PCT (Quadro 20).

⁸⁷ Ao cruzar os dados do MinC, observa-se uma inconsistência entre os dados analisados nos relatórios anuais e os dados disponibilizados sobre o número de empresas beneficiárias.

Destaca-se que os relatórios em todos os anos, apontam para um desempenho insatisfatório em relação ao planejado para o período (metas e objetivos). As atividades previstas, resumem-se a divulgação do VC, no sentido de promover o mesmo junto as empresas estatais, as entidades de classe, empresas, gestores culturais, entre outros. Os bancos foram as empresas beneficiárias que oportunizaram o acesso ao VC a muitos trabalhadores e, por meio do esforço de sindicatos e representações de classe, houve um movimento de formalização da política junto aos acordos coletivos (dissídios). Com o término do período que oportunizou a dedução de até 1% do imposto sobre a renda devido (previsto em Lei até o exercício de 2017, ano-calendário de 2016), muitas empresas passaram a não mais aderir ao Programa, razão que impediu a acessos dos trabalhadores, impactando significativamente nas metas e nos objetivos.

Quadro 20 - Síntese dos relatórios de acompanhamento das metas do PNC, em relação a Meta 26 – VC

Ano	Análise/ Atividades
2013	Desempenho insatisfatório em relação ao que foi planejado para o ano, pois ela alcançou apenas 22% do previsto para 2013. Atividades do MinC/SEFIC: <ul style="list-style-type: none"> • Feitas campanhas de sensibilização para a adesão ao VC; • Houve o credenciamento de 24 operadoras de cartão e a adesão de 1.224 empresas (MinC, 2014a).
2014	Desempenho insatisfatório , pois ela alcançou apenas 6,2% do previsto para o ano de 2014. Ressalta-se que o VC foi implementado no 2º semestre de 2013. Atividades do MinC/SEFIC: <ul style="list-style-type: none"> • Feitas campanhas de sensibilização para adesão ao VC. • Processo de sensibilização junto às entidades de classe, também para adesão ao programa. • Tramitação o Acordo de Cooperação Técnica entre MinC e Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) para o cruzamento das bases de dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) com as bases do VC, o que possibilitará aumentar a plataforma de indicadores sobre o público participante do programa (MinC, 2015).
2015	Desempenho insatisfatório , pois ela alcançou apenas 6,7% para o ano. Ressalta-se que o VC foi implementado no 2º semestre de 2013. Atividades do MinC/SEFIC: <ul style="list-style-type: none"> • Iniciada nova etapa das ações de divulgação e mobilização para potencialização do Programa: 1) o lançamento de uma nova campanha publicitária para divulgar o VC (APÊNDICE C); 2) jornada com as “Rodadas do VC”, circulando o país promovendo o Programa de Cultura do Trabalhador entre gestores públicos, empresários, espaços de cultura, comércio de produtos e serviços culturais, operadoras, trabalhadores e representações sindicais. • Dada continuidade as articulações individuais por meio de processo de sensibilização para adesão ao programa junto à empresas, estatais e entidades de classe (MinC, 2016).
2016	Desempenho insatisfatório: alcançou apenas 7% do planejado para o ano. Houve um aumento de 11% no número de trabalhadores beneficiados pelo VC, comparado ao ano anterior. A maioria destes trabalhadores encontram-se nas regiões Sudeste e Sul. Houve um menor valor de consumo comparado ao ano de 2015. Ressalta-se que o valor acumulado de consumo se deu no total de R\$ 378.597.894,27. Atividades do MinC/SEFIC: <ul style="list-style-type: none"> • Rodada do VC – que tem como objetivo de compartilhar informações sobre o funcionamento do programa e ampliar a adesão de empregadores, estabelecimentos recebedores e cidadãos em todas as regiões do Brasil – já aconteceram quatro edições realizadas, em Belo Horizonte, Fortaleza, Curitiba e Brasília. • Projeto de lei estende até 2021 o prazo de vigência do benefício fiscal decorrente da aquisição do VC pelas empresas beneficiárias tributadas com base no lucro real (MinC, 2017).
2017	O percentual de alcance da meta, em relação ao ano de 2020, foi de 4%. Atividades do MinC/SEFIC: <ul style="list-style-type: none"> • Houve visita a entidades de classe e apresentação do Programa de Cultura do Trabalhador com vistas a adesão de empresas e trabalhadores – Entidades Visitadas (Confederação Nacional dos Trabalhadores no Comércio – CNTC, Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC, Confederação Nacional das Indústrias – CNI, Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do DF, SINDICOMBUSTÍVEL, Federação Nacional dos Empregados em Posto de Serviços de Combustíveis e Derivados de Petróleo – FENEPOSPETRO e Sindicatos dos Trabalhadores nas Indús. da Construção e do Mobil. de Brasília – STICMB/DF). • Além disso, ocorreram tratativas internas e externas (Receita Federal do Brasil) para Renovação do Incentivo Fiscal (MinC, 2018)

Fonte: Baseado em MinC (2014a, 2015, 2016, 2017b, 2018).

Os dados sobre as empresas beneficiárias, os trabalhadores, as empresas receptoras são apresentadas na seção 4.2.3, e referem-se ao Brasil e as Grandes Regiões.

4.2.2 A organização do aparato administrativo para a implementação do Vale-Cultura

O marco legal relacionado ao PCT (Quadro 21), evidencia a concentração de movimentos e de ações nos anos de 2012 e 2013. As regras estão definidas por meio das Instruções Normativas.

Quadro 21 - Legislação VC

Marco legal	Finalidade
Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012 (Anexo A)	Institui o Programa de Cultura do Trabalhador; cria o Vale-Cultura; altera as Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, e 7.713, de 22 de dezembro de 1988, e a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943; e dá outras providências.
Decreto nº 8.084, de 26 de agosto de 2013 (Anexo B)	Regulamenta a Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012, que institui o Programa de Cultura do Trabalhador e cria o vale-cultura.
Instrução Normativa nº 2, de 4 de setembro de 2013	Estabelece normas e procedimentos para a gestão do Vale-Cultura, criado pelo Programa de Cultura do Trabalhador.
Instrução Normativa nº 3, de 20 de setembro de 2013	Altera o parágrafo único do art. 4º da Instrução Normativa nº 002, de 4 de setembro de 2013, do Ministério da Cultura.
Parecer nº 810/2013/CONJUR-MinC/CGU/AGU	Parecer sobre a participação de quaisquer pessoas jurídicas como empresas beneficiárias, optantes pelo Programa Cultura do Trabalhador e autorizadas a distribuir o Vale-Cultura para os trabalhadores com vínculo empregatício.

Fonte: Baseado em MinC (2018a).

O Decreto nº 8.084 (Anexo B), estabelece o MinC como gestor do PCT, o qual está subordinado à Sefic. O cadastro das empresas beneficiária e operadora é de responsabilidade do MinC, e o cadastro das empresas receptoras ocorre junto às empresas operadoras do Cartão. As obrigações e responsabilidades dos envolvidos na sua implementação, empresas operadoras, beneficiárias e receptoras, bem como o trabalhador, estão apresentadas no Quadro 23.

Quadro 22 - Requisitos e deveres empresas operadoras, receptoras e beneficiárias

(continua)

	Requisitos	Deveres
Operadora	Art. 5º O cadastramento da empresa operadora será feito no Ministério da Cultura e deverá observar, entre outros, aos seguintes requisitos: I - inscrição regular no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ; e II - qualificação técnica para produzir e comercializar o Vale-Cultura, observado o disposto no art. 6º da Lei nº 12.761, de 2012.	Art. 6º São deveres da empresa operadora: I - observar limites de cobrança de taxa de administração; II - apresentar ao Ministério da Cultura relatórios periódicos relativos a acesso e fruição de produtos e serviços culturais; e III - tomar providências para que empresas receptoras cumpram os deveres previstos no art. 9º, e inabilitá-las em caso de descumprimento.
Recebedora	Art. 8º A habilitação da empresa recebedora será feita perante a empresa operadora e dependerá da comprovação de exercício de atividade econômica admitida, para fins do vale-cultura, pelo Ministério da Cultura.	Art. 9º São deveres da empresa recebedora: I - receber o vale-cultura, exclusivamente para a comercialização de produtos e serviços culturais; e II - disponibilizar as informações necessárias à elaboração dos relatórios de que trata o inciso II do caput do art. 6º.

Quadro 23: Requisitos e deveres empresas operadoras, receptoras e beneficiárias

(continuação)

	Requisitos	Deveres
Beneficiária	<p>Art. 10. A inscrição da empresa beneficiária será feita no Ministério da Cultura e deverá observar, entre outros, aos seguintes requisitos:</p> <p>I - inscrição regular no CNPJ;</p> <p>II - indicação de empresa operadora possuidora de Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador; e</p> <p>III - indicação do número de trabalhadores com vínculo empregatício, conforme a faixa de renda mensal.</p>	<p>Art. 11. São deveres da empresa beneficiária:</p> <p>I - oferecer o vale-cultura nos termos do Capítulo III;</p> <p>II - prestar ao Ministério da Cultura as informações referentes aos usuários, conforme faixa de renda mensal, e mantê-las atualizadas; e</p> <p>III - divulgar e incentivar o acesso e a fruição de produtos e serviços culturais pelos usuários.</p>

Fonte: Baseado em Brasil, 2013^a.

O fluxo de informações é definido no Art. 26, conforme segue:

Art. 26. Ato conjunto dos Ministros de Estado da Cultura, do Trabalho e Emprego e da Fazenda estabelecerá o compartilhamento das informações necessárias à implementação deste Decreto, respeitadas as hipóteses de sigilo legalmente previstas.

§ 1º O Ministério da Cultura deverá informar aos demais órgãos e entidades envolvidos sobre a execução inadequada, os desvios ou os desvirtuamentos das finalidades do Programa de Cultura do Trabalhador, para que sejam tomadas providências cabíveis em seus âmbitos de competência.

§ 2º O Ministério da Cultura deverá ser informado sobre a execução inadequada, os desvios ou os desvirtuamentos das finalidades do Programa, aferidos pelos demais órgãos e entidades durante suas respectivas atividades de fiscalização, para que sejam tomadas as providências cabíveis em seu âmbito de competência. (MinC, 2013a).

No sentido de promover e divulgar o Programa, foi desenvolvido um sítio⁸⁸, para acesso ao sistema de cadastro de empresas receptoras e operadoras, além da possibilidade do trabalhador consultar, mediante o nome da empresa e do seu CNPJ, se está cadastrado junto ao MinC (Figura 7). Oferece espaço para comunicação com o Ministério (Fale Conosco), para acessar a legislação e o manual do usuário, para empresas beneficiárias e operadoras.

Figura 7 - Sítio do VC - www.vale.cultura.gov.br



Fonte: MinC, 2018b.

⁸⁸ Ver: www.vale.cultura.gov.br.

Complementar ao sítio apresentado, na página do MinC, encontram-se o acesso às principais perguntas referentes ao Programa (Figura 8), e o acesso as campanhas publicitárias dele. Além de espaços específicos para os diferentes públicos envolvidos, no caso, empresas beneficiárias, receptoras operadoras e para o trabalhador.

Figura 8 - VC, página associada ao Ministério da Cultura



Fonte: MinC, 2018c.

Dadas as regras definidas pelo PCT, na prática, destaca-se que a decisão de participação do trabalhador está condicionada primeiro, ao interesse da empresa na qual trabalha em optar por cadastrar-se, além de atender aos requisitos necessários. Num segundo momento, a partir de sua adesão, o seu consumo está condicionado a existência de empresas receptoras que tenham aderido ao Programa. Mesmo que o interesse do trabalhador venha a ser pelo consumo de bens ou serviços disponíveis em empresas que ofereçam a possibilidade de aquisição, existe a necessidade de haver compatibilidade entre a operadora, com a qual o trabalhador pretende consumir, e a operadora com a qual a empresa receptora opera o Cartão VC.

4.2.3 O percurso da política de estímulo ao consumo cultural: o Vale-Cultura no Brasil

O Programa, segundo a Sefic, de setembro de 2013 até dezembro de 2017, obteve uma adesão de 1.370 empresas beneficiárias (Tabela 18), que são as pessoas jurídicas optantes pelo PCT e autorizadas a oferecer o VC a seus trabalhadores com vínculo empregatício. Destaca-se também, que o maior número de empresas beneficiárias se encontra nas capitais (65,8%), de todas as regiões do país.

Tabela 18 - Empresas beneficiárias cadastradas no Programa VC, no Brasil e nas Regiões, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.

País e Regiões	Empresas Beneficiárias									
	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017				
						Total	Capital	%	Interior	%
Brasil	22	834	326	101	87	1.370	901	65,8	469	34,2
Norte	0	20	10	2	2	34	25	73,5	9	26,5
Nordeste	2	84	37	12	6	141	99	70,2	42	29,8
Sudeste	11	502	181	49	49	792	531	67,0	261	33,0
Sul	9	169	69	26	18	291	152	52,2	139	47,8
Centro-Oeste	-	59	29	12	12	112	94	83,9	18	16,1

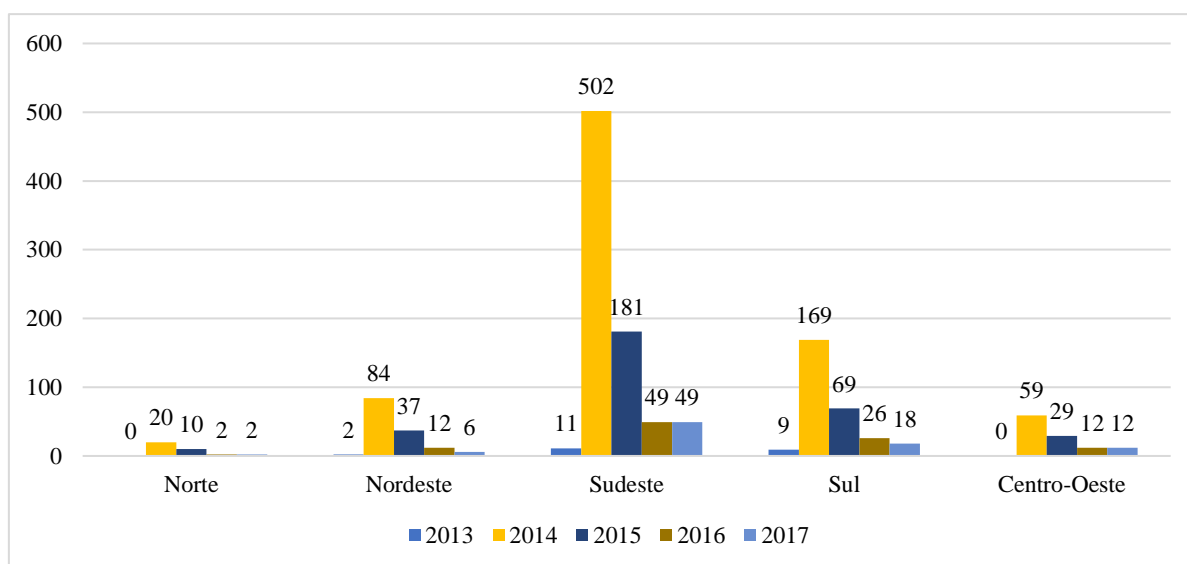
Notas:

- 1) As informações referem-se à entrada de beneficiárias no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o Programa de Cultura do Trabalhador somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018

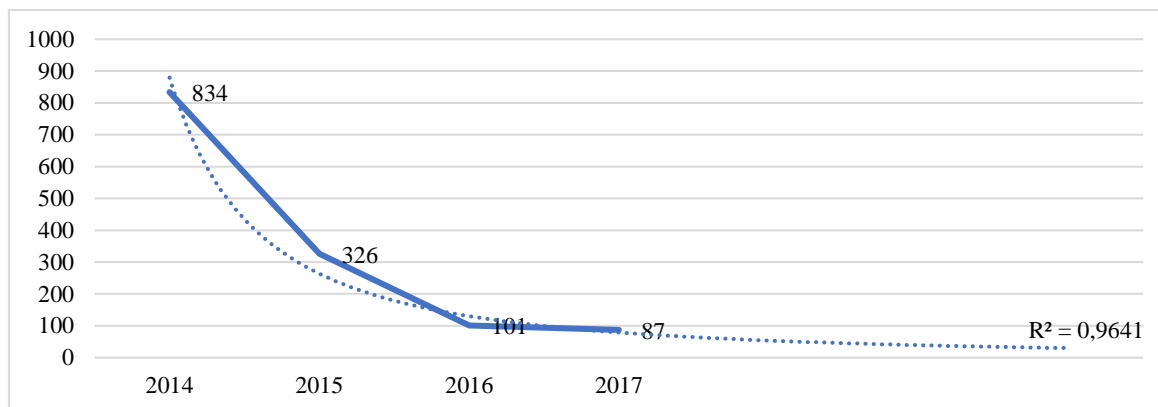
Observa-se no Gráfico 1, a concentração na região do Sudeste ao longo do período analisado, com destaque para o ano de 2014, pelo maior número de empresas beneficiárias cadastradas. O Gráfico 2 também evidencia a tendência de queda no cadastro anual de empresas beneficiárias no Programa, considerando um período de mais 3 anos, ou seja, até 2020⁸⁹.

Gráfico 1 - Empresas beneficiárias cadastradas nas Regiões do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.



Fonte: Baseado em dados do SEFIC, 2018.

⁸⁹ A inserção dos Gráficos 2 e 5, apesar da série de dados ser pequena (04 anos), justifica-se, pois evidencia a situação atual do Programa Cultura do Trabalhador, seja na perspectiva da inscrição de empresas beneficiárias e dos trabalhadores.

Gráfico 2 - Tendência do número anual de empresas beneficiárias cadastradas no PCT, 2014-2017.

Fonte: Baseado em dados do SEFIC, 2018.

Quanto aos dados da Região Sul do Brasil, na qual se insere a RCC, o Programa obteve uma adesão de 291 empresas beneficiárias (Tabela 19), o que representa 21,2% do total no Brasil. Seguindo a tendência nacional, as mesmas encontram-se nas capitais (52,2%), com exceção do estado de Santa Catarina, cuja maior parte das empresas beneficiárias encontram-se no interior (56,6%).

O Rio Grande do Sul é o estado que concentra, na Região Sul, o maior número de empresas beneficiárias (40,5%), conforme o Tabela 19 e o Gráfico 3. Destaca-se também, o ano de 2014, como sendo o período de maior número de inscrições de empresas beneficiárias.

Tabela 19 - Empresas beneficiárias cadastradas no Programa VC, no Brasil, na Região Sul e nas respectivas Unidades da Federação, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.

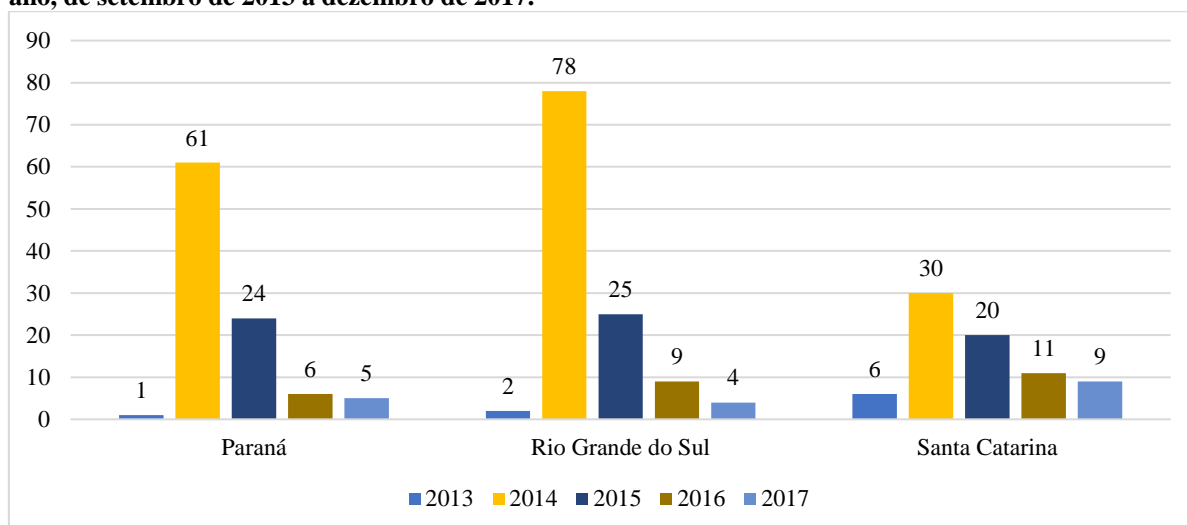
País, Região e Unidade da Federação	Empresas Beneficiárias									
	2013-2017					2013-2017				
	2013	2014	2015	2016	2017	Total	Capital	%	Interior	%
Brasil	22	834	326	101	87	1.370	901	65,8	469	34,2
Sul	9	169	69	26	18	291	152	52,2	139	47,8
Paraná	1	61	24	6	5	97	53	54,6	44	45,4
Rio Grande do Sul	2	78	25	9	4	118	66	55,9	52	44,1
Santa Catarina	6	30	20	11	9	76	33	43,4	43	56,6

Notas:

- 1) As informações referem-se à entrada de beneficiárias no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o Programa de Cultura do Trabalhador somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018.

Gráfico 3 - Empresas beneficiárias cadastradas nas Unidades da Federação da Região Sul do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.



Fonte: SEFIC, 2015.

A adesão das empresas beneficiárias (Tabelas 18 e 19), oportunizou a participação de um total de 536.658 trabalhadores cadastrados no Programa VC, no período entre 2013 e 2017, sendo que 58,2% encontram-se no interior e 37,4% nas capitais (Tabela 20). Com exceção do Centro-Oeste, todas as demais regiões concentram o maior número de trabalhadores no interior do Estado. O Sudeste foi a região com a maior adesão de trabalhadores, com aproximadamente 54,4% do total do Brasil, seguido da Região Sul, com 15,0% dos cadastrados, e da Região Nordeste, com 12,3%.

Tabela 20 - Trabalhadores cadastrados no Programa VC, nas Regiões e no Brasil, de setembro de 2013 a dezembro de 2017

País, Região e Unidade da Federação	Trabalhadores									
	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017				
						Total	Capital	%	Interior	%
Brasil	806	366.197	100.395	53.164	16.006	536.568⁹⁰	200.639	37,4	312.314	58,2
Norte	1	23.917	5.859	2.139	744	32.660	9.262	28,4	23.398	71,6
Nordeste	11	43.142	14.631	5.993	2.036	65.813	30.011	45,6	35.802	54,4
Sudeste	490	210.624	49.220	24.208	7.390	291.932	114.035	39,1	177.897	60,9
Sul	251	52.437	14.745	10.863	2.509	80.805	22.194	27,5	58.611	72,5
Centro-Oeste	27	21.173	11.140	7.232	2.171	41.743	25.137	60,2	16.606	39,8
Estado não Identificado	26	14.904	4.800	2.729	1.156	23.615				

Notas:

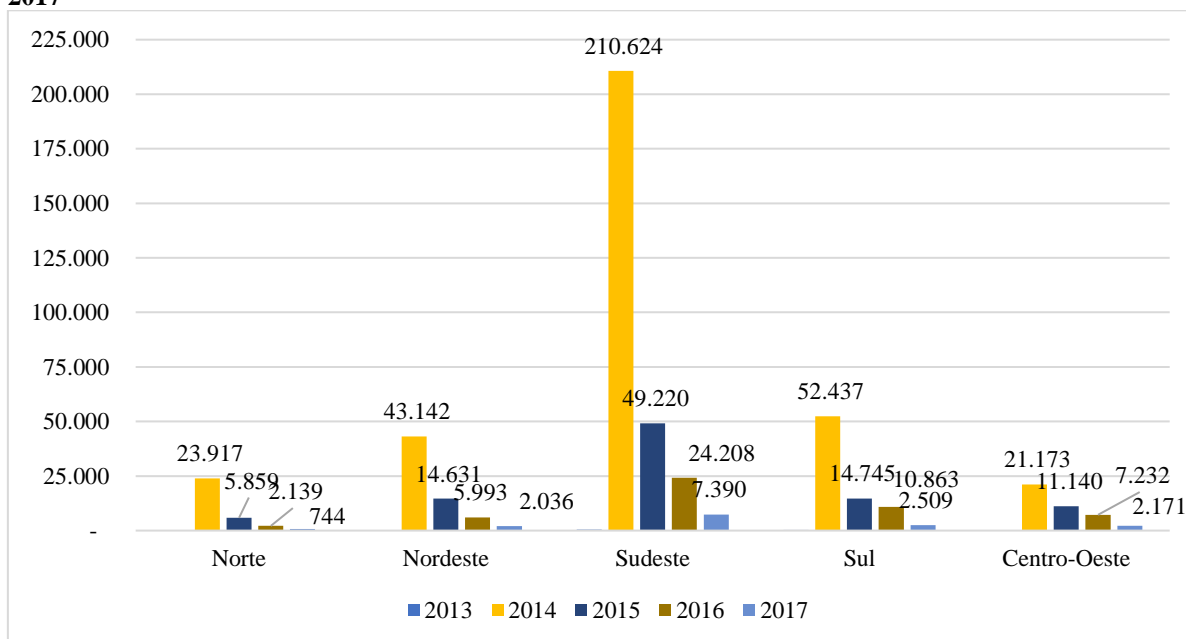
- 1) As informações referem-se à entrada de trabalhadores no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o Programa de Cultura do Trabalhador somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018.

⁹⁰ Do total de trabalhadores do Brasil, 4,4% referem-se aqueles cujas unidades federativas não foram identificadas, portanto, não foi possível classificá-los como sendo da capital ou do interior.

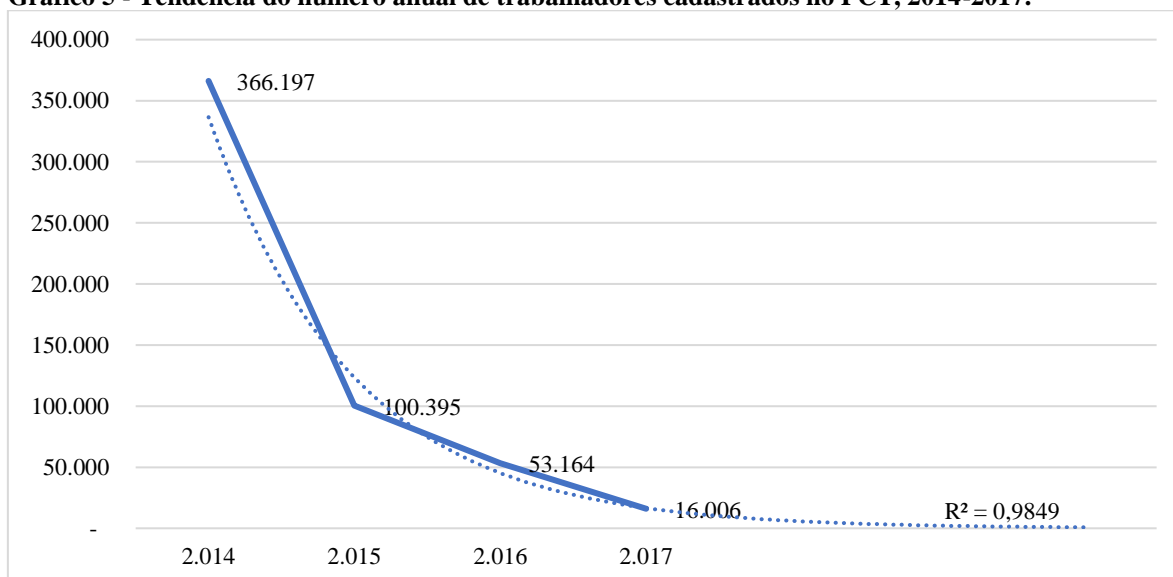
Observa-se no Gráfico 4, a concentração na região do Sudeste ao longo do período analisado, com destaque para o ano de 2014, com maior número de trabalhadores cadastrados no período. O Gráfico 5 também evidencia a tendência de queda no cadastro anual de trabalhadores no Programa, considerando um período de mais 3 anos, ou seja, até 2020.

Gráfico 4 - Trabalhadores cadastrados nas Regiões do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017



Fonte: Baseado em dados do SEFIC, 2018.

Gráfico 5 - Tendência do número anual de trabalhadores cadastrados no PCT, 2014-2017.



Fonte: Baseado em dados do SEFIC, 2018.

Quanto aos dados da Região Sul do Brasil, na qual se insere a RCC, o Programa obteve uma adesão de 80.885 trabalhadores (Tabela 21), o que representa 15,0% do total no Brasil.

Seguindo a tendência nacional, eles encontram-se nas capitais (72,5%). O Rio Grande do Sul é o estado que concentra, na região do Sul, o maior número de trabalhadores cadastrados (45,2%), conforme o Gráfico 6. Destaca-se também, o ano de 2014, como sendo o período de maior número de inscrições de trabalhadores.

Tabela 21 - Trabalhadores cadastrados no Programa VC, no Brasil, na Região Sul e nas respectivas Unidades da Federação, de setembro de 2013 a dezembro de 2017

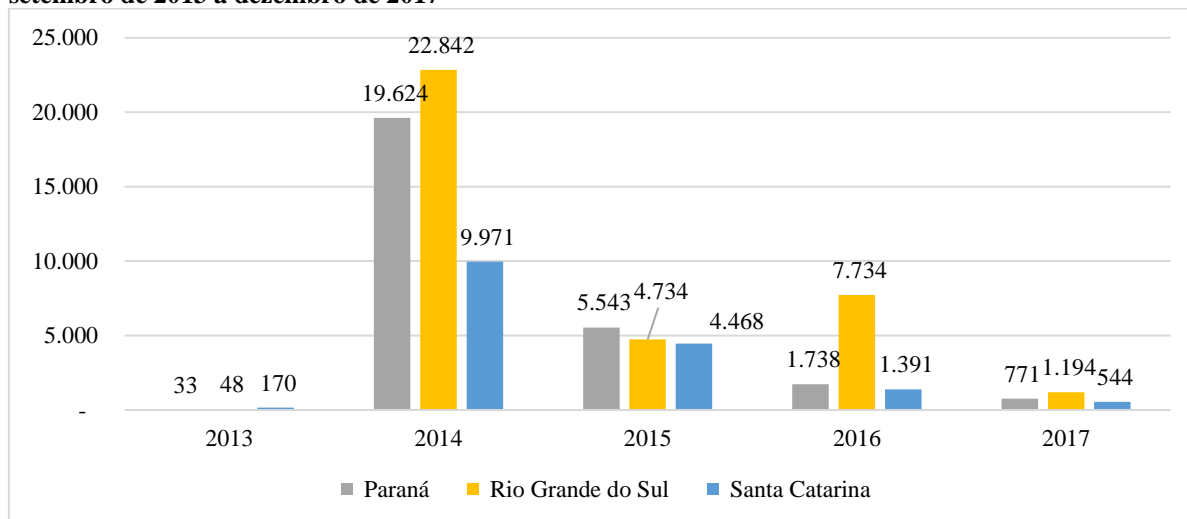
País, Região e Unidade da Federação	Trabalhadores					2013-2017				
	2013	2014	2015	2016	2017	Total	Capital	%	Interior	%
Brasil	806	366.197	100.395	53.164	16.006	536.568	200.639	37,4	312.314	58,2
Sul	251	52.437	14.745	10.863	2.509	80.805	22.194	27,5	58.611	72,5
Paraná	33	19.624	5.543	1.738	771	27.709	10.748	38,8	16.961	61,21
Rio Grande do Sul	48	22.842	4.734	7.734	1.194	36.552	9.033	24,7	27.519	75,29
Santa Catarina	170	9.971	4.468	1.391	544	16.544	2.413	14,6	14.131	85,41

Notas:

- 1) As informações referem-se à entrada de trabalhadores no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o Programa de Cultura do Trabalhador somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018

Gráfico 6 - Trabalhadores cadastrados nas Unidades da Federação da Região Sul do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017



Fonte: SEFIC, 2018.

Até o mês de dezembro de 2017, houve a adesão de 42.545 de empresas receptoras no Brasil (Tabela 22), e que estão concentrados no interior dos estados (68,5%). Chama a atenção que, na Região Sul, o número de empresas receptoras localizadas no interior representa 80,9%, índice superior ao da região do Sudeste, que é de 73,7%, e ambas acima da média nacional. Quanto a distribuição das empresas receptoras nas regiões, observa-se o mesmo comportamento constatado nos trabalhadores cadastrados, ou seja, a maior parte está localizada

na Região Sudeste (46,7%), seguida da Região Sul (19,3%) e da Região Nordeste (16,8%), conforme o Gráfico 7.

Tabela 22 - Empresas receptoras cadastradas no Programa VC, nas Regiões e no Brasil, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.

País e Regiões	Empresas Receptoras									
	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017				
						Total	Capital	%	Interior	%
Brasil	5	6.276	32.346	2.106	1.812	42.545⁹¹	12.399	29,1	29.126	68,5
Norte	-	309	1.791	95	113	2.308	1.003	43,5	1.305	56,5
Nordeste	-	773	5.818	314	225	7.130	2.681	37,6	4.449	62,4
Sudeste	3	3.041	14.875	1.073	866	19.858	5.229	26,3	14.629	73,7
Sul	2	1.484	6.047	370	328	8.231	1.576	19,1	6.655	80,9
Centro-Oeste	-	501	3.052	197	248	3.998	1.910	47,8	2.088	52,2
Estado não Identificado		168	763	57	32	1.020				

Notas:

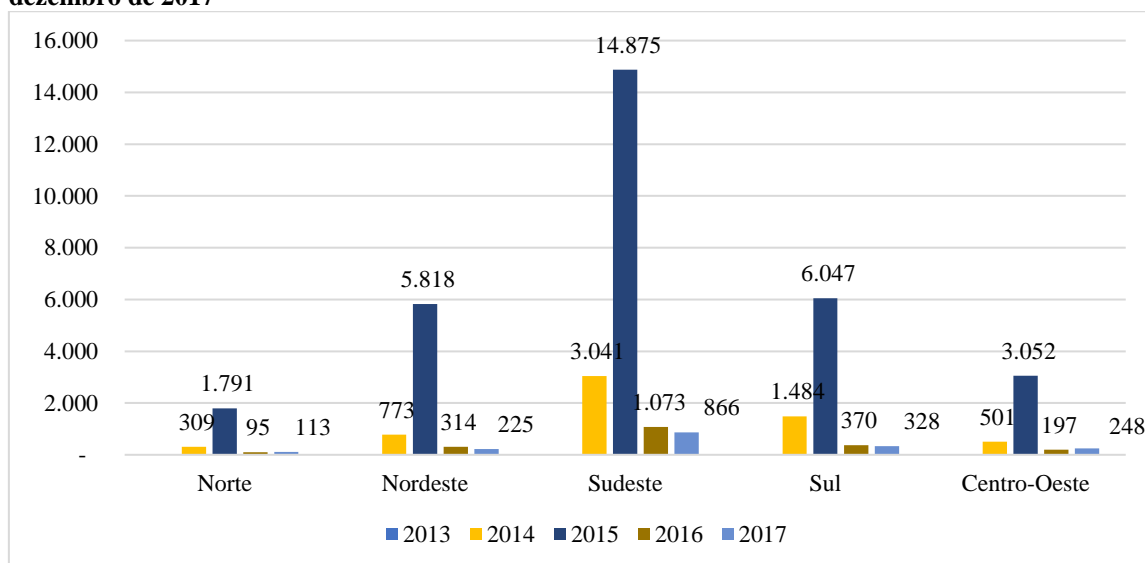
- 1) As informações referem-se à entrada de empresas receptoras no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o Programa de Cultura do Trabalhador somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018.

Observa-se no Gráfico 7, a concentração na região do Sudeste ao longo do período analisado, com destaque para o ano de 2014, pelo maior número de trabalhadores cadastrados. O Gráfico 8, evidencia, além da tendência de queda no cadastro anual de trabalhadores e de empresas receptoras, os momentos distintos de maior número de cadastros. Enquanto o ano de maior cadastro de trabalhadores foi 2014, atingindo cerca de 366 mil inscritos, mais de 32 mil empresas receptoras concentraram suas inscrições em 2015. Evidencia-se uma reação das empresas receptoras, diante do resultado de 2014.

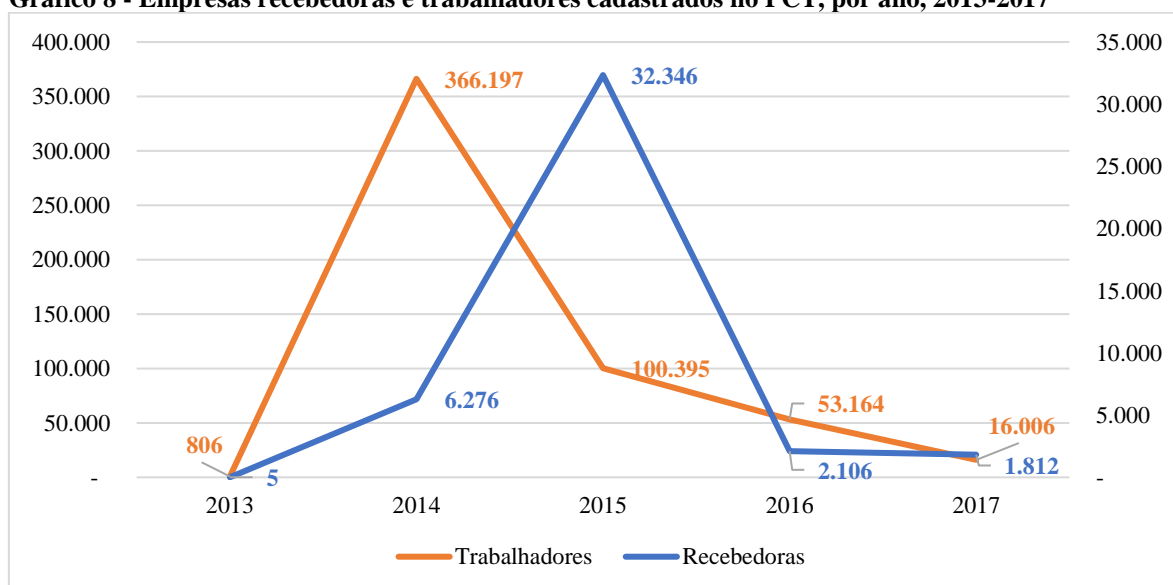
⁹¹ Do total de empresas receptoras cadastradas no Brasil, 2,4% referem-se aqueles cujas unidades federativas não foram identificadas, portanto, não foi possível classificá-las como sendo da capital ou do interior.

Gráfico 7 - Empresas receptoras cadastradas nas Regiões do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017



Fonte: Baseado em dados do SEFIC, 2018.

Gráfico 8 - Empresas receptoras e trabalhadores cadastrados no PCT, por ano, 2013-2017



Fonte: Baseado em dados do SEFIC, 2018.

Quanto aos dados da Região Sul do Brasil, na qual se insere a RCC, o Programa, obteve uma adesão de em torno de 8 mil empresas receptoras (Tabela 23), o que representa 19,3% do total no Brasil. Seguindo a tendência nacional, elas se encontram no interior (80,9%). O Rio Grande do Sul é o estado que concentra, na região do Sul, o maior número de empresas receptoras cadastrados (40,1%), conforme o Tabela 23 e o Gráfico 9.

Tabela 23 - Empresas receptoras cadastradas no Programa VC, no Brasil, na Região Sul e nas respectivas Unidades da Federação, de setembro de 2013 a dezembro de 2017

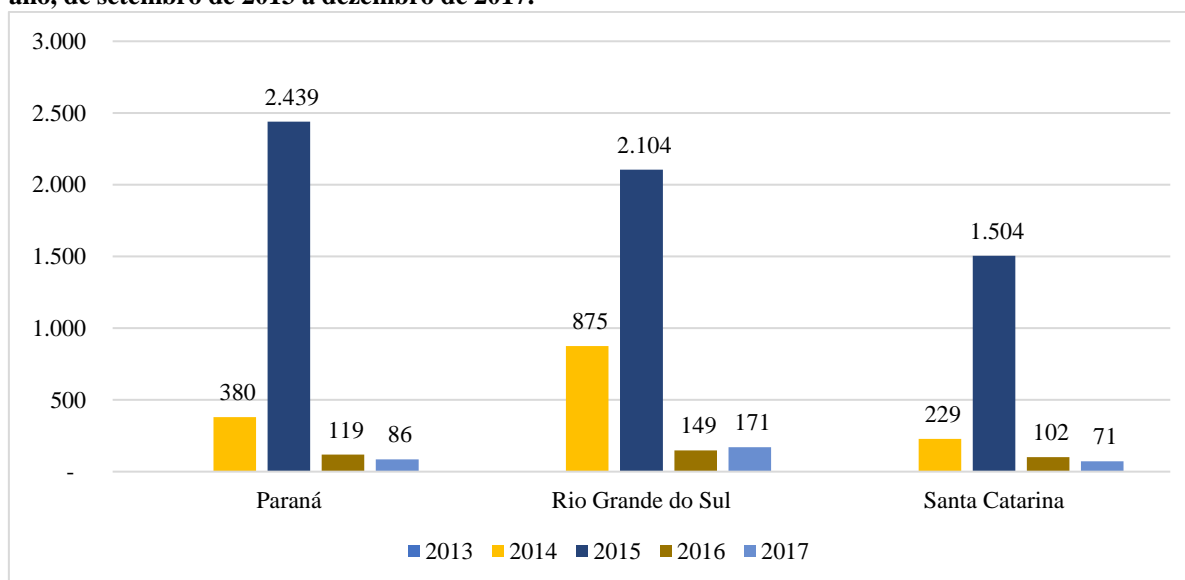
País, Região Sul e Unidade da Federação	Empresas Receptoras									
	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017				
						Total	Capital	%	Interior	%
Brasil	5	6.276	32.346	2.106	1.812	42.545	12.399	29,1	29.126	68,5
Sul	2	1.484	6.047	370	328	8.231	1.576	19,1	6.655	80,9
Paraná	2	380	2.439	119	86	3.026	779	25,7	2.247	74,3
Rio Grande do Sul		875	2.104	149	171	3.299	608	18,4	2.691	81,6
Santa Catarina		229	1.504	102	71	1.906	189	9,9	1.717	90,1

Notas:

- 1) As informações referem-se à entrada de empresas receptoras no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o Programa de Cultura do Trabalhador somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018

Gráfico 9 - Empresas receptoras cadastradas nas Unidades da Federação da Região Sul do Brasil, por ano, de setembro de 2013 a dezembro de 2017.



Fonte: SEFIC, 2018.

No Brasil, há um total de 40 empresas cadastradas como operadoras do Cartão VC (Apêndice F), sendo que destas, 16 já emitiram o cartão (Tabela 24), de acordo com SEFIC (2018). Essas operadoras intermediaram as relações de compra de bens e de serviços culturais, entre os usuários (trabalhadores) e as empresas receptoras.

Tabela 24 - Número de Operadoras do Cartão VC no Brasil

UF	Operadoras	
	Total	Emitiram Cartão
Ceará	1	0
Distrito Federal	6	1
Espírito Santo	1	0
Goiás	1	0
Minas Gerais	6	2
Mato Grosso do Sul	1	0
Pará	1	0
Paraná	3	1
Rio Grande do Sul	3	2
Santa Catarina	3	1
São Paulo	11	5
Sem identificação	5	4
	Total	16

Fonte: SEFIC, 2018.

Sobre o consumo de bens e serviços culturais, destacam-se a Região do Sudeste, com 55,2% do consumo total, seguida da Região Sul, com 16%. Ainda, observa-se que o maior volume de consumo ocorreu em 2015, ano em que foi realizada uma das campanhas publicitárias (Apêndice A), e em 2016, período que representou 68,8% do total de consumido no Brasil, no período de 2013-2017, conforme a Tabela 25.

Os valores referentes ao consumo de 2017 são inferiores aos de 2014, o que evidencia uma tendência de recuo do Programa. Esse movimento, em grande medida, pode ter sido causado pela “desistência” das empresas beneficiárias já cadastradas, devido ao prazo previsto na Lei, para o uso do direito de dedução do imposto devido. Para resolver essa questão, foi tramitado o projeto de Lei que define novo prazo até o exercício de 2021, ano-calendário de 2020, arquivado devido ao término do mandato da deputada proponente.

Tabela 25 - Valor total anual do consumo no Vale Cultura no Brasil e Regiões- 2013-2017

País, Região	2013	2014	2015	2016	2017	Total	%
Brasil	218,70	77.346.595,63	166.003.449,93	148.395.158,59	65.223.606,96	456.969.029,81	100,0
Centro Oeste	-	3.584.688,45	13.282.753,99	10.746.383,92	7.040.644,48	34.654.470,84	7,6
Nordeste	-	8.692.386,13	20.439.900,54	18.939.186,80	9.718.831,41	57.790.304,88	12,6
Norte	-	6.377.571,10	10.841.538,81	8.429.918,78	2.000.159,70	27.649.188,39	6,1
Sudeste	159,50	46.431.808,32	93.185.530,74	82.617.504,44	30.221.951,89	252.456.954,89	55,2
Sul	59,20	10.537.465,57	24.427.187,77	23.826.125,41	14.541.192,31	73.332.030,26	16,0
Não Inf.	-	1.722.676,06	3.826.538,08	3.836.039,24	1.700.827,17	11.086.080,55	2,4

Fonte: SEFIC, 2018.

Com relação ao consumo na Região Sul, destaca-se o Rio Grande do Sul com o maior volume de consumo (43,9%), seguido do estado do Paraná (35,85), conforme a Tabela 26.

Tabela 26 - Valor total anual do consumo no Vale Cultura no Brasil, Região Sul e Unidades Federativas, 2013-2017

País, Região, UF	2013	2014	2015	2016	2017	Total	%
Brasil	218,70	77.346.595,63	166.003.449,93	148.395.158,59	65.223.606,96	456.969.029,81	
Sul	59,20	10.537.465,57	24.427.187,77	23.826.125,41	14.541.192,31	73.332.030,26	100,0
PR	59,20	4.196.864,07	8.995.472,55	8.664.950,33	4.396.200,20	26.253.546,35	35,8
RS	-	4.348.509,98	10.593.255,01	10.263.424,54	6.961.366,08	32.166.555,61	43,9
SC	-	1.992.091,52	4.838.460,21	4.897.750,54	3.183.626,03	14.911.928,30	20,3

Fonte: SEFIC, 2018.

Ao analisar o consumo de acordo com as Classes das atividades econômicas, autorizadas pelo Programa VC, destaca-se a concentração deste, em dois segmentos: o comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios (no Brasil representou 66,6% do consumo total, na Região Sul, 71,7% e no Rio Grande do Sul, 71,2%); e, na sequência, o aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares (no Brasil representou 24,1% do consumo total, na Região Sul, 20,2% e no Rio Grande do Sul, 16,9%), conforme a Tabela 27.

Tabela 27 - Valor total de consumo no Vale Cultura agregados por CNAE, Brasil, Região Sul e RS - 2013-2017

IN ¹	Classes de atividades econômicas - VC		2013-2017					
			Brasil		Região Sul		RS	
	Cód.	Descrição CNAE	Reais (R\$)	%	Reais (R\$)	%	Reais (R\$)	%
IN n° 02, de 4 de setembro de 2013	4761-0	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria	12.711.526,91	2,782	839.989,75	1,145	499.320,85	1,552
	4762-8	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	13.863.564,66	3,034	1.916.271,18	2,613	759.439,63	2,361
	4756-3	Comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios	304.466.759,19	66,627	52.581.573,17	71,703	22.922.653,43	71,262
	5914-6	Atividades de exibição cinematográfica	7.817.549,20	1,711	2.534.532,99	3,456	2.174.260,22	6,759
	7722-5	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	110.523.309,87	24,186	14.829.816,45	20,223	5.437.150,88	16,903
	9001-9	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	20.086,41	0,004	-	-	-	-
	9002-7	Criação artística	1.995.150,92	0,437	392.179,40	0,535	208.592,85	0,648
IN n° 2, de 2 de outubro de 2014	9003-5	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	1.617.594,01	0,354	40.370,54	0,055	6.777,53	0,021
	9101-5	Atividades de bibliotecas e arquivos	2.838,01	0,001	-	-	-	-
	9493-6	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	-	-	-	-	-	-
	8592-9	Ensino de arte e cultura	134.128,44	0,029	31.600,21	0,043	18.483,46	0,057
	9102-3	Museus, restaurações, prédios históricos	3.085.102,61	0,675	21.231,76	0,029	5.858,00	0,018
	6319-4/00	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	6.416,00	0,001	-	-	-	-
IN n° 2, de 2 de outubro de 2014	7990-2/00	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente ¹	462.908,43	0,101	15.755,27	0,021	15.755,27	0,049
	4713-0/01	Lojas departamento ou magazine	537,00	0,000	-	-	-	-
	8411-6/00	Administração pública em geral	57.262,85	0,013	8.193,05	0,011	670,00	0,002
	8412-4/00	Regulação das atividades de saúde, educação, serviços culturais e outros serviços sociais	204.295,30	0,045	120.516,49	0,164	117.593,49	0,366
		Total	456.969.029,81	100,0	73.332.030,26	100,0	32.166.555,61	100,0

Fonte: SEFIC, 2018.

Além desses dois segmentos que, juntos representam a maioria do consumo a partir do

VC (no Brasil, representam 90,8%), o bloco que se refere aos serviços comerciais, é complementado pelos que seguem: comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas (no Brasil, com 3,0%); comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria (no Brasil, com 2,7%); atividades de exibição cinematográfica (no Brasil, com 1,7%). Esse movimento é percebido praticamente da mesma forma na Região Sul e no Rio Grande do Sul, com exceção das atividades de exibição cinematográfica, que no Rio Grande do Sul, representou 6,7% do consumo total no período. Destaque para as classes inseridas pela Instrução Normativa 2, de 2 de outubro de 2014, cujo consumo representou somente 0,15% do total do Brasil, com um pequeno destaque para os serviços de reservas, e outros serviços de turismo não especificados anteriormente.

Quanto ao conjunto de classes de atividades econômicas formados pelos segmentos de: Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares; Criação artística; Gestão de espaços para artes cênicas, e outras atividades artísticas; Atividades de bibliotecas e arquivos; Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte; Ensino de arte e cultura; Museus, restaurações, prédios históricos, representaram, no seu conjunto, 1,5% do total consumido no Brasil no período (Tabela 27).

A partir da apresentação das características do Programa e da organização do aparato administrativo responsável pela sua implementação, considerando a sua totalidade em nível nacional, parte-se para, no capítulo 5, a análise do PCT – VC na RCC, na sua particularidade.

5 AS TRAMAS DO CONSUMO CULTURAL NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA: A MEDIAÇÃO DA INSTITUCIONALIDADE NA IMPLEMENTAÇÃO DO VALE-CULTURA

Sabemos que a luta através das mediações culturais não dá resultados imediatos nem espetaculares. Mas é a única garantia de que não vamos passar do simulacro da hegemonia para o simulacro da democracia: evitar que uma dominação derrotada ressurgja nos hábitos cúmplices que a hegemonia instalou em nosso modo de pensar e de nos relacionarmos.

N. Garcia Canclini

Neste capítulo, são trabalhados dois objetivos específicos da tese: analisar a implementação do VC, enquanto política pública redistributiva de cultura, na RCC; e compreender o consumo cultural do VC pelos trabalhadores da RCC, observando especialmente a mediação da Institucionalidade, com vistas a alcançar o objetivo geral.

Para tanto, entende-se que o VC é, por si só, um bem, pois é resultado de um processo, sobretudo localizado no eixo política-cultura (do centro do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura), como também uma dimensão comunicativa (pois a política tem que ser comunicada, além do que comunicação e cultura estão imbricadas). O VC é a síntese de vários processos culturais, porque nele estão embutidos matrizes, modos de produção de bens e serviços culturais (determinados pela lei), e modos de recepção/consumo já existentes, históricos, que foram levados em conta para a formação desta política, que se materializa no VC em si (cartão com valor pré-determinado disponível). Portanto, o VC é um bem de processos culturais e políticos, e o cartão é um produto material, sendo o meio de acesso aos bens e serviços culturais possíveis de serem consumidos, previstos pelo Programa (Quadros 7, 8 e 9, da seção 4.2.1), assumindo-se que, estando o mesmo inserido no contexto das mediações, torna-se o centro desta investigação, uma vez que

[...] mais do que objetos de políticas, a comunicação e a cultura constituem hoje um campo primordial de batalha política: o estratégico cenário que exige que a política recupere sua dimensão simbólica – sua capacidade de representar o vínculo entre os cidadãos, o sentimento de pertencer a uma comunidade – para enfrentar a erosão da ordem coletiva. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 15).

O consumo foi avaliado a partir da adesão ao uso do próprio Cartão VC, e dos bens e serviços consumidos em decorrência do primeiro, sem perder de vista que, o consumo analisado decorre de uma política pública, que resulta em um programa de acesso à cultura para o trabalhador, partindo de uma matriz cultural, representada pelo recorte espacial da RCC. Assim,

entende-se que o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura (1998), é composto por mediações que se complementam e que a comunicação, a cultura e a política são elementos transversais, seja para o processo de produção ou de recepção (considerando, nesse caso, a perspectiva de analisar o movimento sincrônico entre as LP e as CR ou consumo).

Neste estudo, as MC constituem-se a partir da própria organização política, econômica e cultural da RCC, cuja origem está relacionada à RC. Considerando-se a possibilidade de implementação do VC na RCC, enquanto fator potencial de estabelecer mudanças nas relações entre o Estado, as organizações envolvidas (empresas receptoras, empresas operadoras e empresas beneficiárias) e os trabalhadores, buscou-se evidenciar as percepções acerca do movimento em torno do desenvolvimento da região, da concepção de cultura e do papel das políticas públicas de estímulo ao consumo cultural.

A análise contemplou as LP de produção no processo de implementação do VC na RCC, foi encaminhada considerando as proposições de Martín-Barbero (2003), associadas à proposta de análise de implementação de política pública de Lima e D'ascenzi (2013), conforme segue:

- 1) A estrutura empresarial (MARTÍN-BARBERO, 2003), com as características do Programa Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura, ou seja, os objetivos definidos; os atores envolvidos e seus papéis; o fluxo da alocação de recursos; formas de divulgação e convencimento utilizadas para gerar conformidade com o PCT – VC (LIMA; D'ASCENZI, 2013);
- 2) Na competência de comunicação, ou seja, a construção de públicos (MARTÍN-BARBERO, 2003), com a organização do aparato administrativo responsável pela implementação, a disponibilidade e qualidade dos recursos humanos e materiais; a estrutura e a dinâmica das regras organizacionais (formais e informais); fluxo e disponibilização de informações (MARTÍN-BARBERO, 2003);
- 3) Na competitividade tecnológica (MARTÍN-BARBERO, 2003), um dos elementos do funcionamento das Lógicas de Produção, remete aos usos da Tecnicidade. Determina a capacidade de inovar, no longo prazo dos Formatos Industriais, ou seja, “[...] a tecnicidade é menos assunto de aparatos do que de operadores perceptivos e destrezas discursivas (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 18). Para Ronsini, a Tecnicidade

[...] nos remete à construção de novas práticas através das diferentes linguagens midiáticas. Pensar em termos de tecnicidade significa um esforço em compreender a complexidade dos discursos (das relações de poder e do contexto histórico que os constituem). Além disso, a tecnicidade aponta para os modos como a tecnologia vai moldar a cultura e as práticas sociais. (2010, p. 9).

A mediação da Institucionalidade, ou seja, as relações entre as MC e as LP foram privilegiadas, tendo em vista o fato de o PCT-VC, na sua origem, apresentar uma proposta inovadora e inédita de estímulo ao consumo cultural, com tendências a provocar tensões entre as relações de poder estabelecidas, uma vez que sua proposta vinha ao encontro de uma proposição de fortalecimento da cidadania, por meio da democratização do acesso à cultura.

Apesar de na origem, o próprio Estado apresentar e aprovar o PCT-VC como um elemento de transformação da ordem estabelecida, ou seja, rompe com a série histórica de políticas de estímulo à produção cultural, algumas organizações representantes de trabalhadores, mesmo que poucas, assumem o papel de reivindicadoras e de defesa dos direitos de acesso a serviços e bens culturais (por exemplo, os representantes dos trabalhadores bancários), e outros passaram a reivindicar o mesmo direito, não previsto em lei (como o funcionalismo público, com destaque aos professores).

Considerando o *locus* da investigação, a RCC, e o seu objetivo, acrescentam-se a dinâmica e as tensões do próprio território, no caso, as relações entre o Estado e as diferentes organizações orientadas pelo propósito de constituir os elementos necessários e suficientes para a promoção do desenvolvimento regional. Portanto, a mediação da Institucionalidade assume centralidade na discussão desta tese, na medida em que afeta a regulação de discursos de diferentes grupos sociais. No caso do PCT-VC, o Estado, as empresas receptoras, as empresas beneficiárias, as empresas operadoras, os trabalhadores e as organizações em defesa de seus interesses e do desenvolvimento da região.

Sob a perspectiva da avaliação de políticas públicas, esta análise aproxima-se da avaliação formativa ou intermediária, na medida em que se propõe a compreender o consumo cultural por meio das mediações, enquanto movimento de obtenção de mais conhecimento e como forma de aprendizagem para contribuir com o próprio Programa, e para ampliar o arcabouço teórico acerca desse processo.

5.1 Pelos pagos do Pampa: O Programa de Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura enquanto circuito cultural regional

A seguir, apresenta-se uma análise da implementação do PCT-VC do VC na RCC, a partir do seu circuito produtivo, guiado pela proposta metodológica de Jesús Martín-Barbero, o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura. Além dos documentos utilizados para a análise, principalmente quantitativa, sobre os resultados que o Programa alcançou no período de 2013-2017, também são consideradas nessa seção, as matérias jornalísticas veiculadas na RCC

durante esse período, bem como as entrevistas com os atores envolvidos em ações culturais, e os questionários aplicados junto aos trabalhadores que, em algum momento, aderiram ao VC.

5.1.1 Matrizes culturais

Enquanto ponto de chegada para este estudo, os autores estudados, tais como Johnson (1999), Williams (2011a e 2011b), Canclini (1983, 2010), Hall (2000, 2003, 2006), Ortiz (2007, 2012), Coelho (1997), apontam para questões como identidade, hibridização e cultura de fronteira como concepções que consideram o movimento da cultura (e de sua concepção) numa direção democrática. Nessa perspectiva, o conceito de cultura torna-se abrangente e, portanto, abraça todas as manifestações culturais (erudita, popular, massiva), incluindo as possibilidades (re)constituição. Assim, os EC tratam a cultura como associada às práticas sociais, às manifestações artísticas e intelectuais, e à produção de sentidos.

Reconhecer a RCC e compreender seu contexto socio-histórico, foi um dos objetivos trabalhados até aqui. Compreender o território, significou ir a busca das inúmeras formas de apropriação do seu espaço, em diferentes tempos (HAESBAERT, 2002), e observar as relações de troca entre a RCC, enquanto particularidade, e a totalidade (BENKO, 1999). Observando-se a existência de um processo de construção de uma identidade a partir da diversidade (LIMONAD, 2004), formada por indígenas, portugueses, espanhóis, negros, alemães, italianos, entre outros, forjada pelo uso dado ao território, e a sua construção está ligada à ação social (BONNAL; CAZELLA; DELGADO, 2012) de todos os envolvidos nesse processo, desde a sua origem, em cada batalha ou em cada decisão sobre o caminho político e econômico a seguir, tendo a cultura como mediador das relações sociais.

Ao questionar sobre o que define a RCC, um representante do setor cultural da região manifesta o que segue:

[...] é o Bioma Pampa, todo, a paisagem, toda a ecologia, a fauna a flora, as espécies e nós mesmos que somos a espécie que habita esse Pampa, essa Pampa gaúcho, acho que é isso o que nos diferencia diretamente, assim, enquanto sul do Brasil. [...] é o Pampa que nos define: pelo jeito de ser, cultura, por tudo, o modo de vida, eu acho que é. (E6-CPoC⁹²).

⁹² A forma adotada para identificar os entrevistados é por meio do uso da letra “E” e de algarismos, representando o número da entrevista realizada, seguida de letras que representam o cargo e o segmento que os mesmos atuam, conforme Quadro 1, apresentado na Introdução.

As manifestações sobre a produção cultural da região, podem ser resumidas na seguinte afirmação:

Existe uma diversidade cultural aqui, existem indígenas, existem pessoas que trabalham com cerâmica, existem pessoas que cantam, e dentro da música muitos gêneros, existem pessoas que pintam, existem pessoas que escrevem poesias, existem pessoas que trabalham com a literatura, existem pessoas que trabalham com audiovisual, com cinema, existem pessoas que fazem mil coisas, existem pessoas do artesanato. (E6-CPoC).

Atualmente, na RCC, ainda persiste um forte sentimento de diferenciação identitária em relação ao Brasil, dadas as condições e as características do território, conforme segue:

Acho que nós temos uma cultura própria, diferenciada do resto do Rio Grande do Sul, o próprio estado é multifacetado. [...] Os portugueses no litoral, os italianos na serra, e aqui na RC é uma cultura totalmente diferente. Onde tem o gaúcho autêntico. Que é o mesmo gaúcho do Uruguai, o mesmo gaúcho da Argentina, e na verdade a cultura daqui está muito mais próxima dos *hermanos* do que do resto do Brasil. Eu sempre digo que nós nos defendemos tanto, né? Cuidamos tanto das nossas fronteiras, cuidando os nossos *hermanos*, os uruguaios, argentinos, e hoje em dia nos assemelhamos totalmente a eles. (E7 – GCC).

Acho que nós temos duas características essenciais na RC, principalmente que a maior parte dela, ou a maior parte dela, tem a ver com as lutas de fronteira. Eu acho que essa cultura de formação de um tipo – que é o gaúcho, aqui – por várias ocorrências que tiveram ao longo da história, isso os municípios não entenderam ainda. Eles se agregam em CTGs, mas não entenderam o que isso significa pra história. Parece que a agora o Exército Nacional tá começando a entender isso aí, que são essas lutas e essas batalhas de fronteira, isso é uma característica. E a outra característica essencial é que nós somos o Pampa, único no mundo. [...] Essa característica que nós temos em relação a lidar com a terra, à nossa biodiversidade, a questão da fauna e flora. (E8 – PrC/APM).

Há limites quanto à convergência dessa diversidade de produção cultural em relação ao movimento para transformar suas iniciativas em um programa de diferentes coletivos, ou seja, conforme manifestação “[...] dentro dessa diversidade cultural, quando a gente fala em desenvolvimento, eu acho que falta um pouco o diálogo entre a própria diversidade cultural” (E6-CPoC). Essa ausência de diálogo reflete-se na constituição dos planos estratégicos das associações ou consórcios reunidos pelo desenvolvimento da RCC que focam ações no turismo, porém, sem apresentar a intenção de reunir os diferentes coletivos que representam as manifestações culturais da região. São esses coletivos que reúnem o potencial criativo e transformador da região.

Assim, a RCC é localizada em uma área de Fronteira, e a cultura fronteira é compreendida como “[...] um valor” (E8 – PrC/APM), pois além do Bioma Pampa “[...] falamos do cara que foi forjado aqui, junto com a Argentina e o Uruguai” (E8 – PrC/APM), ou seja, há

uma constituição de identidade a partir de diferentes origens e que oportuniza movimentos de troca e de novas identificações.

Somam-se a essas reflexões, as perspectivas de Haesbaert (2002) sobre os territórios simbólicos, e de Pecqueur (2009) sobre territórios criativos, ao reafirmarem a variável cultura, seja na dimensão simbólica e na possibilidade de interação para a constituição de uma identidade única, seja na representação de um contexto econômico e produtivo, respectivamente. Não se pode deixar de ressaltar, que os produtos decorrentes das articulações e relações sociais estabelecidas no território, como sendo resultado das manifestações culturais. A constituição de diferentes associações em prol do desenvolvimento regional parte de suas realidades, do seu cotidiano e das mediações que estabelecem as relações e tornam viável o seu surgimento e posterior implementação.

No contexto regional, observa-se a preocupação dos envolvidos com a cultura, com a preservação de patrimônios relacionados ao contexto social (povoamento pela ocupação extensiva de terras com o propósito de promover a segurança nacional, colonização), ao sistema produtivo (prédios/arquitetura, fazendas, etc.) e ao contexto histórico (locais e datas históricas relacionadas ao Brasil, ao Rio Grande do Sul e a própria região), incluindo as manifestações populares, e os espaços necessários para as suas expressões e manifestações culturais.

O poder presente nas relações sociais, primeiro no sentido de garantir a segurança do território brasileiro, a partir das relações dos grupos sociais da época, seguido da organização econômica, fortemente organizada a partir da pecuária pelo argumento da posse da terra e das diferentes possibilidades de diversificação, que a RCC enquanto território, articulou ao longo de sua constituição histórica. A diversidade cultural presente na região ou a sua constituição híbrida, confere a RCC um espaço de constantes manifestações de diferentes origens, que determinam a presença de fronteiras móveis, desde a sua constituição. No entanto, há manifestações sobre o próprio reconhecimento desse lugar que ocupa o sujeito da RCC, ou seja,

[...] uma própria questão de educação do próprio povo que habita o Pampa se enxergar como um povo que habita o Pampa e se valorizar por isso. Eu não estou dizendo que isso é geral, que não há uma valorização, há uma valorização. Mas há também uma falta de compreensão de si mesmo, de culturalmente o povo se enxergar geograficamente: onde é que ele habita, o que ele é, o que ele faz a partir do local que ele vive? [...] É uma educação cidadã mesmo, é um trabalho de educação para a cidadania, acho que essa é a palavra perfeita mesmo. (E6 – CPoC).

A compreensão de que o que define a cultura e a identidade cultural, refere-se às práticas do cotidiano e não de uma construção, pautada em “um gaúcho fantasiado que se veste com bota, com bombacha, com chapéu, com lenço e com regras, que ele apresenta um modelo do

gaúcho [...]” (E6 – CPoC). Portanto, é no conjunto de diferentes cotidianos, de práticas sociais de populações de variadas origens, que se passa a constituir processos de identificação, ou seja, os locais de representação da cultura, seja ela mais ou menos original, também a constroem ou a reforçam.

Na RCC observa-se a existência de certo estranhamento na relação entre o popular e o erudito. A ênfase no reforço a preservação de elementos da arquitetura espanhola e portuguesa, o saudosismo em relação à época em que Bagé, centro comercial e de serviços da RCC, recebia grandes espetáculos e artistas renomados, além de ter sido berço de artistas (tais como o Grupo de Bagé) representantes da cultura erudita e que agora é referida como espaço de passagem, pois não acontecem mais eventos expressivos. Por outro lado, não se observa o diálogo entre as instituições, destacado por um dos entrevistados: “Não há diálogo. Estamos tão perto. E sempre tem essa desculpa: estamos longe de tudo. Acho que não estamos longe de tudo, estamos longe de nós mesmos (E8 – PrC/APM)”.

Assim, percebe-se um afastamento entre as próprias instituições, como é caso de onde existem três instituições culturais, a biblioteca, o museu e o observatório, que poucas vezes realizam ações orientadas para o acesso a bens e serviços culturais de forma conjunta e orientada. A própria ocupação dos espaços institucionais tradicionais, como um museu, por expressões populares, é destacada como um fato inédito pelos resultados de públicos alcançados. Por exemplo, a realização de um evento sobre os cultos afro-brasileiros, que oportunizou a presença de 120 pessoas no pátio do Museu Paulo Firpo, fundado no início dos anos 1960, foi considerado um fato inédito, pois na maioria das ações a participação máxima seria de em torno de 40 pessoas. Esse resultado é atribuído ao fato de que

[...] era uma coisa muito popular. Na verdade, era assim, não era um evento somente do museu, era um evento de uma escola. E eu acho que muitas vezes o que falta é isso: parcerias, não só do museu e evento, mas um evento que tenha uma ligação com uma escola, um evento que tenha uma ligação com um clube de serviço, um evento que tenha uma ligação com outras instituições da cidade, ou grupos [...]. (E4 – GMu).

Cabe registrar, que no município de Dom Pedrito encontra-se o Clube Recreativo e Cultural Rio-Grandense, sendo o mais antigo em funcionamento na cidade, fundado em 15 de maio de 1909, como uma alternativa encontrada pelos negros que não podiam frequentar clubes de brancos. Talvez, a realização do evento acerca do movimento afro-brasileiro tenha trazido novamente elementos necessários para a aproximação entre a cultura erudita e a popular, cujo distanciamento fora marcado, no início do século XX, pela necessidade de criação de uma instituição representativa de seus interesses.

A valorização das condições naturais e o esforço de destacar as “vantagens” sociais e culturais forjadas pela tradição, em relação aos brasileiros, impondo limites e distanciamento a partir da construção da imagem identitária do gaúcho. Nela perdem-se as referências particulares, tais como os costumes e hábitos dos Pampas característicos de diferentes origens. Sobre essa perspectiva, conforme a percepção de um dos entrevistados na RCC:

Outra coisa que vem na minha cabeça quando a gente fala em desenvolvimento social/econômico [...] é que sempre tem que existir um entendimento entre coletivos, sejam de artes, de cultura, de economia, enfim, coletivos de expressões e poder público. Porque quando a gente fala, por exemplo, em políticas públicas estabelecidas, o que é uma política pública estabelecida? É algo que um coletivo, que a sociedade está fazendo? Ou é algo que o poder público diz que é? Ou é um comum acordo entre ambas as partes? Então, eu não vejo desenvolvimento sem diálogo, tanto entre as próprias pessoas da sociedade civil e poder público e sociedade. Então, não consigo ver um desenvolvimento onde não haja um entendimento, assim, talvez aí a gente entre na questão política, que é uma questão equivocada, a política é exercida de uma maneira equivocada, ela não é de baixo pra cima, ela não é de um diálogo de um povo com os políticos, com o poder público, ela é uma coisa ditatorial. (E6 – CPoC).

Ainda, “[...] olhando para essa diversidade cultural, eu acho que tende a ter muito o estigma do gaúcho. E é uma coisa bonita, legal, que a gente valoriza, mas que é um estereótipo dentro da cabeça das pessoas” (E6 – CPoC). Contudo, abre-se a necessidade de uma reflexão a respeito, uma vez que

[...] quando a gente fala em desenvolvimento, eu acho que falta um pouco o diálogo entre a própria diversidade cultural. Porque essa coisa do gaúcho, da bombacha, do cavalo é lindo, mas esse estereótipo fica muito agarrado nisso, e eu acho que não há uma conversação, não há um diálogo entre a diversidade cultural. (E6 – CPoC).

O que se constata é a emergência do reconhecimento da multiplicidade de olhares acerca das identidades em construção, que estão presentes no imaginário e no cotidiano da RCC, apesar da manutenção da existência de uma identidade marcada pela perpetuação de um estereótipo que não representa, ou representa em parte, a realidade social. Esta, construída e (re)produzida ainda em manifestações culturais (literatura, música e artes plásticas) ou nos bancos escolares.

A compreensão sobre as possíveis identificações, que garantam a diversidade e a capacidade de construção de identificações “[...] para pensar um desenvolvimento, para destravar isso, eu acho que se existisse essa conversão, a dialogicidade, digamos assim, de coletivos dentro dessa diversidade, acho que poderia se pensar um pouco mais no desenvolvimento social (E6 – CPoC)”.

A diversidade marca a possibilidade de mistura, ou o híbrido, conforme segue

E esses imigrantes todos que vieram, espanhóis, *né?* E italianos, alemães, portugueses. Todos eles vieram, já, com uma base... diversidade ...Uma bagagem cultural e que se mesclou. Se misturou, vamos dizer, com o nativo, *né?* Com as pessoas daqui. E isso aí fez uma cultura, assim, mais interessante, porque as pessoas, elas começaram, vamos dizer, a ter outros pensamentos, a partir do momento em que houve essa mescla. As pessoas daqui viajavam. As pessoas iam *pra* Europa, elas traziam as informações de lá. E vieram, também, pessoas de fora, de outras regiões, e que trocavam experiências. (E7 – GCC).

A cultura fronteiriça é um valor do Pampa, *né?* O Pampa aqui tem muito a ver com isso, já que falamos em bioma e falamos do cara que foi forjado aqui, junto com a Argentina e o Uruguai, que é esse homem. (E8 – PrC/APM).

A RCC está localizada na Faixa de Fronteira, conectada com o Uruguai por meio da cidade de Aceguá, reconhecida como símbolo da cultura fronteiriça, “em Aceguá que tem a questão da cultura fronteiriça, também, que diferencia bastante, inclusive o idioma. [...] Esseportunhol que tem ali em Aceguá, que se estende até Bagé (E5 – GMu)”. Na Região percebe-se, na sua fala, a indefinição em relação processos de identificação, muitas vezes, associados a “perda de memória” e a busca constante de uma nova identificação, conforme segue.

No momento em que nós (RCC) perdemos todos os hábitos e costumes e tornamos isso, não como uma coisa que nos orgulhe, mas uma coisa que ficou no passado, por essa falta de memória, nós começamos a perder nossa identidade. Nós estamos passando por um processo de... Nós estamos no meio disso aí, dessa transformação, de abandonar o que é que é nosso em termos culturais, de abandonar o que é que é nosso em termos de identidade cultural, *pra* partir *pruma* nova não sei o quê. Uma coisa sem cara, sem “o que sou eu” [...] Nós não temos uma identidade. (E8 – PrC/APM).

É, e quando nós não temos que brigar por aquilo que somos, nós inventamos brigas, *né?* É um hábito nosso. Nós temos que ser contra alguma coisa, entendeu? (E8 – PrC/APM)

[...]

Ah, por que é que a gente briga tanto”, e eu digo “vou dizer por que é que a gente briga tanto, a gente foi colocado nesse local pra cuidar das fronteiras, o pessoal já vinha pra cá, ganhavam um pedaço de terra e já tinha que constituir um exército ali, porque iria brigar. (E8 – PrC/APM).

Ao acompanhar alguns fatos históricos, até mesmo recentes na RCC, surgem questionamentos sobre o movimento entre o passado, ou sobre como e por que se alimentar dele, conforme palavras de dois dos entrevistados:

Mas eu acho que se nós nos apropriarmos dessa questão cultural, etcetera, é que nós vamos evoluir muito, porque tu podes refletir sobre isso, *né?* Tu podes, nós não aceitamos o novo, nós não aceitamos o que vem de fora. Aceitamos, mas com resistência, *né?* Porque em mil oitocentos e setenta e um, quando começou aquela história de que iam ser libertos os escravos, etcetera, e que começaram a vir imigrantes, a primeira dupla de imigrantes que veio para Bagé, que montou uma fábrica de massas em Bagé, [...] um deles foi assassinado. Foi assassinado porque ele era um cara que veio de fora, ele queria dominar as coisas, ele queria mandar aqui, ele queria isso, ele queria ficar mais rico que nós, etcetera. Nós criamos boi e vaca, esse

cara vem pra cá pra fazer massa, pra fazer pão. Que é que ele tá pensando? Ele foi assassinado. (E8 – PrC/APM).

Eu acho que muita pouca gente, ou quase ninguém compreende ou valoriza a questão cultural na nossa região, acho que seria um fator diferencial, seria um fator importante para o desenvolvimento nosso e de valorização. E são coisas que eu não consigo entender, porque nós vivemos numa cidade extremamente cultural. Em tudo que é área nós temos um baita potencial de cultura, seja no meio artístico, seja no meio da escrita, da música, das artes plásticas, aonde tu imaginar nós temos gente que executa, que realiza um bom trabalho cultural, que tem um bom desenvolvimento. Mas a região não entende, o Bagé não entende isso, não valoriza, não prestigia, então, eu vejo que pouquíssima gente consegue captar o significado disso, ou para que significa tudo isso. (E9 – PER).

Portanto, é possível estabelecer uma relação entre o movimento em torno do desenvolvimento regional, com o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura de Martín-Barbero (2003), e considerar a Política, a Comunicação e a Cultura, acrescidas do Desenvolvimento Regional, como mediações da possibilidade ou não, de implementação de toda e qualquer política pública. Parte-se do pressuposto de que as Matrizes Culturais no território, a partir da mediação da Institucionalidade, estabelecem as relações necessárias e suficientes para a sua aceitação e sua implementação, ou não.

5.1.2 Lógicas de produção

No percurso percorrido até aqui, procurou-se manter a relação entre os fatos relacionados ao contexto socio-histórico brasileiro, inclusive, já iniciando uma aproximação com o tema das políticas públicas, sem perder de vista a reflexão teórica. Constata-se que a organização do SNC, no Brasil, evidencia as concepções de cada época e suas manifestações, principalmente associadas aos respectivos intelectuais (GRAMSCI, 1982), materializaram-se sob a forma de políticas públicas, ou até mesmo, pela ausência dessas. De uma perspectiva de cultura constituída a partir da tentativa de compreender o que identifica o brasileiro, principalmente após a abolição da escravatura e o início do processo de industrialização (mesmo que tardio), e portanto, a construção de uma identidade nacional passa a ser o centro das questões (ORTIZ, 2012) de terminados tempos da história brasileira.

É no período da ditadura brasileira (ORTIZ, 1988, 2012; RUBIM, 2007) e no processo de redemocratização (MARTÍN-BARBERO, 2003; ORTIZ 2012), que se evidencia a implementação de políticas de estímulo à organização de instituições e da produção cultural. Trata-se do período liberal e de mudanças em relação ao papel do governo, mais orientado para criar as condições para que a oferta de bens e serviços culturais viesse a ser ampliada. Nasce,

nesse período, a Lei Sarney (Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986), um marco para as políticas de estímulo à produção cultural.

O momento e o cenário que oportunizou a elaboração de uma política pública e a posterior implementação do PCT-VC é outro, uma vez que este emerge de um contexto de construção democrática de cultura, com a emergência da sociedade civil na busca pela constituição de espaços de participação e de defesa de seus direitos. Aliado a esse fenômeno, é fortalecido o movimento de reconhecimento da diversidade cultural (cultura democrática e cotidiana) e se projeta, em termos econômicos, a ascensão da cultura como um setor produtivo a ser considerado.

Portanto, o PCT-VC inaugura a formalização de políticas públicas orientadas prioritariamente para o consumo de bens e serviços culturais por parte de trabalhadores, considerando as dimensões simbólica, econômica e de cidadania. Nesse sentido, o VC é analisado sob a perspectiva da própria política pública, ou seja, o PCT, cujo promotor é o Estado, e sob a perspectiva das empresas beneficiárias, receptoras e operadoras, envolvidas diretamente na relação com o trabalhador, tanto do VC quanto dos bens e serviços consumidos a partir do uso deste. Decorrente do processo de tentativa de descentralização, mesmo que parcial, por meio do SNC, em 2005. A realização de fóruns, seminários e consultas, inclusive em nível municipal, oportunizou a criação do Plano Nacional de Cultura, cuja meta 26, refere-se especificamente ao PCT-VC, implementado nos Governos de Dilma Vana Rousseff (2011-2016) e de Michel Miguel Elias Temer Lulia (2016-2018).

Assim o VC, implementado em 2012, é o resultado da articulação e autoria de 63 deputados de 15 Partidos Políticos que representavam 21 Unidades Federativas. Dentre as principais definições do Programa destacam-se: 1) a delimitação dos bens e serviços passíveis de consumo; 2) o usuário do programa, ou seja, o trabalhador com salário de até 5 salários mínimos mensais; 3) a empresa operadora, ou seja, aquela que se responsabiliza por produzir fornecer o cartão VC; 4) a empresa receptora, ou aquela habilitada para receber o VC como forma de pagamento pela prestação de serviços ou venda de bens culturais; 5) a empresa beneficiária, ou seja, aquela que autoriza distribuir o cartão VC aos trabalhadores com vínculo empregatício optantes por receber o cartão; 6) o valor mensal do VC no limite de R\$ 50,00. Um dos limites do Programa, foi a definição do usuário, como trabalhador celetista não envolvendo os servidores públicos interessados.

Em 2014, houve um movimento no sentido de ampliar a lista de bens e serviços passíveis de serem adquiridos por meio do VC, inserindo, principalmente, uma relação daqueles adquiridos via Internet (*streaming* e *download*). Outro limite do Programa refere-se à previsão

de dedução de impostos pela pessoa jurídica beneficiária tributada, com base no lucro real, até o exercício de 2017, referente ano-calendário de 2016. Essa situação está em discussão por meio do Projeto de Lei PL 6233/2016, que estende o benefício até 2021, ano-calendário 2020. Enquanto resultados do Programa, os relatórios apontam para um desempenho insatisfatório, com a adesão de 9.373 empresas beneficiárias, 536.568 trabalhadores e 42.543 empresas receptoras, o que gerou um consumo de R\$65.223.606,96, no período de 2013 a 2017.

A estrutura e a organização do aparato administrativo responsável pela implementação estão fortemente centradas junto ao MinC. No decorrer do processo de implementação do VC, o trabalhador depende da estrutura de empresas beneficiárias, operadoras e de receptoras para, a partir de então, tomar a decisão de participar ou não do PCT. Ao decidir aderir ao PCT-VC, o trabalhador tem a sua disposição um recurso mensal, passível de ser acumulado, para acessar bens e serviços culturais, ou seja, dentro do circuito cultural, acessar a oferta regional ou optar por consumir fora da RCC, seja por meio de compras via Internet, ou de deslocamentos.

Sobre a RCC, constatou-se a existência de um forte apego e valorização das riquezas naturais, arquitetônicas e culturais, arraigadas aos sistemas produtivos da região. No âmbito da gestão pública, observa-se que as gestões municipais estão em processo de organização de suas secretarias, conselhos e a própria participação no SNC. Ainda, observa-se a existência de uma série de elementos que compõem os grupos de equipamentos culturais da região (considerando os grupos do Quadro 7). Além disso, observa-se a existência de uma participação no setor cultural, com destaque para o município de Bagé, (Mapa 13), e na participação das ocupações culturais, com destaque para os municípios de Bagé, Dom Pedrito e Lavras do Sul (Mapa 15).

Considerando a participação percentual nas classes criativas, os municípios de Bagé com 16,41%, seguido do município de Dom Pedrito, cujo índice é de 12,78%, e de Caçapava do Sul, com índice de 11,21%, destacam-se em relação aos demais (Tabela 9). Em relação à oferta de serviços e bens culturais (Quadros 15 e 16), constata-se a possibilidade e o potencial da RCC em ser uma referência, dada as possibilidades de aquisição que o PCT-VC oportunizou ao trabalhador e a classificação das empresas passíveis de se credenciarem como empresas receptoras, considerando as classes de atividades econômicas previstas (Quadros 17 e 18). A existência de infraestrutura de Internet e de empresas que viabilizam a sua operação, também é um elemento que oportuniza o acesso a bens e serviços disponibilizados pela Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014 (Quadro 18), apesar de haver uma maior dificuldade de acesso no meio rural.

Recupera-se, na análise das Lógicas de Produção, o Idecult da RCC, considerando que dentre as variáveis analisadas destacam-se o mercado de trabalho cultural e a presença de

equipamentos culturais (ARAÚJO; SILVA, 2010). Os municípios de Aceguá e Bagé, destacam-se na RCC por apresentarem o Idecult considerado como Alto, enquanto que os municípios de Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul apresentam Idecult Médio.

Seguindo a análise sobre as Lógicas de Produção, propôs-se a estudar as empresas receptoras do VC, sendo 68 cadastrados (produtores, comércio ou serviços culturais) junto ao MinC, bem como a sua competência comunicativa e a capacidade tecnológica. Sendo assim, parte-se do pressuposto de que o PCT, idealizado e formalizado em escala federal, mesmo que em articulação por meio das conferências municipais e a nacional, em termos da RCC, não foi apropriado pelo setor cultural da RCC, desde que autorizado pelo Programa, seja pelo setor privado ou pelo público. Trata-se, portanto, de uma política/programa que depende das relações entre os atores regionais, a partir de sua concepção sobre a cultura e o seu desenvolvimento, sendo que a proposta do VC, na sua origem, ultrapassa a perspectiva econômica da cultura, e inclui a dimensão da cidadania e simbólica, a partir do direito ao acesso à cultura.

Até o mês de dezembro de 2017, houve a adesão de 68 empresas receptoras na RCC (Tabela 28), concentradas no município de Bagé (67,6%), Caçapava do Sul (16,2%) e Dom Pedrito (13,2%). Os municípios de Aceguá e Hulha Negra não apresentaram empresas receptoras inscritas.

Tabela 28 - Empresas receptoras cadastradas no PCT-VC no Brasil, na Região Sul, no RS e na RCC, de setembro de 2013 a dezembro de 2017

País, Região, UF Estado, Corede, Municípios	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
Brasil	5	6.276	32.346	2.106	1.812	42.545
Região Sul	2	1.484	6.047	370	328	8.231
Rio Grande do Sul	-	875	2.104	149	171	3.299
RCC	0	23	41	3	1	68
Aceguá						0
Bagé		14	30	1	1	46
Caçapava do Sul		4	5	2		11
Candiota		1				1
Dom Pedrito		4	5			9
Hulha Negra						0
Lavras do Sul			1			1

Notas:

- 1) As informações referem-se à entrada de empresas receptoras no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o PCT somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018.

As empresas receptoras concentraram suas inscrições em 2015, período que coincidiu com a campanha publicitária (Apêndice A). Com relação ao número de empresas operadoras

cadastradas no Brasil, num total de 40, 16 emitiram o cartão VC e, no Rio Grande do Sul, um total de 03 empresas, sendo que 02 emitiram o cartão (Tabela 24).

O Programa, no período de setembro de 2013 até dezembro de 2017, atingiu a adesão de 2 empresas beneficiárias (Tabela 29), localizadas nos municípios de Bagé e de Candiota (2 dos 7 municípios). Apesar dos dados do Ministério apontarem para somente 02 empresas, na prática, empresas filiais, localizadas na RCC e cadastradas no Programa, disponibilizavam o VC para os trabalhadores da RCC interessados. Os bancos eram os principais exemplos dessa realidade, uma vez que, a partir de acordos coletivos de trabalho (dissídios), oportunizaram o acesso a grande parte dos trabalhadores da região.

Com a desistência das empresas beneficiárias, os trabalhadores passaram a não ter mais acesso ao programa. Destaca-se também, a exemplo do que acontece em todo o Brasil, o ano de 2014, como o período de inscrições de empresas beneficiárias na RCC. Portanto, no contexto da RCC, nenhuma empresa instalada somente na RCC aderiu ao PCT-VC, na condição de empresa beneficiária. Dentre as razões, é possível tensionar a histórica descontinuidade das políticas públicas relacionadas à cultura.

Destaca-se que o benefício fiscal, conforme o Art. 21 do Decreto nº 8.084, de 26 de Agosto de 2013, determinava o prazo do exercício de 2017, ano-calendário de 2016, para a dedução do valor despendido com o VC do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ, porém somente para a personalidade jurídica tributada com base no lucro real. Mesmo com o lançamento do PL 6233/2016, que propõe a extensão do benefício até 2021, ano-calendário 2020⁹³, não se percebeu credibilidade na proposição, conforme é evidenciada a baixa adesão de empresas beneficiárias, seja na RCC (Tabela 29) ou nas demais regiões do Brasil (Tabela 19).

Tabela 29 - Empresas beneficiárias cadastradas no PCT-VC, no Brasil e nas Regiões, de setembro de 2013 a dezembro de 2017

País, Região, UF, Corede e Municípios	Empresas Beneficiárias					
	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
Brasil	22	834	326	101	87	1370
Região Sul	9	169	69	26	18	291
Rio Grande do Sul	2	78	25	9	4	118
RCC	-	2	-	-	-	2
Bagé		1				1
Candiota		1				1

Notas:

- 1) As informações referem-se à entrada de beneficiárias no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o PCT somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018.

⁹³ Arquivado devido ao término do mandato da deputada.

Ao considerar as condições internas de organização das empresas, há a possibilidade de não possuírem equipe técnica para operacionalizar mais um processo (além do Vale-Refeição, Vale-Alimentação e Vale-Transporte) referente liberação do acesso dos trabalhadores ao VC, tornando-se mais um custo operacional, cujo benefício social poderia não estar claramente evidenciado para o empresário ou gestor.

Outra razão associada ao registro de empresas da RCC, na condição de beneficiárias, diz respeito à dificuldade em aderirem ao Programa por problemas de comunicação e de informação, inviabilizando o cadastro e operacionalização do VC. Essa situação é destacada pela empresa, ao tentar cadastrar-se na condição de beneficiária, conforme segue:

Eu mesmo tive procurando no Banrisul para cadastrar a minha empresa para oferecer isso aos funcionários, ninguém conseguiu me ajudar, eles não sabiam como é que procedia isso, porque um dos caminhos era esse: você tem que te cadastrar no Ministério da Cultura e depois tu pode procurar uma entidade que seria o Banrisul. [...] Não funcionou. Não funcionou, o pessoal não sabia, ficaram de dar retorno, eu cobrei duas, três vezes, morreu o assunto. Então, eu não conseguia implantar para os meus funcionários. [...] eu fui procurar, não consegui resultado. E o que eu percebo é que as demais empresas não sabem disso, não sabiam, não sabem. Não houve um, até houve uma divulgação, mas talvez não houve o entendimento do benefício que poderia ser isso. Sim, eu fui procurar, não consegui resultado. E o que eu percebo é que as demais empresas não sabem disso, não sabiam, não sabem. Não houve um, até houve uma divulgação, mas talvez não houve o entendimento do benefício que poderia ser isso. (E9 – PER).

Uma das questões relacionadas à tecnologia, que limitou o próprio uso do VC, foi o número de bandeiras das empresas operadoras, que não coincidiam entre as utilizadas pelas empresas beneficiárias e as das empresas receptoras. Esse fato tornou inviável o acesso dos trabalhadores aos bens e serviços oferecidos pelas empresas receptoras, conforme constatado:

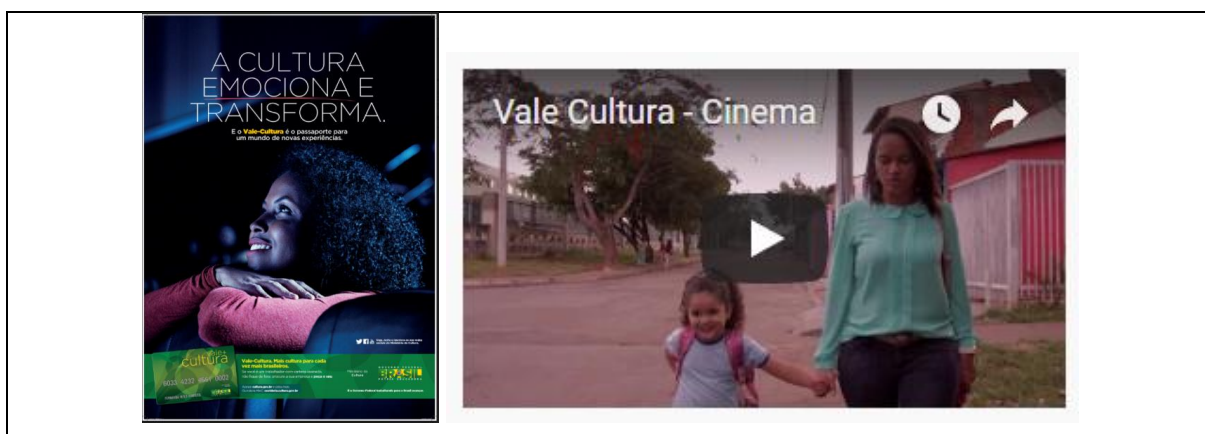
Teve um problema aí nesse meio, voltando na questão econômica, que o quê que eu acho que dificultou o uso, ou a adoção dos empresários do meio cultural para receberem o VC. Cada instituição adotou uma bandeira, cada bandeira eu tenho que contratar com a empresa daquela bandeira uma máquina para aceitar o cartão, cuja mensalidade é altíssima, e o percentual era alto também, isso inviabiliza. Não é uma única máquina, ou uma única bandeira do VC, que eu acho que é isso o que deveria ser. Bom, "vamos lá botar bandeira Leb no VC", então só vai ser bandeira Leb e vai passar em tudo que é máquina. Exatamente. Então, o VC só passava na máquina do Banrisul, o do Itaú só passava na do Scielo, da CRM, um exemplo só na máquina da rede. Então, eu tenho que ter três máquinas, pagando mensalidades, que é de 60 a 150 reais, dependendo do teu faturamento. E é isso aí, o cara do cinema já não quer botar, o cara da banca de revista já não quer receber, isso dificultou, isso limitou as pessoas a ter. (E9 – PER).

Essa condição inviabilizava o uso do VC como possibilidade de operação financeira entre as empresas receptoras e os trabalhadores, considerando o custo de manutenção de um número grande de operadoras (e suas bandeiras). Dessa forma, em relação à competitividade

tecnológica (MARTÍN-BARBERO, 2003), o Cartão VC tornou-se, em função de suas variadas bandeiras, um elemento tecnológico que, se por um lado oportunizou o acesso aos bens ou serviços disponibilizados pelas empresas receptoras, por outro, foi um fator impeditivo dado as condições apresentadas. O próprio cartão é um veículo de informações e de comunicação, um elemento do funcionamento das LP que não oportunizou a inovação na sua plenitude, sendo que em alguns momentos foi fator impeditivo para a constituição de novas práticas sociais de trabalhadores da RCC, relacionadas à oferta de bens e serviços culturais.

Em relação ao processo de comunicação, foram realizadas duas campanhas publicitárias de divulgação do VC. A campanha de 2015, conforme a Figura 9, formada por material adesivo, cartazes (cinema, circo e livrarias), vídeos (teatro, música e cinema) e cartilhas (para as empresas beneficiárias que oportunizam o acesso dos trabalhadores ao VC; para as empresas receptoras do VC como forma de pagamento dos serviços ou bens comercializados; e uma orientada para todos, na qual são explicados o Programa e os passos necessários para a adesão).

Figura 9 - Parte da Campanha Publicitária VC, 2015 e 2017



Fonte: MinC, 2018c.

A campanha de 2017, basicamente, apresenta-se sob a forma de vídeos alusivos aos serviços de cinema, teatro e música. Os materiais desenvolvidos pelo MinC para as campanhas, encontram-se no Apêndice C, referente a 2015 e o Apêndice D, referente a 2017. O foco das campanhas é o mesmo, apesar da descontinuidade em relação à gestão do MinC, basicamente estimulando o trabalhador a ser usuário do VC. Em 2015, o tema dos cartazes foi “A cultura emociona e transforma”. Tanto em 2015, quanto em 2017, o tema dos vídeos foi “Vale-Cultura. Seu passaporte para um mundo de novas experiências” (Apêndices A e B).

Os jornais de abrangência regional, o Jornal Minuano e o Jornal Folha do Sul, ambos com sede no município de Bagé, veicularam no período o movimento das operadoras e das empresas receptoras do VC na região (Apêndice C). Os dois jornais veicularam um total de 08 matérias

sobre a implementação do VC (Quadro 23).

Quadro 24 - Matérias publicadas nos Jornais Minuano e Folha do Sul, entre novembro de 2013 e maio de 2016

Data	Jornal	Título da matéria
16/11/2013	Folha do Sul	Fuca propõe Vale-Cultura em Bagé
03/12/2013	Folha do Sul	Desinformação atrasa funcionamento do Vale-Cultura na cidade
28/02/2014	Folha do Sul	O Vale-Cultura ao alcance dos bageenses
04/09/2014	Folha do Sul	Em busca da efetivação do Vale-Cultura
20/06/2015	Folha do Sul	Problemas no número excessivo de operadoras atrapalha utilização do Vale-Cultura
08/08/2015	Jornal Minuano	Vale-Cultura pode ser ampliado para eventos
29/12/2015	Folha do Sul	Vale-Cultura completa três anos com baixa adesão
05/05/2016	Jornal Minuano	O trunfo da leitura

Fonte: Elaborado pela autora, com base no Apêndice C.

Apesar do movimento em torno da divulgação do VC, as ações não se mostraram efetivas na RCC.

Para os agentes culturais pra produção da própria cultura. Eu acho muito interessante. Quando cheguei aqui, também, eu cheguei a perguntar sobre essas questões do VC. As pessoas nem sabiam que existia.....As pessoas não fazem ideia que existe esse tipo de benefício. (E1 – SCT).

O VC precisa ser um pouco mais trabalhado e divulgado, hoje no Rio Grande do Sul eu arrisco a lhe dizer que 99% dos municípios e secretariado tudo, eles não têm uma informação sobre o VC e eles não sabem como funciona o VC. Isso cabe a quem? Isso cabe ao quê? Isso cabe à equipe do ministério junto com a equipe que hoje não tem mais e isso era muito forte no governo Lula e Dilma, o Rio Grande do Sul tinha um escritório regional do Ministério da Cultura, e trabalhava conosco toda essa situação. Nós levantávamos o telefone, nós éramos atendidos. Eu acho que agora não tem mais a representante aqui. A última que nós tivemos contato [...], ainda no governo Dilma, e após isso não teve mais, foi destituído. E eles davam tanta atenção aos municípios do estado do Rio Grande do Sul que eles vieram na nossa conferência, eles palestraram na nossa conferência. Se criou uma amizade muito grande na área da cultura dentro de todo o estado com o escritório regional do Rio Grande do Sul, que hoje, acredito, esteja desativado, mas eles trabalhavam muito essa... E com a dissolução, ou não terem nomeado ninguém, esse escritório, hoje, acredito que esteja fechado. Falta informações, e o VC no nosso estado não é bem utilizado porque falta divulgação, falta esclarecimento, nós mesmos não usamos. Até porque a gente não tem o aquém de como usar isso aí na sua totalidade e explorar bem ele. E também temos o cuidado dele não deixar cair na área da política. Porque se no momento que o VC, que ele veio para diversificar mais ainda e nos ajudar na cultura, ele cair na área do apadrinhamento político, ele vai perder totalmente a sua. [...] A falta de conhecimento e o processo de comunicação hoje é o que mais atrapalha. (E3 – ASCT).

Em setembro de 2014, aconteceu um movimento envolvendo o Prefeito Municipal de Bagé, o Secretário de Cultura e representante de uma empresa operadora do Cartão. Na ocasião, o Vereador Rafael Fuca lembrou que “[...] é dever do governo garantir a cultura como um direito essencial do ser humano, tão necessário quanto educação, saúde e demais áreas sociais” (FOLHA DO SUL, 2014), conforme Figura 4C, do Apêndice C.

Além dessa, as notícias veiculadas, foram de cunho explicativo sobre a operacionalização do Programa, e de manifestações quanto aos fatores que impediram o consumo de bens e serviços culturais, a partir de declarações dos representantes e funcionários das empresas receptoras. Um dos grandes pontos, é a falta de informação sobre a operacionalização do Programa. Outro ponto, é a elevada taxa de administração cobrada pela operadora dos estabelecimentos e empresas beneficiárias. Além disso, segundo os empreendedores da região, e credenciados como empresas receptoras, pode haver uma demora no credenciamento de empresas beneficiárias, pois depende do “[...] entendimento dos empresários quanto à importância do benefício” (FOLHA DO SUL, 2014). Os dados indicam o registro de somente 02 empresas beneficiárias na RCC, até o momento.

Desta forma, o empregado fica refém da “sensibilidade do patrão”, pois sua adesão depende da adesão da empresa na qual ele atua. Outro grande impedimento é o fato da existência de um número excessivo de operadoras e bandeiras dos cartões, o que acaba prejudicando, ou empresas operadoras cadastradas, o que inviabiliza o uso do Cartão pelas empresas receptoras.

No caso do VC, não está clara a expressão da existência de núcleo cultural positivo que deve ser compartilhado pelo maior número de pessoas (COELHO, 1997), porém há um claro posicionamento acerca dos setores culturais aceitos para o consumo dos trabalhadores.⁹⁴ Sobre os resultados acerca do consumo, considerando as classes de atividades econômicas culturais admitidas para habilitação das empresas receptoras, constata-se o baixo consumo nos setores que foram incluídos a partir de 2014, fato que pode evidenciar a falta de coerência em relação às demandas dos trabalhadores. Essa situação é referida por Coelho (1997), como um exemplo do quanto às demandas sociais são supostas, ou seja, são hipotéticas e resultados de uma análise subjetiva dos formuladores, do que identificadas de modo dialógico e não paternalista. Ou ainda, no caso do PCT-VC, uma pressão do mercado de oferta de bens e serviços associados ao consumo pela Internet.

Assim, apesar de o mesmo estar prioritariamente orientado para o consumo, no âmbito da organização de cadeias de produção cultural, estaria aberta a oportunidade, para a organização coletiva, em termos regionais, de diferentes segmentos, no sentido de promover a criação cultural e a manutenção de um ciclo produtivo, nele incluído o consumo, independente de um centro de difusão cultural, capaz de, no limite, orientar a apreciação/consumo. Esse fato é mais provável de ocorrer a partir da política pública de apoio a produção cultural, que possui no

⁹⁴ Conforme Instrução Normativa nº 02, de 4 de setembro de 2013 e Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014.

centro, o poder de aprovação do bem ou do serviço cultural e, nas empresas apoiadoras, os recursos necessários, de acordo com seus interesses sociais e mercadológicos.

Considerando-se os modos de uma política pública de cultura, sob o ponto de vista do seu objeto, constata-se que o VC pode assumir características daquelas denominadas como criacionistas que, de acordo com Coelho (1997), objetivam a promoção de novos valores e obras culturais, por meio da produção, distribuição e uso/consumo, sendo as culturas média (*midcult*), como o cinema, e superior ou de elite (*highcult*), como museus, dança e música de vanguarda. O VC em sua lista de possibilidades de oferta de consumo, oportuniza ao trabalhador o consumo ou acesso a bens culturais como artesanato, esculturas, espetáculos (circo, dança, musical e teatro), cinema, festas populares, cursos e equipamentos de artes visuais e musicais e aquisição de bens culturais (livros, música, vídeos) pela Internet. Ou seja, o Programa diversifica a oferta ao incluir diferentes possibilidades, porém, o conteúdo acessado ou consumido, depende do interesse do trabalhador, e da oferta disponível e ao alcance dele.

Quanto aos valores carregados pela política pública, Coelho (1997) os apresenta como orientados para o nacionalismo, para o pluralismo cultural ou para a globalização. Dentre esses, o VC apresenta-se mais próximo da política orientada ao pluralismo cultural, pois está aberto a manifestações de origens variadas, inclusive às formas culturais consideradas autóctones, sejam de extração popular ou erudita.

Quanto à política pública orientada pela globalização, segundo Coelho (1997), procura não defender a produção cultural nacional, ao abolir as fronteiras e os entraves burocráticos, com vistas a privilegiar a produção internacional ou supranacional. Um dos impedimentos é o cadastro de empresas receptoras, que deverá estar habilitada por meio da comprovação de exercício de atividade econômica admitida, para fins do VC, pelo MinC. No entanto, com relação aos bens culturais consumidos, por exemplo, nos cinemas, não há impedimento para o consumo da produção internacional nem para o nacional. Sendo assim, novamente, depende do interesse e da disponibilidade das empresas receptoras oferecerem ou não, tanto bens culturais globais, quanto os produzidos no contexto nacional ou regional.

5.1.3 Competências de recepção ou consumo cultural na RCC

O consumo cultural, abordado por Canclini (2008, 2010), Coelho (1997), Martín-Barbero (2003) e Silva, Araújo e Souza (2007), é compreendido como movimento em torno da aquisição de bens, mas também da formação de sentidos e do exercício de cidadania, capaz de promover mudanças a partir do acesso cultural. Constatam-se no Brasil, a partir dos estudos realizados, a

existência de limites e de diferenças consideráveis em relação ao consumo de diferentes classes e decorrentes da não acessibilidade, principalmente a equipamentos públicos e privados. Em relação ao consumo de bens culturais, decorrente da adesão ao VC, observaram-se quais são as principais práticas de consumo e como foram viabilizadas ou não pelo VC.

Para compreender o consumo cultural na RCC, fez-se necessário observar o movimento da adesão dos trabalhadores ao VC. A própria adesão voluntária ao uso Cartão VC, evidencia um movimento do trabalhador em busca de condições, ou de facilidades de acesso a bens ou serviços culturais. Apesar da baixa adesão das empresas beneficiárias localizadas na RCC (Tabela 29), houve a participação de um total de 638 trabalhadores cadastrados no PCT-VC, no período entre 2013 e 2017 (Tabela 30), associados a empresas cuja sede não estava localizada na Região. Os municípios de Bagé (55,8%), Candiota (18,8%) e Caçapava do Sul (12,2%), concentravam a maior parte dos trabalhadores que aderiram ao VC na Região.

Tabela 30 - Trabalhadores cadastrados no PCT-VC, no Brasil, na Região Sul, no RS e na RCC, de setembro de 2013 a dezembro de 2017

País, Região, UF, Corede e Municípios	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
Brasil	806	366.197	100.395	53.164	16.006	536.568
Região Sul	251	52.437	14.745	10.863	2.509	80.805
Rio Grande do Sul	48	22.842	4.734	7.734	1.194	36.552
RCC	0	528	50	46	14	638
Aceguá				3		3
Bagé		307	32	9	8	356
Caçapava do Sul		49	3	22	4	78
Candiota		112	6	1	1	120
Dom Pedrito		49	8			57
Hulha Negra		3				3
Lavras do Sul		8	1	11	1	21

Notas:

- 1) As informações referem-se à entrada de trabalhadores no ano.
- 2) Dados enviados pelas operadoras do programa até 09/01/2018.
- 3) Embora a Lei 12.761 tenha sido publicada em 2012, o PCT somente foi implementado em setembro de 2013, a partir da sua normatização.

Fonte: SEFIC, 2018.

Por meio da pesquisa⁹⁵ realizada junto aos trabalhadores⁹⁶ da RCC, constatou-se que a decisão do trabalhador em participar do PCT-VC, para 80,8% dos respondentes, tinha por

⁹⁵ Compreendeu-se ser necessário considerar a perspectiva do olhar do trabalhador sobre o VC, sendo que foi aplicado questionário (Apêndice E) e houve o retorno de 36 questionários de trabalhadores atuantes no ramo da mineração e de serviços bancários, nos municípios de Candiota e de Bagé.

⁹⁶ O perfil dos respondentes foi formado por 69,4% do sexo masculino e 30,6% feminino, sendo que a faixa etária é de 24 a 61 anos. Quanto ao estado civil, 69,4% é casado(a) e 25% solteiro(a). Quanto a escolaridade 55,6% possui ensino superior completo e destes, 19,4% tem pós-graduação completa ou incompleta. Com relação a renda ao município de residência, 88,9% dos respondentes residem em Bagé, 5,6% em Candiota (ambos os localizados na região de abrangência do Corede Campanha) e 5,6% em Pinheiro Machado (localizado na região de abrangência do Corede Sul).

objetivo ampliar o acesso a bens e serviços culturais, enquanto 15,4%, atribuíram ao fato de a empresa beneficiária ter orientado nesse sentido. Sobre a implementação do PCT-VC, o trabalhador percebe que o acesso ao mesmo contribui, primeiro, para o bem-estar do homem enquanto ser individual e coletivo, a partir do acesso a práticas culturais diversas, para 51,9% dos respondentes; segundo, amplia os mecanismos de participação social, formação, relação da cultura com a educação, promoção da livre expressão, salvaguarda do patrimônio e da memória cultural; e terceiro, para 37,0%, oportuniza identificar o lugar da cultura no novo cenário de desenvolvimento econômico socialmente justo e sustentável, a partir da possibilidade de gerar dividendos, produzir lucro, emprego e renda. Também, quarto, como estímulo à formação de cadeias produtivas, para 14,8%⁹⁷.

Dentre os problemas ou limites que influenciam na implementação do PCT-VC, 55,6% dos trabalhadores destacam a falta de informações para a adesão de um maior número de empresas ao Programa, 40,7% indicam a falta de empresas de bens ou serviços culturais que ofereçam a opção do uso do Cartão, e 18,5% apontam a falta de informações para a adesão de um maior número de trabalhadores ao Programa.

A partir da ação das empresas receptoras, associadas às empresas operadoras da RCC, foi oportunizada a venda de bens e serviços em aproximadamente R\$ 461,59 mil no período de 2013 a 2017, conforme Tabela 31. O consumo da RCC foi destacado pela fala de um dos entrevistados: “Aconteceu, para nossa surpresa aconteceu. Nós vimos empresas como os Correios, empresas como a CGTE, alguns bancos: Itaú, Bradesco, se eu não me engano, que incentivaram o VC. O Banrisul incentivou. E o pessoal consumiu” (E9 – PER).

Tabela 31 - Valor total anual do consumo no PCT-VC no RS, RCC e Municípios, 2013-2017

UF, Corede e Mun.	2013	2014	2015	2016	2017	Total	%
RS	-	4.348.509,98	10.593.255,01	10.263.424,54	6.961.366,08	32.166.555,61	
RCC	-	44.834,89	203.499,67	155.814,89	57.441,11	461.590,56	1,4
Bagé	-	41.469,34	167.569,46	128.513,73	38.443,86	375.996,39	81,5
Candiota	-	1.137,75	18.314,68	9.175,14	936,00	29.563,57	6,4
Dom Pedrito	-	2.227,80	17.615,53	18.126,02	18.061,25	56.030,60	12,1

Fonte: SEFIC, 2018

Ao considerar o número total de trabalhadores inscritos na RCC (638), e a possibilidade de gastos na ordem de R\$ 50,00 por mês, o potencial de receita anual para a região poderia ser da ordem de R\$ 382,8 mil, caso os trabalhadores tivessem o interesse de consumir os bens na própria região. Observa-se também, a concentração do consumo nos anos de 2015 e de 2016, que representou em torno de 77% do consumo total. A concentração do consumo ocorreu no

⁹⁷ Sem opinião formada foram 7,4% dos trabalhadores respondentes.

município de Bagé, em torno de 81% do total.

Com relação ao consumo, de acordo com as classes de atividades, observa-se na RCC a mesma tendência do restante do Brasil, ou seja, a maior parte do consumo está no setor de comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios, com 84,0% do consumo total (Tabela 32). No entanto, destaca-se o resultado em relação às atividades de exibição cinematográfica, que representaram 9,06% do consumo no período de 2013 a 2017, sendo maior que no Rio Grande do Sul (6,7%), na Região Sul (3,4%) e no Brasil (1,7%).

Os dados relacionados ao consumo do trabalhador da RCC indicam que, quanto às atividades relacionadas ao setor de produção artístico e cultural (Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares; Criação artística; Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas; Atividades de bibliotecas e arquivos; Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte; Ensino de arte e cultura; Museus, restaurações, prédios históricos), o consumo representou 0,72% do total no período.

Tabela 32 - Valor total (R\$) de consumo no PCT-VC agregados por CNAE, RCC, Bagé, Candiota e Dom Pedrito- 2013-2017

Classes de atividades econômicas - VC	2013-2017							
	RCC		Bagé		Candiota		Dom Pedrito	
Descrição CNAE	R\$	%	R\$	%	R\$	%	R\$	%
Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	12.439,43	2,69	12.439,43	3,31	-	-	-	-
Comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios	387.797,74	84,01	302.203,57	80,37	29.563,57	100	56.030,60	100
Atividades de exibição cinematográfica	41.814,52	9,06	41.814,52	11,12	-	-	-	-
Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	15.818,79	3,43	15.818,79	4,21	-	-	-	-
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	393,25	0,09	393,25	0,10	-	-	-	-
Criação artística	896,62	0,19	896,62	0,24	-	-	-	-
Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	343,65	0,07	343,65	0,09	-	-	-	-
Ensino de arte e cultura	2.086,56	0,45	2.086,56	0,55	-	-	-	-
Total	461.590,56	100	375.996,39	100	29.563,57	100	56.030,60	100

Fonte: SEFIC, 2018.

Observa-se que não houve consumo nas classes de atividades econômicas incluídas pela Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014⁹⁸, sendo que além do setor de comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios, outra parcela de 9,06%, foi consumida nas atividades de exibição cinematográfica, enquanto que no Brasil, a mesma representou 1,711% do consumo, e no Rio Grande do Sul 6,759%.

Esse resultado, particular na RCC, deve-se a articulação e a divulgação do VC pelas

⁹⁸ São elas: Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na Internet; serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente; Lojas departamento ou magazine; administração pública em geral; regulação das atividades de saúde, educação, serviços culturais e outros serviços sociais.

próprias empresas receptoras. O mesmo fato não se observa em atividades relacionadas a atividades culturais tradicionais, tais como Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares; Criação artística; Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte e Ensino de arte e cultura, que representou 0,8% do total do consumo na RCC, no período de 2012 a 2017. Os trabalhadores da RCC também evidenciaram pouco interesse em bens e serviços dessas categorias (Tabela 33).

Tabela 33 - Bens e serviços consumidos pelos trabalhadores, frequência e local, na RCC (Em %)

Bem/Serviço	Consumidores (%)	Frequência			Onde consumiu		
		Alta	Média	Baixa	RCC	Outra	Internet
Livros(Unidade)	74,1	60,0	20,0	10,0	50,0	10,0	5,0
Cinema (Ingresso)	55,6	20,0	40,0	26,7	66,7	13,3	-
Artesanato (Peça)	44,4	25,0	25,0	41,7	75,0	-	8,3
Revistas (Unidade)	40,7	27,3	54,5	9,1	81,8	-	-
DVD-Documentários/ Filmes/Musicais (Unidade)	37,0	40,0	30,0	20,0	70,0	-	-
Equipamentos e Instrumentos Musicais (Unidade)	22,2	33,3	33,3	16,7	83,3	16,7	-
Fotografia / Quadros / Gravuras	18,5	20,0	80,0	-	40,0	-	-
Visitação de espaços culturais (Ingresso)	18,5	-	80,0	20,0	40,0	20,0	-
Disco-Áudio ou Música (Unidade)	14,8	50,0	25,0	25,0	100,0	-	-
Equipamentos de Artes Visuais (Unidade)	11,1	100,0	-	-	100,0	-	-
Festas Populares (Ingresso)	11,1	-	100,0	-	33,3	33,3	-
Jornais (Unidade)	11,1	33,3	66,7	-	66,7	33,3	-
Curso de Artes (Mensalidade)	7,4	-	-	100,0	50,0	-	50,0
e-Books (download) (Mensalidade)	7,4	-	50,0	50,0	-	-	50,0
Escultura (Peça)	7,4	100,0	-	-	100,0	-	-
Venda de CD pela internet (Unidade)	7,4	-	100,0	-	-	-	100,0
Curso de Audiovisual (Mensalidade)	3,7	-	-	100,0	100,0	-	-
e-Books (streaming) (Mensalidade)	3,7	-	100,0	-	-	-	-
Espetáculo de Circo (Ingresso)	3,7	-	-	100,0	100,0	-	-
Espetáculo Musical (Ingresso)	3,7	-	100,0	-	100,0	-	-
Música pela internet (<i>download</i>) (Unidade)	3,7	-	100,0	-	-	-	100,0
Música pela internet (<i>streaming</i>) (Mensalidade)	3,7	-	100,0	-	-	-	100,0
Venda de livros pela internet (Unidade)	3,7	-	100,0	-	-	-	100,0
Venda/troca de ingressos pela internet para atividades culturais (Unidade)	3,7	-	100,0	-	-	-	100,0
Vídeo pela Internet (<i>streaming</i>) (Mensalidade)	3,7	-	100,0	-	-	-	100,0

Fonte: Elaborado pela autora, a partir de dados coletados por meio de questionário respondido por trabalhadores.

Constata-se também, que as organizações culturais da RCC em torno dessas atividades não se apropriaram o suficiente, no sentido de promover a implementação do VC em seus espaços culturais. Apesar da existência na RCC de espaços culturais, como os museus, e para a realização de espetáculos ou de atividades culturais, não houve um movimento expressivo em relação a essa possibilidade, evidenciando um limite para a efetiva implementação do PCT-VC. Observa-se, na fala dos representantes da cultura, um saber vago sobre o Programa.

[...] eu quero dizer que nunca vi o VC em Bagé. Eu não tenho conhecimento de nenhuma empresa que tenha aderido ao VC e eu não sei por quê. As pessoas não sabem sobre o VC, ninguém que eu conheço no meio da cultura sabe sobre o VC. (E6 – CPoC).

Não sei nada do VC. [...] Eu vi bastante propaganda no início, achava que tinha que mais. Eu acho que... É uma... Eu acho válido, né? Não to dizendo que não é válido, eu acho que é válido. Mas válido como uma coisa inicial, válido como um experimento, válido como... “Vamos ver o que é que isso”. As vezes o pessoal tem isso, é que nem plateia, né? Tem umas reações que tu não sabe. (E8 – PrC/APM).

Quanto à decisão de consumo, 74,1% apontam os livros como o bem mais consumido, seguido do cinema (55,6%), do artesanato (44,4%) e das revistas (40,7%), conforme Tabela 34. Não foi possível cruzar esses dados com os itens consumidos efetivamente, pois as empresas operadoras não têm como informar a esse nível de detalhamento, conforme consulta feita junto ao SEFIC.

Sobre o cotidiano dos trabalhadores entrevistados, procurou-se identificar a sua relação com o tempo livre e a forma de ocupação deste. Com relação ao tempo livre, a percepção dos trabalhadores da RCC acompanha os resultados encontrados por Code, Silva e Araújo (2011), para o Brasil, sendo que em ambos os casos, o tempo livre é considerado suficiente, porém com a ressalva de que há sempre algo a ser feito (Tabela 34).

Tabela 34 - Percepção sobre o tempo livre, no Brasil e na RCC (Em %)

Tempo livre	Brasil	RCC
É insuficiente para fazer tudo o que se deseja	35,4	33,3
É suficiente, mas há sempre algo a se fazer	44,9	55,6
É suficiente, mas em geral não há nada de muito interessante a fazer	18,4	11,1
NS/NR	1,3	-

Fonte: Baseado em Codes, Silva, Araújo (2011).

Nota: Dados sobre a RCC elaborados por Elisabeth Cristina Drumm, por meio de questionário respondido por trabalhadores.

Quanto ao uso do tempo livre (Tabela 35), enquanto os trabalhadores da RCC apontam para a prática de atividades físicas e esportivas (27,8%), seguido pelo interesse em frequentar espaços culturais e de lazer (22,2%), no Brasil, os resultados encontrados por Code, Silva e Araújo (2011), apontam para a prática de fazer cursos, procurar melhorar a situação profissional (33,3%), cuidar dos filhos, da família e da casa (13,0%).

Tabela 35 - Percepção sobre o uso do tempo livre, no Brasil e na RCC (Em %)

Uso do tempo livre	Brasil	RCC
Praticar atividades físicas e esportivas	16,1	27,8
Frequentar espaços culturais e de lazer	7,7	22,2
Fazer cursos e procurar melhorar a situação profissional	33,3	13,9
Cuidar dos filhos, da família e da casa	13,0	13,9
Estudar, pesquisar, ler livros	9,9	13,9
Praticar atividades artísticas (música, pintura...)	3,6	5,6
Descansar, não fazer nada de muito preciso	15,1	2,8
Prefiro não responder	1,3	-
	100,0	100,0

Fonte: Baseado em Codes, Silva, Araújo (2011).

Nota: Dados sobre a RCC elaborados por Elisabeth Cristina Drumm, por meio de questionário respondido por trabalhadores.

Ao considerar que entorno de 89% dos trabalhadores da RCC responderam, com relação

ao tempo livre, que o mesmo é suficiente, mas há sempre a ser feito (55,6%), ou é insuficiente (33,3%), esse dado indica que o seu cotidiano está associado a um consumo de tempo significativo para atividades ligadas ao mundo do trabalho, e que em seu tempo livre, o trabalhador privilegia atividades físicas e esportivas (27,8%), seguido da possibilidade de frequentar espaços culturais e de lazer. Esse resultado contribui para explicar os motivos pelos quais o PCT-VC não foi integralmente apropriado pela RCC, seja pelas empresas beneficiárias, pelas empresas receptoras, ou pelos próprios trabalhadores.

Ainda, com relação à percepção acerca dos obstáculos de acesso à cultura, os trabalhadores da RCC concordam plenamente (22,2%) ou concordam (61,1%), ou seja, em torno de 83% atribuíram aos preços altos o principal obstáculo (Tabela 36).

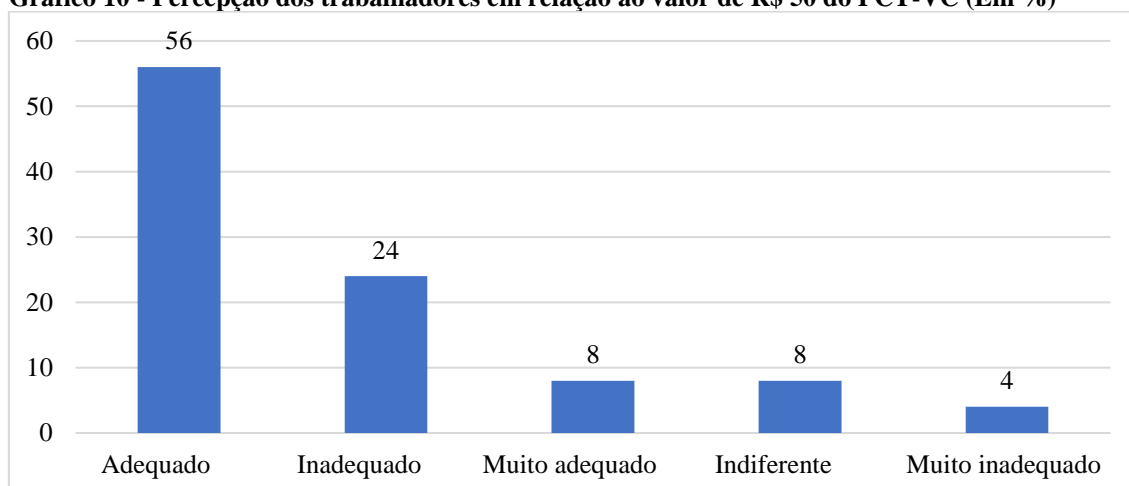
Tabela 36 - Percepção a respeito dos obstáculos ao acesso oferta cultural, no Brasil e na RCC (Em %)

Percepção a respeito dos obstáculos de acesso à cultura	Concorda plenamente		Concorda		Discorda		Discorda plenamente		NS/NR	
	Brasil	RCC	Brasil	RCC	Brasil	RCC	Brasil	RCC	Brasil	RCC
Os preços altos são um obstáculo	19,2	22,2	51,8	61,1	23,9	13,9	1,1	-	4,1	2,8
O público frequentador é elitista	10,4	8,3	45,5	30,6	36,5	44,4	1,8	8,3	5,9	8,3
Os equipamentos ficam longe de onde moro	13,1	2,8	48,5	44,4	33	41,7	2,3	2,8	3	8,3
As atividades são enfadonhas e desinteressantes	4,9	2,8	37,9	30,6	48,6	50,0	3,2	8,3	5,4	8,3
Os horários em que acontecem são inadequados	7,7	5,6	44,1	36,1	40,5	44,4	1,8	2,8	5,8	11,1
A região de localização do equipamento é perigosa	9,4	2,8	31,8	13,9	51	58,3	3,1	5,6	4,7	19,4

Fonte: Baseado em Codes, Silva, Araújo (2011).

Nota: Dados sobre a RCC elaborados por Elisabeth Cristina Drumm, por meio de questionário respondido por trabalhadores.

Apesar da maioria dos trabalhadores (83,3%) concordarem que os preços altos ainda são um obstáculo para o acesso à cultura, em relação ao valor do VC (R\$ 50,00 mensais), 64% dos trabalhadores afirmam que o mesmo é adequado (56%) ou muito adequado (8%), conforme o Gráfico 10. Apesar dos limites encontrados durante a construção desta tese em relação a dados referentes aos trabalhadores, uma vez que as empresas deixaram de aderir ao VC, e portanto, os trabalhadores, mesmo ainda interessados, não possuem mais as condições exigidas pelo Programa, constata-se que existe um interesse e a compreensão acerca da relevância e da importância do acesso a bens e serviços culturais.

Gráfico 10 - Percepção dos trabalhadores em relação ao valor de R\$ 50 do PCT-VC (Em %)

Fonte: Elaboração de Elisabeth Cristina Drumm.

Ainda, com relação ao consumo cultural, observa-se que “o gasto total das famílias brasileiras com cultura representava, em 2002/2003, 3% do orçamento familiar; em 2008/2009 esse mesmo gasto alcançou o percentual de 4,5% (AVES, 2014, p. 2)”⁹⁹. Na RCC, de acordo com SEBRAE (2018), as despesas com recreação e cultura¹⁰⁰ representam em média 1,6% do orçamento familiar nos municípios da RCC (Tabela 37).

Tabela 37 - Potencial de Consumo urbano - Despesas com recreação e cultura

Município	%
Aceguá	1,6
Bagé	1,6
Caçapava do Sul	1,6
Candiota	1,7
Dom Pedrito	1,6
Hulha Negra	1,6
Lavras do Sul	1,6

Fonte: Baseado em SEBRAE (2019a, 2019b, 2019c, 2019d, 2019e, 2019f, 2019g).

Quanto as práticas culturais, o que se observa na RCC é uma prevalência em assistir diariamente TV/DVD (63,9%) e de ouvir rádio/música, enquanto 75% raramente frequenta museus ou centros culturais, e 72,2% frequentam shows de música (Tabela 38).

⁹⁹ “Excluindo os gastos com telefonia fixa e móvel, que, às vezes, são incluídos, por alguns institutos de pesquisa, nos gastos das famílias” (AVES, 2014, p. 2).

¹⁰⁰ Refere-se aos gastos com brinquedos e jogos recreativos, aparelhos de celular e acessórios, fitas cassete e videocassete, CD-ROM, DVD, disquetes, mensalidades e taxas de clubes e academias, cinema, teatro, futebol e outras diversões, artigos de caça, pesca e camping, artigos esportivos, jornais e revistas não técnicas. Fonte: SEBRAE (2019a).

Tabela 38 - Frequência de práticas culturais, na RCC (Em %)

Prática Cultural	Todos os dias	Várias vezes por semana	Ao menos 1 vez por semana	Em torno de 2 a 3 vezes por mês	Pelo menos 1 vez por mês	Raramente	SR/NR
Assiste à TV / DVD	63,9	19,4	5,6	2,8	-	5,6	2,8
Ouve rádio/música	50,0	33,3	8,3	-	2,8	2,8	2,8
Frequenta bares, boates e danceterias	-	-	22,2	19,4	19,4	27,8	2,8
Frequenta clubes e academias	2,8	25,0	8,3	5,6	2,8	27,8	-
Frequenta teatro / circo / shows de dança	-	-	-	2,8	5,6	58,3	5,6
Frequenta shows de música	-	-	2,8	2,8	2,8	72,2	5,6
Frequenta cinema	-	-	-	8,3	11,1	58,3	2,8
Frequenta jogos e competições esportivas	-	-	5,6	5,6	8,3	36,1	2,8
Visita Museus / Centros culturais	-	-	-	-	2,8	75,0	2,8

Fonte: Baseado em Codes, Silva, Araújo (2011).

Nota: Dados sobre a RCC elaborados por Elisabeth Cristina Drumm, por meio de questionário respondido por trabalhadores.

Com relação às pessoas que nunca realizam determinadas práticas culturais, enquanto no Brasil 67,9% nunca visitam museus ou centros culturais, na RCC 19,4% dos respondentes afirmaram que nunca participaram. Além disso, na RCC constata-se que 41,7% dos respondentes não frequentam jogos e competições esportivas, seguidos de 27,8% que não frequentam clubes, academias, teatro, atividades circenses ou shows de dança (Tabela 39).

Tabela 39 - Pessoas que nunca realizam práticas culturais, no Brasil e na RCC (Em %)

Práticas Culturais	Brasil	RCC
Frequenta jogos e competições esportivas	62,8	41,7
Frequenta clubes e academias	2,8	27,8
Frequenta teatro / circo / shows de dança	59,3	27,8
Frequenta cinema	54,0	19,4
Visita Museus / Centros culturais	67,9	19,4
Frequenta shows de música	51,5	13,9
Frequenta bares, boates e danceterias	50,6	8,3
Assiste à TV / DVD	0,9	-
Ouve rádio/música	5,0	-

Fonte: Baseado em Codes, Silva, Araújo (2011).

Nota: Dados sobre a RCC elaborados por Elisabeth Cristina Drumm, por meio de questionário respondido por trabalhadores.

A Tabela 40 apresenta os resultados gerais que dizem respeito à percepção sobre a localização de diferentes espaços de sociabilidade. No Brasil, destaca-se a localização dos equipamentos culturais, sendo que 51% dos respondentes indicou como “Mal situado”, enquanto o comércio, foi apontado por 59,5% como “Muito bem situado”.

Tabela 40 - Percepção a respeito da localização de diferentes espaços para práticas culturais e sociais no Brasil (Em %)

Localização por proximidade onde mora	Muito bem situado	Razoavelmente bem situado	Mal situado	Não tem	SR/NR
Espaços verdes	30,7	36,5	31,0	0,3	1,4
Equipamentos esportivos	20,1	31,0	43,2	1,5	4,2
Equipamentos culturais	15,7	26,4	51,0	1,5	5,4
Comércio	59,5	30,6	9,1	0,1	0,7
Lugares de encontro e vida associativa	20,9	32,0	40,8	1,4	4,8

Fonte: Codes, Silva, Araújo (2011, p. 125).

Os resultados na RCC apontam que, no geral, a maior parte dos itens analisados encontra-se “Razoavelmente bem situado”, com destaque para os espaços verdes, para 66,7% dos respondentes (Tabela 41). Os Equipamentos culturais e os Lugares de encontro e vida associativa, aparecem como “Mal situados” para 38,9% dos respondentes, respectivamente.

Tabela 41 - Percepção a respeito da localização de diferentes espaços para práticas culturais e sociais na RCC (Em %)

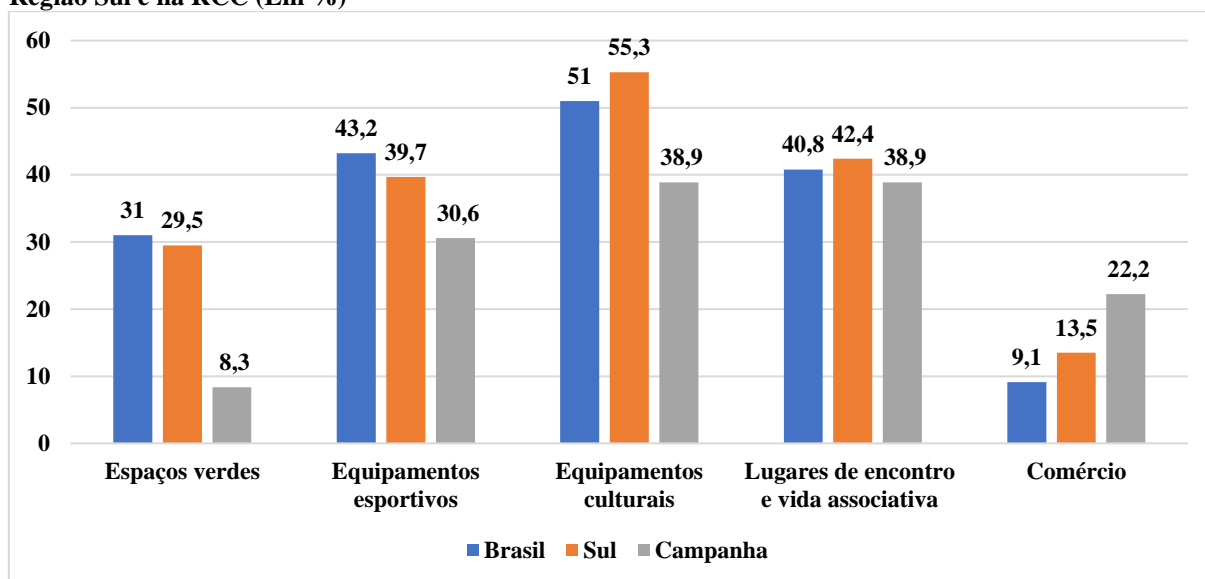
Localização por proximidade onde mora	Muito bem situado	Razoavelmente bem situado	Mal situado	Não possui	SR/NR
Espaços verdes	22,2	66,7	8,3	2,8	-
Equipamentos esportivos	2,8	41,7	30,6	22,2	2,8
Equipamentos culturais	5,6	33,3	38,9	19,4	2,8
Comércio	16,7	55,6	22,2	-	5,6
Lugares de encontro e vida associativa	5,6	36,1	38,9	16,7	2,8

Fonte: Baseado em Codes, Silva, Araújo (2011).

Nota: Dados sobre a RCC elaborados por Elisabeth Cristina Drumm, por meio de questionário respondido por trabalhadores.

O Gráfico 11 aponta para o fato de que, em geral, na RCC a percepção de “Mal situado” está abaixo da percepção relativa aos espaços para práticas culturais e sociais no Brasil e na Região Sul, com exceção a percepção acerca da localização do comércio, em relação ao local onde mora/reside. Portanto, pode-se destacar que a maioria dos trabalhadores reconhece em seu território condições para práticas de lazer e atividades culturais, por meio dos equipamentos culturais ou de lugares de encontro e vida associativa, porém o comércio destaca-se em relação aos demais, provavelmente pelas longas distâncias existentes e a concentração em Bagé, das principais empresas comerciais, o que se observa também em relação ao número de empresas receptoras cadastradas no PCT-VC (Tabela 28).

Gráfico 11 - Percepção de mal situado relativo aos espaços para práticas culturais e sociais, no Brasil, na Região Sul e na RCC (Em %)



Fonte: Baseado em Codes, Silva, Araújo (2011).

Nota: Dados sobre a RCC elaborados por Elisabeth Cristina Drumm, por meio de questionário respondido por trabalhadores.

Ao analisar o PCT-VC, pode-se constatar que o mesmo preenche os requisitos para enquadrar-se, tanto na perspectiva das políticas de resposta às demandas sociais, quanto na ideia da difusão cultural, o que Coelho (1997) aponta como sendo uma prática recorrente, em se tratando de políticas culturais. Ambas as perspectivas partem da pré-existência de uma dinâmica social, na qual ao trabalhador é associado à ideia de que o mesmo deve ter suplantadas ou complementados os recursos necessários para o acesso à cultura. NA RCC, a partir da fala dos entrevistados, representantes da cultura, observa-se a perspectiva de que o PCT-VC poderia ser um elemento de constituição de cidadania a partir da ampliação do consumo cultural, conforme segue:

A compra de um livro mesmo para as crianças não sei se acontece em muitas famílias, por ano, que fosse uns três livros que uma criança pudesse ter acesso por ano, três livrinhos baratos, livros infantis até, que não são tão caros, acho que a grande maioria não tem acesso a três livros. Acho que a grande maioria não tem acesso a três livros. Acho que poderia ser relevante sim para o exercício da cidadania e para alargar os horizontes: "bom, quero escutar música porque eu li um livro que fala de música e por isso quero estudar música". (E4 – GMu).

Então, eu sei que a biblioteca tá ali e tá aberta, mas se as pessoas não têm o hábito de ler como é que vão estar na biblioteca? Não tem tempo, não tem. Mas, bom, enfim, eu acho que seria interessante se o VC se disseminasse, se as pessoas pudessem ir ao cinema, as pessoas pudessem comprar livros, se as pessoas pudessem gastar com o que quisessem. Eu acho que seria uma forma de proporcionar uma cultura de consumir cultura. Eu acho que é isso que seria o VC. (E6 – CPoC).

[...] eu vi crianças, ou adolescentes recebendo aquilo como mesada e vinham comprar livros. "O próximo mês venho buscar tal livro", pô, bacana de ver aquilo ali. Como vi

peças juntarem quatro, cinco meses e fazerem um rancho de literatura. Comprar em várias áreas, tanto na área técnica, também usado na área técnica, mas muito para a literatura em geral. E acho que isso foi fantástico, isso foi o ponto mais positivo do incentivo que houve, do que aconteceu. Eu acho que pelo perfil das pessoas que compraram pelo VC, elas não comprariam se não tivesse recebido ele. Não comprariam, porque tu não teria os 50 reais, tu não gastaria os 50 reais em livro. Tu gastou porque tu tem aquilo ali, porque tu recebeu, e aí, bom "recebi, então, vou investir no livro". Pais dando para filhos. (E9 – PER).

Ainda, nesse sentido, o lema da campanha publicitária de 2015, para a divulgação por meio de cartazes e de vídeo, das possibilidades de acesso ao cinema, ao circo, ao teatro, a música e as livrarias, traz a seguinte frase: “*A cultura emociona e transforma. E o Vale-Cultura é o passaporte para um mundo de novas experiências*” (Apêndice A).

5.2 Cavalo encilhado só passa uma vez? O consumo cultural mediado pelas relações de poder

O PCT-VC, para a sua operacionalização, além da estrutura do Estado, representado pelo MinC e demais órgãos envolvidos, depende do interesse e do cadastro de empresas (beneficiárias e receptoras) e dos trabalhadores. Esses, por sua vez, possuem representações coletivas, seja por meio das associações que representam setores produtivos da área da cultura, das empresas e das instituições relacionados na lista de classes, previstos na Lei, ou das representações da classe dos trabalhadores, como os sindicatos.

Partiu-se, assim, para a tentativa de compreender como o SNC é percebido pelo setor cultural da RCC, bem como o movimento de operacionalização do PCT-VC. Foi evidenciada, também, a importância e o marco do período do governo “de esquerda” para a implementação de políticas públicas de cultura, de diferentes setores.

Eu vi um avanço maior na área da cultura a partir do governo Lula, embora eu não tivesse dentro do governo Lula ligado diretamente à área da cultura. (E3 – ASCT).

Em termos culturais, assim, a esquerda é boa. Ela consegue te dar campo sem os preconceitos e aquelas coisas que tem a arte. [...] Eu acho que o Sistema Nacional de Cultura é um grande marco que nós tivemos. Já a um bom tempo que nós não tínhamos pensado cultura, projetado cultura... (E8 – PrC/APM).

Eu acho que no momento Lula foi um pique bem maior, né, eu acho que a coisa vem arrefecendo aos poucos, não te parece aí que a coisa vem arrefecendo? Acho que o Lula como, me parece assim que, sem linha partidária, mas o PT tinha como base a cultura, uma coisa mais acelerada no nível cultural. E eu acho que o Lula deu um ponto para o desenvolvimento da cultura sim. (E4 – GMu).

O próprio incentivo para os pontos de cultura, por exemplo, que é uma coisa muito legítima, que já era no Nordeste forte há mais tempo, que no Sul foi uma coisa nova

para a gente. Eu acho que houve um fomento e um incentivo incrível e uma compreensão e um diálogo por parte do poder público e da sociedade civil e até das instituições. Então, quem conseguiu se emancipou, compreendeu, ficou feliz e ficou com esse sentimento de poder seguir em frente. (E6 – CPoC).

Destaca-se também, pela fala dos entrevistados, uma inquietação e preocupação em relação ao sistema de cultura no Brasil, que de um período de enriquecimento das relações democráticas entre o estado e a sociedade civil, esteja pautado por um movimento de crise econômica, em que se intensifica uma crise política a partir de 2016, com a posse do Presidente Temer. Pelas expressões “silêncio” e “depressão”, são destacados os sentimentos de impotência diante da nova ordem política instalada, nas palavras dos entrevistados do setor cultural. Com a posse do Presidente Bolsonaro (2019), a crise se intensificou, acarretando a extinção do MinC e a desaceleração de políticas públicas de cultura.

[...] porque as políticas, até devido à crise que o Brasil atravessa hoje, tanto crise política quanto econômica, eu acho mais política do que econômica, porque a economia em si ela ainda trabalha, mas eu acho que a crise política é maior e aí abala a economia, a gente tá com bastante dificuldades para conseguir recursos para a cultura. Apesar de tu ter editais de prêmios abertos e tudo, eles te dificultam o máximo para tu chegar naquele objetivo final, obter o êxito. (E3 – ASCT).

Eu acho que a fase Temer é um vácuo. Acho que é um vazio. [...] Foi puxado um freio de mão e o que é que acontece com tudo isso, né? Por isso que eu te digo que a sociedade civil, ela precisa se levantar. E só se levanta através do empoderamento cultural e de uma boa educação, né? Porque se depender, agora, desse governo, dessa situação, agora, que a gente tá atravessando, que não... Não é nada. É nada [...] Mas olha, era tantas coisas. Bateram tanta panela, né? Pra Dilma sair. E esse silêncio? Isso me amedronta. O silêncio do Brasil, que é um silêncio... Tem o silêncio e tem o silenciamento, né? E agora é um silenciamento. É uma coisa horrorosa. (E5 – GMu).

E aí veio essa última fase que é de 2016 para cá, que houve um balde de água fria total, e aí houve uma depressão, que todo movimento da cultura, que todo povo da cultura no país ficou muito frustrado, ficou triste, ficou revoltado. E acabaram os incentivos, acabou o diálogo, acabou até a compreensão, porque eu acho que esse governo que tá aí fala uma outra língua. E além de falar outra língua ele não quer saber de aprender a língua, de dialogar, de nada, não interessa, a cultura não interessa agora. A palavra desenvolvimento está substituída pelo progresso. (E6 – CPoC).

Além disso, destaca-se certo posicionamento partidário no processo de aprovação de projetos, tendo em vista a origem do projeto (partido político do executivo municipal) e a fonte de recursos, conforme manifesta um dos entrevistados.

A gente encontra muita dificuldade de conseguir projetos para a região. Não sei se em função do município ser uma entidade partidária, o governo ser outro e o nacional ser outro. Sempre se tem a ideia de que é mais fácil conseguir as coisas quando as três esferas são do mesmo partido. Na época do Lula e da Dilma aqui em Candiota o partido que administrava era o PT, no estado era PT e no Governo Federal era PT, então, parece que era mais fácil conseguir os recursos para as diversas áreas, inclusive a cultura. Hoje a gente fica sabendo de projetos que quando escreve a cidade, em

alguns, a gente não é contemplado. [...] Mas a gente sente uma dificuldade maior, no atual governo Temer em conseguir as coisas. Eu sinto essa dificuldade mais. Embora até o secretário do estado seja parceiro na área da cultura e amigo pessoal de algumas pessoas que já trabalharam na área de cultura em Candiota, a gente sabe que outras cidades são contempladas e a nossa não. (E2 – SCT).

Salienta-se também, em relação à compreensão da necessidade de políticas públicas orientadas para a cultura, que a RCC acaba por passar por um momento de transição, de uma perspectiva que priorizava a ação cultural, para um movimento de espera, observada na fala de um abaixo.

O próprio incentivo para os pontos de cultura, por exemplo, que é uma coisa muito legítima, que já era no Nordeste forte há mais tempo, que no Sul foi uma coisa nova para a gente. Eu acho que houve um fomento e um incentivo incrível e uma compreensão e um diálogo por parte do poder público e da sociedade civil e até das instituições. Então, quem conseguiu se emancipou, compreendeu, ficou feliz e ficou com esse sentimento de poder seguir em frente. E aí veio essa última fase que é de 2016 para cá, que houve um balde de água fria total, e aí houve uma depressão, que todo movimento da cultura, que todo povo da cultura no país ficou muito frustrado, ficou triste, ficou revoltado. E acabaram os incentivos, acabou o diálogo, acabou até a compreensão, porque eu acho que esse governo que tá aí fala uma outra língua. E além de falar outra língua ele não quer saber de aprender a língua, de dialogar, de nada, não interessa, a cultura não interessa agora. A palavra desenvolvimento está substituída pelo progresso. (E6 – CPoC).

Retoma-se, portanto, a fala de Martín-Barbero (2003), sobre a reconfiguração da Institucionalidade a partir dos movimentos sociais e das novas formas de constituição da cidadania, observada a partir da implementação do SNC, mesmo com seus limites, para uma retomada da centralização ou do esvaziamento de possibilidades de novos deslocamentos em prol da constituição de cidadania, a partir da cultura ou do acesso a mesma.

Para o contexto da RCC, observa-se certo distanciamento dos atores regionais envolvidos em ações de cultura, no que se refere ao SNC. Apesar do reconhecimento da existência de políticas públicas de fomento à cultura, há pouca articulação e desenvolvimento de projetos de captação e de produção.

A grande crítica que eu faço pra Bagé, há anos isso, é que nós não temos um projeto de cultura, nós não temos um pensamento de cultura em termos governamentais, entendeu? Nós não sabemos o que nós queremos, nós sempre vamos empurrando as coisas e elas acabam acontecendo. O Sistema Nacional de Cultura deu outra visão *pra* isso. Em dois mil e doze, a primeira vez que o município de Bagé começou a ler o que é que era o Sistema Nacional de Cultura, entendeu? O secretário de cultura da época começou a olhar isso e ver, o que é que nos faltava. Nos faltava conferência, nos faltava o conselho de cultura, o fundo. (E8 – PrC/APM).

Ainda com relação ao SNC, constata-se que somente 2 dos 7 municípios da RCC aderiram formalmente em 2013, e outros 2, em 2017. De igual forma, observa-se uma desarticulação

entre os agentes responsáveis para a proposição e a implementação de políticas públicas de cultura. Apesar da existência de esforços individuais, não há evidência de articulação efetiva e suficiente para a implementação de políticas de cultura, independente da origem dela.

Um dos fatos associados a essa realidade é a falta de pessoal com capacidade técnica suficiente para a apropriação, o planejamento e a implementação de ações, ligados aos órgãos públicos, e até mesmo em associações e empresas privadas na RCC. Existem algumas iniciativas relacionadas à Lei Rouanet, mas que também enfrentam a falta de amadurecimento e de reconhecimento da parte das empresas da região, sobre a importância de ações e atividades culturais. Há situações em que, até mesmo no âmbito municipal, não se observa a articulação entre a gestão dos principais equipamentos culturais, no sentido de uma agenda propositiva, entre, por exemplo, as bibliotecas e os museus.

O próprio PCT-VC é um exemplo dessa realidade. Os envolvidos no setor da cultura, no ambiente público ou privado, não possuem conhecimento suficiente sobre ele, seus objetivos e formas de operacionalização, que viabilize a sua implementação, uma vez que o PCT-VC não foi pauta nas instituições da região. Assim, não há conhecimento acerca do PCT-VC pelos envolvidos na cultura na RCC, fato que poderia contribuir com a produção cultural.

Mas o que eu acho sobre o VC, se ele se disseminasse seria muito bom, porque as pessoas iriam ter autonomia para escolher e começar a conviver. Porque a gente vive em um país que as pessoas, elas não têm acesso. Bom, mas as pessoas não têm o hábito de ler porque elas não compram livros, porque o livro é muito caro. Um salário mínimo não chega a mil reais, um livro custa 50, 70, 80, até mais de 100. Então, as pessoas não têm poder aquisitivo. O nosso próprio nível universitário, a leitura é muito baixa, as pessoas compram xerox, porque não tem dinheiro para comprar livro. (E6 – CPoC).

Eu acho que desenvolveria tanto quem vive disso, e precisa de um incentivo econômico para viver disso, para continuar e para investir na coisa, como seria um benefício para as pessoas que iriam usufruir desse benefício: teatros mais qualificados, ou peças de teatro mais qualificados, os filmes melhores para assistir. E aí começa a roda a rodar. [...] O aspecto positivo que eu vejo é que muita mais gente consumiu livro, inacreditável. Pessoas fazendo rancho de literatura. [...] É um valor baixo. É muito baixo, mas tudo bem, entre não ter nada e ter 50 reais, vamos ter 50 reais. (E9 – PER).

Apesar disso, reconhecem a importância do VC e o seu ineditismo, no sentido econômico e social. Na perspectiva econômica, a partir da valorização do potencial da região para ações em torno da economia da cultura, pela existência de um patrimônio natural e cultural, fruto da riqueza de sua constituição socio-histórica, há o reconhecimento da possibilidade de o PCT estimular o consumo cultural, e como consequência, potencializar as cadeias produtivas autorizadas pelo Programa, principalmente o artesanato e o turismo regionais. Ainda, ao reconhecer as dificuldades de obtenção de recursos de fomento para a produção cultural, devido

à reconhecida fragilidade para a proposição de projetos culturais e os limites da renda da população para o consumo cultural, há o reconhecimento do recurso do VC como fomentador da produção cultural da região, a partir da organização de eventos culturais, feiras de livros, de artesanato e comércio.

Quanto à importância de políticas públicas de cultura, no sentido da produção ou do consumo cultural, os entrevistados destacam o seu valor e relevância, mas reconhecem os limites da capacidade política e técnica para a submissão de projetos, ou para a implementação, por exemplo, do próprio VC, pois o mesmo não se fez presente nas discussões e proposições dos governos municipais. Há o reconhecimento do potencial econômico na medida em que o usuário, a partir de sua autonomia de escolha e de aquisição, poderia estimular a produção cultural em nível municipal e regional.

Por exemplo [...]. O trabalhador, hoje, ele só não... Claro que se tu der cinquenta reais pro cara, pra ele escolher o que ele vai fazer, ele vai comprar em feijão. Mas ele tem uma necessidade de gasto cultural, ou de lazer. Nossa. Isso seria muito bom. Porque o grande problema do agente cultural [...] é o miúdo. Então imagina tu poder distribuir, aí... Porque não é cinquenta por mês, é seiscentos por ano. [...] Ou seja, se tu pegar mil pessoas ganhando seiscentos por ano, tu tem seiscentos mil, certo? [...] Hoje, a nossa secretaria, ela movimenta [...] quase em torno de um milhão. Entende? O nosso recurso, que a gente tem, entre folha de pagamento, e tal. [...] Não dá um milhão. Tu imagina, de repente, tu ter duas mil pessoas ganhando seiscentos pila, né? (E1 – SCT).

Uma vez que as famílias, vamos dizer, principalmente as famílias que tem renda um pouco menor, tem dificuldades de se aproximar, vamos dizer, [...] Não prioriza e até de dispor do seu salário, vamos dizer 100 reais por mês para ir assistir um festival de música ou na cidade, fora da cidade, coisa assim, vem a família junto, né. [...] um trabalho que a família tem que fazer é essa coisa da cultura com os jovens, com as crianças desde cedo. E às vezes isso não acontece. (E4 – GMu).

Na perspectiva social, é destacada pelos entrevistados e pelos trabalhadores, a relevância do consumo cultural como uma forma de emancipação social, a partir do exercício da cidadania. Por outro lado, percebe-se, nas falas de entrevistados, que a baixa adesão ao Programa (pelas empresas beneficiárias) é devido à própria concepção da elite dominante em não oportunizar meios de acesso à cultura, como uma forma de impor sua concepção de mundo e, desta maneira, reforçar uma condição construída ao longo da trajetória da constituição socio-histórica própria da região. O que evidencia essa possibilidade é a baixa adesão das empresas da região, bem como a não articulação das entidades de classe que representam os empresários. O VC poderia ser utilizado pelas empresas beneficiárias como forma de “aumento salarial”, uma vez que não incidem os impostos sobre esse valor.

Há uma certa resistência em relação ao PCT, justificada pela percepção negativa do VC quanto ao possível uso indevido. Há exemplos de fatos ocorridos em nível nacional, com a

política pública de apoio a produção cultural (Lei Rouanet). Na RCC, o recurso da Lei Rouanet foi utilizado para viabilizar a implementação de espaços culturais, bem como a realização de eventos (Complexo Dom Diogo e Festival Internacional Música no Pampa). A implementação do PCT, em alguns momentos, passou a ser percebida como sendo programa político-partidário, apesar de que, no âmbito da gestão pública municipal, no período de implementação do VC (2013-2016), ainda no governo Dilma, 03 prefeituras eram ligados ao PT (Bagé, Candiota e Hulha Negra), 02 ao PP (Caçapava do Sul e Lavras do Sul), e 02 ao PMDB (Aceguá e Dom Pedrito). Esse fato poderia explicar o pouco envolvimento evidenciado na RCC durante o processo de implementação do Programa na região.

Por parte de alguns representantes do setor cultural da RCC, observou-se a manifestação acerca da possibilidade de articulação político-partidária na implementação do PCT, principalmente, devido ao fato dele fazer uma alusão simbólica aos partidos que representam, na sua essência, a classe dos trabalhadores e sobre o uso dele. Além disso, uma das questões levantadas durante as entrevistas foi sobre o VC não ter sido implementado de maneira mais efetiva, ampliando o acesso aos trabalhadores na RCC, devido a interesses políticos e econômicos.

Antes do VC nós tínhamos também as chamadas emendas parlamentares e os valores dos ministérios da cultura. Nós chegávamos lá no escritório da cultura no ministério em Brasília, chegávamos 5, 6, 7 vereadores e aí o rapaz "eu tenho o valor para vocês, preciso que chegue o projeto". Aí eles vinham de lá, os 5, 6, 7, nos chamavam numa mesa, assim, também "oh, eles têm 500 mil lá", só que chegava mais 6, 7, 8 de outra região e eles diziam a mesma coisa. Aí os projetos chegavam lá, aí entravam os políticos. E quando chegava aqui já chegava com eles todos "oh, isto daqui vai ser tanto pra tanto, tanto pra tanto, tanto pra tanto". No momento em que isso termina e entra o VC, ele praticamente só mudou o nome. Mas se tu der a informação precisa de como é, aí ele vai ter o objetivo final, que hoje não tem. Eu acredito que a situação político-empresarial, ela também não contém muito o VC. (E3 – ASCT).

Eu acho que "essa mudança política no país, no estado, não é fruto do meu governo, não vou valorizar, não vou dar sequência, não vou dar continuidade", e aí, "deixa assim até parar". E foi o que tá acontecendo. (E9 – PER).

De uma amplitude de escala nacional, marcada pelas relações estabelecidas a partir da construção pela relação de projetos que dependem de governos, parte-se para a discussão acerca das culturas populares (COELHO, 1997; CANCLINI, 1983; HALL, 2003; FÁVERO, 1983; GULLAR, 1983; MARTÍN-BARBERO, 2003; ESCOSTEGUY, 2010), com os debates acerca do movimento de resistência da população em relação ao poder econômico hegemônico. Pode-se associar a esse movimento, na discussão acerca das mediações da cultura, do poder e da comunicação, associada à perspectiva do desenvolvimento da RCC, compreendida pelas relações constituídas no território ao longo de sua formação.

A história da RCC é parte, e é constituída pela história do Rio Grande do Sul e do Brasil, e estas com a de países que fizeram parte direta ou indireta de sua constituição. Seja o alémmar, como os portugueses, os espanhóis, ou ainda os africanos, seja aquele com as regiões fronteiriças. Os marcos históricos desse processo, tais como o povoamento, as revoluções e batalhas, as Reduções, a colonização, os assentamentos da reforma agrária, exemplificam os movimentos políticos e econômicos enquanto base para a compreensão dos conceitos de verticalidade (desenvolvimento sustentado, orientado para o mercado) e horizontalidade (desenvolvimento sustentável, orientado para o território) (ETGES, 2001). Registra-se a persistência na RCC, de iniciativas orientadas para o desenvolvimento sustentado, como a agropecuária extensiva e orientada para o mercado global,¹⁰¹ assim como a exploração da mineração, seja do carvão ou de projetos novos, em busca de minérios destinados para o mercado global. Afinal, a RCC é reconhecida pelo slogan “*Terra de histórias. Solo de valores*”, utilizado pela empresa *Nexa Resources*, ex-Votorantim Metais, no Rio Grande do Sul, para o Projeto Caçapava do Sul.

Por outro lado, observa-se um movimento em torno do desenvolvimento regional, como horizontalidade e valorização da diversidade do território, contrapondo à globalização (ETGES, 2001). Constata-se na RCC, a existência de pelo menos 06 programas envolvendo diferentes instituições e seus representantes na construção de horizontalidades, ou seja, forças centrípetas (ETGES, 2001) que atravessam o território, resultado de processos econômicos e sociais, como força de agregação e fatores de convergência, envolvendo os atores regionais. Cabe destacar que, ao mesmo tempo em que existem convergências, e de acordo com o interesse político e econômico, cada arranjo procura estabelecer os limites de seus territórios, e a partir dele, consciente de sua identidade, tornar-se agente de desenvolvimento regional (ETGES, 2001).

Ainda, em relação à particularidade (FLORES, 2006), aproximada dos conceitos de proximidade e de densidade (REIS, 2015), observa-se duas situações específicas, a primeira em relação a constituição dos municípios, e a segunda pela forma de ocupação do território. A formação dos municípios ocorreu em dois momentos, sendo que o primeiro no século XIX, com a criação dos Municípios de Bagé (1811), Caçapava do Sul (1831), Dom Pedrito (1872) e Lavras do Sul (1882), e o segundo com a constituição de novos municípios na década de 1990, sendo Candiota (1992), Hulha Negra (1992) e Aceguá (1996).

Quanto às formas de ocupação deste território, destaca-se a primeira como definida pelo povoamento, grandes latifúndios, nos municípios que deram origem a RCC, e a segunda pelo

¹⁰¹ “A RC, assim como o Brasil, alimentará o mundo”, fala de um representante da classe do agronegócio, em evento orientado para o desenvolvimento regional, em novembro de 2018.

movimento da reforma agrária, principalmente nos municípios recém-formados, no caso, Aceguá, Candiota e Hulha Negra, e em Bagé. Observa-se, também, a constituição de diferentes territorialidades (Mapas 1, 3 à 9), resultado das ações de diversos atores, principalmente em decorrência da observação das particularidades de cada território.

Esse movimento foi destacado pelas seguintes instituições: Corede Campanha; Associação dos Municípios da Região Sudoeste do Estado – Assudoeste; Consórcio Público Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico Social e Ambiental dos Municípios da Bacia do Rio Jaguarão – Cideja; Associação para o Desenvolvimento do Alto Camaquã – Adac; Consórcio de Desenvolvimento do Pampa – CODEPAMPA; e o Programa Líder – SEBRAE, o que caracteriza o polimorfismo institucional da RCC (Reis, 2015). Cada instituição apresenta de forma variada uma organização em prol do desenvolvimento da RCC, no entanto, somente o Corede Campanha formalizou em seu PED elementos que articulam a cultura, juntamente com movimentos sociais, com vistas à elaboração e efetivação de ações, porém sem tratar do PCT-VC. Além disso, não se evidencia na fala dos entrevistados, envolvidos com a cultura na Região, alusão ao mesmo como possibilidade de ser uma referência enquanto movimento social com repercussões na RCC. Fato que, no próprio plano, em seu diagnóstico e na apropriação de ações, é destacada a necessidade de retomada do Corede Campanha, do seu papel de integrador das ações do Estado e dos movimentos sociais da região, ou por meio do fortalecimento e ampliação das relações institucionais.

Sobre as culturas populares e o movimento de resistência, retoma-se o fato de que o VC oportuniza o acesso ao trabalhador, dadas determinadas características, mas não de forma independente, pois prescinde da adesão da empresa na qual ele mantém vínculo empregatício. Porém, as relações entre o capital e o trabalho não são consideradas de forma isolada do contexto social, político e cultural, conforme defende Martín-Barbero (2003). Exemplo disso, foi a Instrução Normativa nº. 123, de 22 de dezembro de 2015, pela qual a Agência Nacional do Cinema (Ancine), que regulamenta o Sistema de Controle de Bilheteria e o procedimento de envio de dados de bilheteria, incluindo nas formas de pagamento o VC, Art. 8º, inciso II.

Outro exemplo, foi a Convenção Coletiva de Trabalho (CCT), acordada entre os bancários com a Federação Nacional dos Bancos (Fenaban), e os acordos aditivos com o Banco do Brasil, a Caixa e o Banrisul, pela manutenção do VC, de acordo com a Lei Federal, para o período de 2016-2018. Apesar de estar assegurado no acordo coletivo, desde janeiro de 2017, em função da não atualização da Lei, no que se refere à dedução prevista, os bancos cancelaram o benefício, impedido o acesso de milhares de trabalhadores.

Um dos pontos polêmicos relacionados ao PCT, foi o fato de que somente trabalhadores

ligados a empresas privadas poderiam fazer uso do VC, o que exclui uma grande parte de potenciais usuários, tais como os professores, que reivindicaram a possibilidade de participar do Programa. Não há impedimentos previstos em Lei que proíbam os governos, em qualquer esfera, de criar seus programas de fomento ao consumo cultural, a exemplo do PCT. Em Bagé, o Vereador Rafael Fuca apresentou anteprojeto de Lei para viabilizar o VC aos estudantes da rede pública, servidores públicos municipais, associações de moradores e entidades filantrópicas cadastradas no município, conforme Figura 1C, do Apêndice C. O projeto foi aprovado pela Câmara de Vereadores, porém não está em funcionamento.

Por meio do VC, o Estado delega ao setor privado a dinâmica do acesso aos bens e aos serviços culturais, enquadrados como tais pela Lei. Cabe ao Estado o controle e a regulação quanto ao acesso do trabalhador, e quanto ao uso do recurso disponibilizado nas possibilidades de consumo. Porém, esse controle é limitado, pois ao consultar o MinC sobre o consumo de acordo com a lista de bens e serviços do VC, de acordo com a Instrução Normativa nº 2, de 4 de setembro de 2013, e a Instrução Normativa nº 2, de 2 de outubro de 2014, obteve-se a informação de que não é possível esse nível de controle por meio das empresas operadoras, ou seja, o controle é feito pelo cadastro da empresa, e não pelo bem ou serviço cultural consumido.

Quanto à relação do Programa com o bem-estar, nesse caso de trabalhadores, o próprio PNC remete às dimensões simbólica (criação de símbolos e expressão de práticas culturais enquanto ser individual e coletivo), cidadã (direito ao acesso aos meios de produção de difusão e de fruição dos bens e serviços de cultura) e econômica (cultura como vetor econômico para a formação de cadeias produtivas que se relacionam às expressões culturais e à economia criativa), orientadoras das metas e dos programas. Apesar de o PCT assumir uma condição de insuficiência no consumo cultural do trabalhador, o mesmo fica condicionado, sem autonomia, no processo de decisão sobre o uso ou não do VC, portanto, o exercício da cidadania, nesse caso, é restrito ao interesse e a boa vontade das empresas beneficiárias, sem contar com os limites de natureza operacional, pela existência de um número expressivo de diferentes cartões (oferecidos pelas empresas operadoras) que, em grande medida, não coincidem no ato da aquisição.

Em termos de política pública, nasce de uma escala nacional, com a participação de atores políticos das Unidades Federativas, mas sua operacionalização e dinâmica necessitam da articulação local/regional para que venha a se alimentar de outra dimensão cultural, que não a dos valores culturais centrais, mas os construídos a partir da realidade permeada pela globalização, porém sem perder suas particularidades, enquanto região.

Ao observar as características apresentadas por Coelho (1997), em relação aos modos ideológicos de implementação de políticas públicas, reconhece-se que a mesma se aproxima das três possibilidades, não na sua totalidade, com elementos que a configuram, conforme segue: 1) do dirigismo cultural; 2) do liberalismo cultural; 3) da democratização cultural. Acerca do dirigismo cultural é clara a perspectiva de desenvolvimento econômico, apontada pelo programa, ao propor o estímulo ao consumo. Apesar de não haver um impedimento do acesso as manifestações de vanguarda, torna-se necessário que os produtores culturais e o próprio sistema venham a aderir ao PCT para que o trabalhador possa optar por acessar (consumir) ou não. As manifestações populares, por meio do artesanato e de festas populares, também estão previstas.

Quanto ao liberalismo cultural, apesar do VC ser uma política que dependa do credenciamento e da adesão das empresas receptoras, das operadoras e do próprio trabalhador, as relações de mercado (oferta e procura) dependem da forma como os atores envolvidos se organizam. Porém, o processo dependerá da aceitação ou não das empresas beneficiárias, nas quais os trabalhadores mantêm vínculo formal, e todo o processo ainda está sob o controle do Estado, apesar da intenção de promover a dimensão econômica. O VC não está orientado para grupos comunitários, apesar de não impedir a organização de artesãos, na condição de empresas receptoras a partir de suas cooperativas ou outras formas de organização. Está orientado para a relação de indivíduos (trabalhadores) e de empresas culturais (receptoras).

A respeito da democratização cultural, o PNC, ao propor suas ações em torno da dimensão da cidadania, estabelece o caminho para suas práticas. O VC nasce sob o pretexto de atender ao princípio de que a cultura é uma força social de interesse coletivo, e devido ao fato de que o trabalhador que recebe até 5 salários mínimos, não possuiu recursos suficientes para o consumo cultural, ou seja, está ausente do mercado cultural, fez-se necessário criar condições de acesso à cultura. No entanto, essa condição é restrita devido à necessidade de adesão das empresas beneficiárias e das receptoras.

Diante desta perspectiva, ao propor-se estudar a implementação do VC na RCC, passa-se a procurar compreender como a dinâmica social da região, ou suas Matrizes Culturais, constitui o VC enquanto bem cultural, considerando sua materialidade (possibilidade de aquisição de bens e serviços culturais) e seu respectivo valor simbólico (representação e sentido para os trabalhadores, usuários e consumidores sujeitos da política pública). Para tanto, os bens e os serviços culturais autorizados pelo PCT, determinam os sistemas envolvidos na dinâmica da sua implementação. Primeiro, o próprio cartão que oportuniza o uso do VC, depende de uma dinâmica na qual a tecnologia da comunicação e da informação é central, fato que já identifica

a necessidade e dependência de um sistema associado à indústria cultural. Tanto os consumidores (usuários do cartão), quanto às empresas receptoras (empresas que viabilizam a compra de bens e serviços culturais) dependem das empresas beneficiárias que viabilizam as transações comerciais.

Ao analisar a implementação do PCT-VC, que na sua origem, propôs-se por meio do estímulo ao consumo cultural e promover o fortalecimento da cidadania, por meio da democratização do acesso à cultura, constatou-se que as mediações da Política, Cultura e Comunicação, associadas ao MC, às LP e às CR, não representaram condições suficientes para a inovação da Institucionalidade e a sua implementação. Ainda, considerando o *locus* da investigação, a RCC, acrescenta-se que a dinâmica e as tensões do próprio território, formado por diferentes territorialidades e construções sociais, enquanto mediações significativas para a região, não constituíram elementos suficientes para a sua implementação.

6 CONCLUSÕES

A presente tese, ao partir do tema consumo cultural de trabalhadores a partir de mediações culturais decorrentes da implementação do Programa Cultura do Trabalhador – Vale-Cultura, em um contexto regional, propôs o desafio de articular de forma interdisciplinar, conhecimentos necessários para a compreensão acerca do território, do desenvolvimento regional, das mediações culturais e de políticas públicas. Para a compreensão do sistema de produção, de circulação e de consumo cultural de serviços e de bens culturais, utilizou-se o Protocolo Metodológico de Jesús Martín-Barbero (2003), o Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura, como ponto de partida para as discussões acerca da relação entre a Cultura, a Comunicação e a Política, frente à maximização neoliberal de que o mercado é o único organizador da sociedade. Dentre os desafios, encontrou-se a perspectiva de compreender o fenômeno da produção e do consumo cultural, dadas as características, as particularidades e a diversidade regional.

Com o objetivo de compreender o consumo cultural do trabalhador da RCC, a partir do fomento do PCT-VC, sob a perspectiva da teoria das Mediações Culturais, com ênfase especialmente na mediação da Institucionalidade, este estudo foi desdobrado a partir de 03 objetivos específicos. O primeiro foi caracterizar o contexto regional da RCC, considerando a sua história, sua territorialidade e a perspectiva da cultura e do desenvolvimento. A partir de pesquisa bibliográfica, da coleta de dados secundários, da observação participante junto às entidades de desenvolvimento da RCC, dos questionários respondidos pelos trabalhadores e das entrevistas com representantes do setor da cultura da RCC, constatou-se a constituição de um território particular, formado pelas relações sociais em relativo movimento, a partir da relação com as dinâmicas globais, porém, sem perder as especificidades que a caracterizam como território.

A existência de diferentes territorialidades, em decorrência da existência de diferentes instituições formadas para a promoção do desenvolvimento, também confere características únicas a essa Região, em busca de um desenvolvimento sustentável, atualmente considerado como sendo médio, pelos indicadores existentes. Apesar da falta de apropriação da dimensão cultural nas ações propostas pelas diferentes organizações sociais, dada a sua relevância como mediação fundamental para o estabelecimento de mudanças nas relações entre os atores regionais, percebe-se a valorização do patrimônio cultural e, em certa medida, a importância desse para a sua apropriação na perspectiva econômica e para o exercício da cidadania.

O segundo objetivo específico, foi analisar a implementação do Vale-Cultura, enquanto

política pública redistributiva de cultura na RCC. Deste modo, procurou-se uma aproximação metodológica entre diferentes autores (EC e Políticas Públicas), no sentido de encontrar uma forma, seja pela perspectiva da pesquisa bibliográfica, ou por meio do levantamento de dados acerca do processo de implementação e seus resultados parciais. Apesar da notada relevância do Programa, considerando as dimensões econômicas e sociais (cidadania), constatam-se limites na sua abrangência, uma vez que somente trabalhadores celetistas poderiam aderir. Houve um processo inicial com resultados razoáveis, em termos nacionais, e que foi decaindo ao longo do período analisado, seja no número empresas conveniadas, no número de trabalhadores e no próprio indicador de consumo.

Na RCC, o sistema instalado em torno do circuito cultural do PCT-VC, no período de 2013 até dezembro de 2017, oportunizou a adesão de 638 trabalhadores, a existência de 02 empresas beneficiárias, nos municípios de Bagé e Candiota, a participação de 68 empresas receptoras. Na Região, em particular, atribuiu-se a questões de natureza política (origem partidária do PCT-VC), culturais (acesso a bens e serviços culturais não ser prioritário, por parte das empresas beneficiárias) e de comunicação (falta de informações acerca das possibilidades de adesão ao programa bem como de seu funcionamento), as dificuldades para uma adesão mais efetiva ao Programa. Além disso, acrescenta-se a falta de compreensão dos atores envolvidos nos diferentes movimentos em torno do desenvolvimento regional, que não se apropriaram do PCT-VC, para o estabelecimento de ações, em seus planos.

O terceiro objetivo específico foi o compreender como acontece o consumo cultural do Vale Cultura pelos trabalhadores da RCC, observando especialmente a mediação da Institucionalidade. Para tanto, procurou-se compreender o acesso dos trabalhadores ao cartão Vale-Cultura e aos bens e serviços consumidos, e nesse sentido, destaca-se a falta de autonomia do mesmo para a decisão de aderir ou não ao VC, uma vez que isso está condicionada a decisão da empresa beneficiária, ou seja, a empresa com a qual o trabalhador mantém vínculo empregatício, assim, o acesso ao consumo por meio do PCT-VC, está condicionado. O próprio nome, “empresa beneficiária”, remete a condição de um poder de um sujeito sobre o outro, na forma de liberação ou não de certos benefícios. Enquanto limite, relacionado a esse objetivo, destaca-se a ausência de dados regionalizados acerca do consumo cultural, apesar de o foco do estudo estar orientado ao consumo dos trabalhadores a partir do uso do VC.

Apesar de em nível nacional, serem observadas manifestações de movimentos sociais em torno da ampliação e da continuidade do PCT-VC, na RCC não se observou movimento similar, ou seja, não foi despertada a possibilidade de os trabalhadores reunirem-se para articular argumentos suficientes para a defesa de seus interesses, apesar de haver indicação nos

questionários respondidos, sobre o interesse em continuar usufruir do benefício do VC.

As Matrizes Culturais da RCC, apontam para uma região forjada pelas relações de poder e de disputa por espaços entre movimentos de exploração de instituições globais, e os exercícios de constituições de diferentes territorialidades, em prol do seu desenvolvimento sustentável. Nele, a valorização da cultura e da constituição socio-histórica do território está presente no seu cotidiano, sendo reconhecidas as diferentes formas de manifestação.

A partir das Lógicas de Produção evidenciou-se a existência de alguns empresários, na condição de empresas receptoras, engajados na implementação do PCT-VC, mas com esforços de comunicação e informação pouco eficientes em relação ao seu propósito. Questões tecnológicas e de comunicação foram identificadas como barreiras para a implementação do PCT-VC, tais como a grande variedade de bandeiras das empresas operadoras e a dificuldade de conseguir informação para o cadastro e empresas beneficiárias. Na RCC, o município de Bagé destaca-se pelo número de empresas receptoras cadastradas, sendo que algumas assumiram papel protagonista no desenvolvimento de ações de divulgação do PCT-VC, com apoio dos jornais de abrangência regional.

Constatou-se a relevância percebida do PCT-VC, no sentido de contribuir com a produção cultural na RCC, apesar de os espaços culturais tradicionais, tais como museus e instituições de ensino não aderirem ao Programa, na condição de empresas receptoras. No âmbito do poder público e dos programas das instituições orientadas para o desenvolvimento da região, constatou-se a falta de conhecimento acerca do VC, apesar do reconhecimento de sua importância.

Na perspectiva dos trabalhadores, o PCT-VC seria um acesso para a ampliação do consumo de bens e serviços culturais. Na RCC, houve um consumo de R\$ 461.590,56 concentrado no setor de comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios, com 84,0% do total, seguido do acesso às atividades de exibição cinematográfica (9,06%).

Por outro lado, os trabalhadores identificaram o processo de comunicação e de informação como principal problema ou limite. O que se observou, portanto, foi a existência de um consumo relativo e, para além dele, um movimento de inclusão da prática do consumo familiar de bens e serviços culturais, que provavelmente não aconteceria sem a existência do VC. Constatou-se que os trabalhadores compreenderam como válida a existência de uma política de estímulo ao consumo, porém, não se observou um movimento em torno da defesa da continuidade do VC.

Sobre os hábitos de consumo cultural do trabalhador, destacam-se a dificuldade em estabelecer um tempo no qual a prática do lazer e de acessar equipamentos, bens e serviços

culturais seja prioritário, e por outro lado, observou-se um movimento único a partir do VC, em relação ao consumo cultural, que não aconteceria na RCC sem a existência do mesmo.

Não se observou mudanças na Institucionalidade a partir da implementação do PCT-VC na região, considerando as relações de poder tradicionais e a forma de construção dos discursos, pautados pela não credibilidade nas políticas públicas e na certeza de sua descontinuidade. Em síntese, o curto período de implementação do PCT-VC e a falta da manutenção do incentivo fiscal previsto para as empresas receptoras, com o arquivamento do PL 6233/2016, que objetivava retomar esse incentivo, marcam o processo de descontinuidade do Programa, agravado pelo desmonte e a extinção do MinC. Portanto, este estudo pautou-se por analisar uma experiência original e inédita no Brasil, mas descontinuada, a ponto de não se constituir tempo suficiente para as devidas avaliações e os ajustes necessários na Política Pública para que a mesma pudesse corrigir os entraves (culturais) percebidos na RCC, e ser capaz de se repetir ou não, nas demais regiões do país.

REFERÊNCIAS

- ADAC. *Plano de Desenvolvimento e Plano de Marketing*. Bagé, 2017.
- ABRAMOVAY, Ricardo. *O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural*. Fortaleza: MEPF; Governo do Ceará, 1998.
- ALA-HARJA, M; HELGASON, S. Em direção às melhores práticas de avaliação. *Revista do Serviço Público*, Brasília, n. 4, v. 51, p. 5-59, out./dez. 2000. Disponível em: <<https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/334>>. Acesso em: 15 abr. 2018.
- ALMEIDA, Carla Cristina Rosa de. *Desigualdades do consumo cultural: preferências ou oportunidades? análise dos gastos domiciliares no Brasil metropolitano*. 2016. Tese (Programa de Pós-Graduação em Economia) – Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/25516/1/TESE%20Carla%20Cristina%20Rosa%20de%20Almeida.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2018.
- ALVES, E. P.; SOUZA, C. A. As políticas econômico-culturais no (do) governo Dilma: o Vale-Cultura e a expansão do mercado editorial brasileiro. In: RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A., CALABRE, L. (Orgs.). *Políticas culturais no governo Dilma*. Salvador: EDUFBA, 2015.
- ARRETCHE, Marta. Relações federativas nas políticas sociais. *Educ. Soc.*, vol.23, n.80, pp.25-48, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-73302002008000003&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 27 mai. 2016.
- AVES, Elder Patrick Maia. O consumo cultural das famílias brasileiras. *V Seminário Internacional – Políticas Culturais – 7 a 9 de maio/2014*. Rio de Janeiro: Setor de Políticas Culturais – Fundação Casa de Rui Barbosa.
- BARBALHO, Alexandre. O Sistema Nacional de Cultura no Governo Dilma: Continuidades e avanços. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*. Lusophone Journal of Cultural Studies Vol. 2, n.2, pp. 188-207, 2014. Disponível em: <<http://estudosculturais.com/revistalusofona/index.php/rlec/article/view/87/114>>. Acesso em: 26 out. 2015.
- BENKO, Georges. *A Ciência Regional*. Lisboa: Celta Editora - Oeiras, 1999.
- BERNARDES, Nilo. *Bases geográficas do povoamento do Estado do Rio Grande do Sul*. Ijuí: Unijuí, 1997.
- BERTÊ, Ana Maria de Aveline et al. In: Perfil Socioeconômico - Corede Campanha. *Boletim Geográfico do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre, n. 26, p. 75-111, fev. 2016. Disponível em: <<http://oaji.net/articles/2017/4350-1487181628.pdf>>. Acesso em 23 set. 2017.
- BOBBIO, N., MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. *Dicionário de Política*. Brasília: Universidade de Brasília, 1998.
- BONNAL, P.; CAZELLA, A. A.; DELGADO, N. G. Contribuições ao estudo do

desenvolvimento territorial rural: reflexões metodológicas a partir do caso brasileiro. Biblio 3W. Revista *Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 30 de noviembre de 2012, Vol. XVII, nº 1002. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/b3w-1002.htm>>. Acesso em: 20 out. 2017.

BORBA, Marcos Flavio Silva. *La marginalidad como potencial para la construcción de "otro" desarrollo*. El caso de Santana da Boa Vista, Rio Grande do Sul, Brasil. Tese (Doutorado). Universidade de Córdoba, Córdoba, 2002.

BORTOLUZZI, Cristiane Greiwe. *Do barro de A Caverna ao cobertor mostardeiro: o artesanato a partir de uma perspectiva territorial*. 2017. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2017.

BOURDIEU, P.; SAINT-MARTIN, M. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (Org.). *A Sociologia de Pierre Bourdieu*. São Paulo: Olho d'Água, 2003.

BRANDÃO, Carlos Antonio. *Território e desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e o global*. Campinas: Unicamp, 2007.

BRASIL. *Decreto nº 37.608, de 14 de julho de 1955*, 1955. Disponível em: <Decreto nº 37.608, de 14 de julho de 1955>. Acesso em: 26 set. 2018.

_____. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. 1988. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm#art215%C2%A73>. Acesso em: 25 nov. 2018.

_____. *Decreto no 591*, de 6 de julho de 1992. 1992. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0591.htm>. Acesso em: 26 dez. 2017.

_____. *Lei n. 12.343*, de 2 de dezembro de 2010. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112343.htm>. Acesso em: 25 nov. 2018.

_____. *Lei 12.761*, de 27 de dezembro de 2012. 2012. Casa Civil. Brasília, 2012. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112761.htm>. Acesso em: 18 mai. 2016.

_____. *Normativa nº 2*, de 4 de setembro de 2013, 2013. Disponível em: <http://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/31050582/do1-2013-09-06-instrucao-normativa-n-2-de-4-de-setembro-de-2013-31050574>. Acesso em: 02 jan. 2018.

_____. *Decreto 8.084*, de 26 de agosto de 2013. 2013a. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D8084.htm>. Acesso em: 18 mai. 2016.

_____. *Instrução Normativa nº 2*, de 2 de outubro de 2014. 2014. Disponível em: <http://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/32105002/do1-

2015-01-13-instrucao-normativa-n-2-de-12-de-janeiro-de-2015-32104983>. Acesso em: 02 jan. 2018.

_____. *Instrução Normativa nº 5*, de 10 de maio de 2016. 2016. Disponível em: <http://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/21393137/do1-2016-03-14-instrucao-normativa-n-5-de-10-de-marco-de-2016-21393106>. Acesso em: 18 mai. 2016.

_____. *Ministério da Defesa/Comando Militar do Sul*. 2017. Disponível em: <<http://www.cms.eb.mil.br/index.php/home/unidades-do-cms/rio-grande-do-sul>>. Acesso em: 15 out. 2017.

_____. *Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil*. 2018. Disponível em: <www.atlasbrasil.org.br>. Acesso em: 24 nov. 2017.

_____. *Lei Rouanet*. 2018a. Disponível em: <<http://rouanet.cultura.gov.br/fnc/>> Acesso em: 23 nov. 2018.

_____. *Nota sobre a Medida Provisória que reduz parcela da cultura na receita das loterias*. Ministério da Cultura, 2018b. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/banner-2/-/asset_publisher/0u320bDyUU6Y/content/nota-sobre-a-medida-provisoria-que-reduz-parcela-da-cultura-na-receita-das-loterias/10883>. Acesso em: 16 jun. 2018.

_____. *PL 4682/2012*. Câmara dos Deputados. Brasília, 2018c. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=559088>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

_____. *Projeto de Lei PL 6233/2016*. Câmara dos Deputados. Brasília, 2018d. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2112879>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

CALABRE, Lia. *Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas*. In: III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 23 a 25 de maio de 2007, na Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador, 2007.

CANCLINI, Néstor García. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo, Editora Brasiliense. 1983.

_____. *Leitores, espectadores e internautas*. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

_____. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2010a

_____. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ. 2010b.

CARDOSO, Fernando Henrique. *Capitalismo e Escravidão no Brasil Meridional: o Negro na Sociedade Escravocrata do Rio Grande do Sul*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

CARRETTA, Angela Jagmin *et al.* *Diagnóstico Técnico – Dimensão Social*. In. Drumm,

Elisabeth C. (Org.). *Plano Estratégico de Desenvolvimento da Região da Campanha 2015-2030*. 1ed. Bagé: Ediurcamp, 2017.

CHARTIER, Roger. *A beira da falésia*. A história entre certezas e inquietude. Porto Alegre: UFRGS, 2002.

CODES, A. L. M.; SILVA, F. A. B.; ARAÚJO, H. E. Percepções e Cultura. In: SCHIAVINATTO, Fábio (Org.). *Sistema de indicadores de percepção social (SIPS)*. 1ª Ed. – Brasília: Ipea, 2011. 254 p. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3097/1/Livro_Sistema%20de%20indicadores%20de%20percep%C3%A7%C3%A3o%20social%20%28SIPS%29_1%20ed.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2018.

COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural: Cultura e Imaginário*. São Paulo: Iluminuras, 1997.

_____. *A cultura e seu contrário: Cultura, arte e política pós-2001*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

_____. Direito cultural no século XXI: expectativa e complexidade. *Revista Observatório Itaú Cultural / OIC* – n. 11, jan./abr. 2011. São Paulo: Itaú Cultural.

COREDE CAMPANHA. *Planejamento Estratégico da Campanha*. Caçapava do Sul, 2010. Disponível em: <<http://www2.al.rs.gov.br/forumdemocratico/LinkClick.aspx?fileticket=sXYZ9SGFu-4%3D&tabid=5363&mid=7972>>. Acesso em: 25 mai. 2016.

CORRÊA, Roberto Lobato. *Região e Organização Espacial*. 7ª ed. São Paulo: Ática, 2003.

CUNHA FILHO, F. H.; TELLES, M. F. P.; COSTA, R. V. Direitos Culturais no Governo Dilma: 7 Pecados do Capital, 7 Virtudes do Social. In: RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A.; CALABRE, L. (Orgs.). *Políticas culturais no governo Dilma*. Salvador: EDUFBA, 2015. 281 p. (Coleção Cult). Disponível em: <<http://www.direitosculturais.com.br/pdf.php?id=119>>. Acesso em: 25 nov. 2018.

DENZIN, N.; LINCON, Y. A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, N.; LINCON, Y; S. R. NETZ (Orgs.). *O Planejamento da Pesquisa Qualitativa*. Porto Alegre. ARTMED, 2006.

DONDERS, Y.; LAAKSONEN, A. Encontrando maneiras de medir a dimensão cultural nos direitos humanos e no desenvolvimento. *Revista Observatório Itaú Cultural / OIC* – n. 11 jan./abr. 2011, São Paulo: Itaú Cultural.

DRUMM, Elisabeth C. (Org.). *Plano Estratégico de Desenvolvimento da Região da Campanha 2015-2030*. 1ed. Bagé: Ediurcamp, 2017.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. *Comunicação, mídia e consumo*, vol. 4, n. 11, p. 115 - 135, nov. 2007.

_____. *Cartografias dos estudos culturais – Uma versão latinoamericana*/ Ana Carolina D. Escosteguy – ed. on-line – Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

_____; JACKS, N. Comunicação e Recepção. Uma visão latina-americana. *Razón y Palabra*, vol. 12, n. 57, jun.-jul. 2007. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520710003.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2018.

ETGES, Virginia Elisabeta. A região no contexto da globalização: o caso do Vale do Rio Pardo. In: VOGT, O.; SILVEIRA, R. *Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001.

_____. *Desenvolvimento Regional Sustentável: o território como paradigma*. Santa Cruz do Sul: REDES, vol. 10, 2005.

_____. Desenvolvimento regional: uma análise da metade sul do Rio Grande do Sul, Brasil. *Novos Cadernos NAEA*. v. 13, n. 2, p. 169-186, dez. 2010.

FÁVERO, Osmar. *Cultura popular educação popular: memória dos anos 60*. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. *Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora*. 2006. Tese (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

_____. As mediações de Jesús Martín-Barbero e os estudos de Comunicação no âmbito do Desenvolvimento Regional. *Intexto*, Porto Alegre, n. 43, p. 135-150, set./dez. 2018.

FÉLIX, Loiva Otero. Monarquia e república: Gaspar e Júlio. Os heróis na fala de chimangos e maragatos ... ou ... contrabando, corrupção, fraudes e beneplácitos na fala do historiador. In: RAMBO, A. B.; FÉLIX, L. O. (Orgs.). *Revolução Federalista e os teuto-brasileiros*. São Leopoldo: Unisinos; Porto Alegre: UFRGS, 1995.

FLICK, Uwe. *Desenho na pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Bookman/Artmed, 2009.

FLORES, Moacyr. *A Revolução Farroupilha*. Porto Alegre: Ed. Da Universidade / UFRGS, 1990.

_____. *Dicionário de história do Brasil*. Porto Alegre. EDIPUCRS, 1996.

FLORES, M.; FLORES, H. A. H. *Rio Grande do Sul: aspectos da Revolução de 1893*. Porto Alegre: Martins-Livreiro, 1993.

FLORES, Murilo. A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento – uma visão do estado da arte. In: *Territorios con identidade cultural*. Contribuição para o projeto desenvolvimento territorial a partir de serviços e produtos com identidade – RIMISP, 2006.

FREY, Klaus. Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. *Planejamento e Políticas Públicas*, n. 21, 2000.

- FURTADO, Celso. *Dialética do desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964.
- _____. *Teoria e Política do Desenvolvimento Econômico*. Abril S.A. Cultural. São Paulo, 1983.
- _____. *Cultura e desenvolvimento: em época de crise*. São Paulo, Cia. Paz e Terra, 1984.
- _____. *O capitalismo global*. 7. Ed. São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- _____. *O longo amanhecer: reflexões sobre a formação do Brasil*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. *Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura*. Furtado, Rosa Freire d'Aguiar (Org.). Rio de Janeiro: Centro Celso Furtado / Ed. Contraponto, 2012. Disponível em: <http://www.centrocelsofurtado.org.br/interna.php?ID_M=834>. Acesso em: 25 nov. 2018.
- GOLIN, Tau. *O povo do pampa: uma história de 12 mil anos do Rio Grande do Sul para adolescentes e outras idades*. 2. Edição. Passo Fundo: Sulina, 2001.
- GUERIN, Yheveli Serrano. *Múltiplos olhares, múltiplas mediações: as representações sociais da realidade entre os jovens rurais da microrregião de Santa Cruz do Sul*. 2017. Tese (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2017.
- GULLAR, Ferreira. Cultura popular. In: FÁVERO, Osmar (Org.). *Cultura popular educação popular: memória dos anos 60*. Rio de Janeiro: Graal, 1983.
- GRAMSCI, Antonio. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.
- HAESBAERT, Rogério. *Latifúndio e identidade regional*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1988.
- _____. *Territórios Alternativos*. Niterói: EdUFF; São Paulo: Contexto, 2002.
- HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- _____. Da Diáspora: identidade e mediações culturais. SOVIK, Liv (Org.). Tradução de Adelaine La Guardia Resende, Ana Carolina Escosteguy, Claudia Alvares, Francisco Rudiger, Sayonara Amaral. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- _____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HOSS, Lídia Schwantz. *Comunicação pública e saúde: o processo produtivo e suas mediações na comunicação hospitalar na 13ª coordenadoria regional de saúde do Rio Grande do Sul*. 2017. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2017.
- INCRA. *Relação de Beneficiários do Programa Nacional de Reforma Agrária (PNRA)* - Lista

Única, por SR/Projeto/Município/Código Beneficiário. Brasília, 2017. Disponível em: <<http://www.incra.gov.br/sites/default/files/uploads/reforma-agraria/rela-o-de-benefici-rios-rb-da-reforma-agr-ria/sr-11-rs1.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2017.

_____. *Mapa com o número de famílias assentadas no período de 1975 – 2016, nos Coredes do RS*. 2018. Disponível em: <<http://www.atlassocioeconomico.rs.gov.br/assentamentos-rurais>>. Acesso em: 14 mai 2018.

IPEA. *Glossário – IPEADATA*. 2017. Disponível em: <www.ipeadata.gov.br/doc/contas%20nacionais-conceitos.doc>. Acesso em: 16 dez. 2017.

IPEA. *SISPS – Sistema de Indicadores de Percepção Social – Cultura*. IPEA, 2010. Elaborado por: Frederico Barbosa, Herton Ellery Araújo e Ana Codes. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/101117_sips_cultura.pdf. Acesso em: 19 mar. 2018.

ISMÉRIO, C.; MEIRA, É. L. P.; DRUMM, E. Cr. Diagnóstico Técnico. In: DRUMM, Elisabeth C. (Org.). *Plano Estratégico de Desenvolvimento da Região da Campanha 2015-2030*. 1ed. Bagé: Ediurcamp, 2017.

JACKS, N; SCHMITZ, D. *Os meios em Martín-Barbero: antes e depois das mediações*. v.12 - nº 1 jan./abr. 2018 São Paulo – Brasil. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/137525/139748/>>. Acesso em: 25 nov. 2018.

JLEIVA. *Cultura nas Capitais*, 2018. Disponível em: <<https://www.jleiva.co/cultura-nas-capitais>>. Acesso em: 05 mar. 2019.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

LAAKSONEN, Annamari. O direito de ter acesso à cultura e dela participar como características fundamentais dos direitos culturais. *Revista Observatório Itaú Cultural / OIC* – n. 11, jan./abr. 2011, São Paulo: Itaú Cultural.

LIMA, L. L.; D'ASCENZI, L. Implementação de políticas públicas: perspectivas analíticas. *Revista de Sociologia Política*, Curitiba, v. 21, n. 48, p. 101-110, dez. 2013. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=23829759006>>. Acesso em: 26 de abr. de 2018.

LIMONAD, Ester. Brasil, século XXI – regionalizar para que? Para quem? In: LIMONAD et al. *Brasil Século XXI – por uma nova regionalização*. São Paulo: Max Limonad, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicação e mediações culturais. *Diálogos Midiológicos*, 6. Vol. XXIII, nº 1, janeiro/junho, 2000. Entrevista concedida à Cláudia Barcelos.

_____. “Pistas para entre-ver meios e mediações”. In: Prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão de *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2ª. Edição. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

_____. As formas mestiças da mídia. *Pesquisa FAPESP Online*, edição 163, p. 10-15,

setembro 2009a. Entrevista concedida à Mariluce Moura.

_____. Uma aventura epistemológica. *Matrizes*, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009b. Entrevista concedida à Maria Immacolata Vassalo de Lopes.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Introdução. In: MINAYO, M. C. S.; ASSIS, S. G.; SOUZA, E. R. (Org.). *Avaliação por triangulação de métodos: Abordagem de Programas Sociais*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2010. pp. 19-51.

MinC. *Plano Nacional de Cultura*. 2014. Disponível em <<http://pnc.culturadigital.br/>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

_____. _____. Relatório 2013 de acompanhamento das metas – 2ª edição, Brasília/DF, 2014a. Disponível em: <<http://pnc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/16/2014/06/Relat%C3%B3rio-final-completo1.pdf>>. Acesso em: 07 jan. 2018.

_____. _____. Relatório 2014 de acompanhamento das metas – 2ª edição, Brasília/DF, Dezembro de 2015. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/16/2015/12/relat%C3%B3rio-compilado_2%C2%AA-edi%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2018.

_____. _____. Relatório 2015 de acompanhamento das metas – 2ª edição, Brasília/DF, Setembro de 2016. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/16/2016/12/Relat%C3%B3rio-compilado_final.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2018.

_____. *Situação dos Estados e Municípios*. 2017. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/snc/situacao-dos-estados-e-municipios>>. Acesso em: 25 set. 2017.

_____. *Legislação*. Lei Rouanet. 2017a. Disponível em: <<http://rouanet.cultura.gov.br/legislacao/>>. Acesso em: 25 set. 2017.

_____. *Relatório 2016 de acompanhamento das metas – 2ª edição*, Brasília/DF, Dezembro de 2017b. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/16/2017/12/RELAT%C3%93RIO-COMPILADO_2016_2%C2%AA-edi%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2018.

_____. Relatório 2017 de acompanhamento das metas, 1ª. Edição. Brasília/DF, Dezembro de 2018. Disponível em: <pnc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/16/2018/12/RELAT%C3%93RIO-COMPILADO-2017.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2019.

_____. *Legislação Vale-Cultura*. Ministério da Cultura, 2018a. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10883/663683/Legisla%C3%A7%C3%A3o+Vale-Cultura/2b0aabdf-1dd9-4980-be33-1d24d6b424ef>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

_____. *Vale-Cultura*. 2018b. Disponível em: <<http://vale.cultura.gov.br/index>>. Acesso em: 07 Jan. 2018.

_____. *Vale-Cultura*. 2018c. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/valecultura>>. Acesso em: 07 jan. 2018.

MMA. *Pampa*. 2017. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/biomas/pampa>>. Acesso em: 16 dez 2016.

_____. *Mata Atlântica*. 2018. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/biomas/mata-atl%C3%A2ntica_emdesenvolvimento>. Acesso em: 15 dez 2018.

MOREIRA, I. A. G.; HAESBAERT, R. *Espaço e Sociedade no Rio Grande do Sul*. 4ª ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1995.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2007.

_____. *Cultura brasileira & identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2012.

PNDR I. *Sumário Executivo*. 2003. Disponível em: http://www.integracao.gov.br/c/document_library/get_file?uuid=240b7eb3-af5d-458a-ad65-1e9f4d5e9095&groupId=24915. Acesso em: 14 jun. 2014.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *A Revolução Farroupilha*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

PECQUEUR, Bernard. A guinada territorial da economia global. *Política e sociedade*. v. 8, n. 14. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2009.

REIS, Elisa Pereira. *Reflexões leigas para a formação de uma agenda de pesquisa em Políticas Públicas*. RBCS, São Paulo, v. 18 n. 51 fevereiro/2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v18n51/15982.pdf>>. Acesso em: 30 nov. 2015.

REIS, José. Território e políticas do território. A interpretação e a ação. *Finisterra*, v. 50, nº 100, 2015. Disponível em: <<https://revistas.rcaap.pt/finisterra/article/view/7868>>. Acesso em: 17 out. 2018.

RONSINI, Veneza V. Mayoara. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). *XIX Encontro da Compós*, na PUC-RJ, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_veneza_ronsini.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2015.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 13, p. 101-113, jun. 2007. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1469/934>>. Acesso em 15 set. 2015.

_____. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In: RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A. (Orgs). *Políticas culturais no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2007a.

_____. Políticas culturais no primeiro governo Dilma: patamar rebaixado. In: *Políticas culturais no governo Dilma*. RUBIM, A. A. C., CANELAS, A. A., BARBALHO, A.,

CALABRE, L. (Orgs.). Salvador: EDUFBA, 2015.

ROCHA, J. M.; ZANELLA, F. C.; CRUZ, R. C. Reforma agrária no Bioma Pampa: aspectos para repensar os métodos de desapropriação e distribuição de terras na Metade Sul do RS. *Cadernos de Agroecologia*, vol. 8, n. 2, nov 2013. Disponível em: <<http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/15065/9136>>. Acesso em: 26 ago. 2018.

SANTOS, Milton. *Sociedade e espaço: a formação social como teoria e método*. Espaço e Sociedade. Petrópolis: Vozes, 1982.

_____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp, 2012.

SCARABELOT, M.; SCHNEIDER, S. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Venéza/SC. *PPGDR*. Volume 15 – Número 20– jan./jun. 2012 - pp. 101-130.

SCHNEIDER, Sérgio. Tendências e temas dos estudos sobre desenvolvimento rural. *Congresso Europeu de Sociologia Rural*. Holanda, 2007.

SEBRAE. *Líder: uma metodologia de Liderança para o Desenvolvimento Regional*. CAMPOS, A. L. V et al (Org.). Porto Alegre: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul – Sebrae RS, 2018.

_____. *Perfil das cidades Gaúchas – 2019 – Aceguá*. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul – SEBRAE/RS, 2019a. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Acegua.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2019.

_____. *Perfil das cidades Gaúchas – 2019 – Bagé*. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul – SEBRAE/RS, 2019b. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Bage.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2019.

_____. *Perfil das cidades Gaúchas – 2019 – Caçapava do Sul*. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul – SEBRAE/RS, 2019c. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Cacapava_do_Sul.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2019.

_____. *Perfil das cidades Gaúchas – 2019 – Candiota*. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul – SEBRAE/RS, 2019d. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Candiota.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2019.

_____. *Perfil das cidades Gaúchas – 2019 – Dom Pedrito*. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul – SEBRAE/RS, 2019e. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Dom_Pedrito.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2019.

_____. *Perfil das cidades Gaúchas – 2019 – Hulha Negra*. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul – SEBRAE/RS, 2019f. Disponível em:

<https://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Hulha_Negra.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2019.

_____. *Perfil das cidades Gaúchas – 2019* – Lavras do Sul. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul – SEBRAE/RS, 2019g. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Lavras_do_Sul.pdf>. Acesso em: 21 Fev. 2019.

SILVEIRA, R. L. L. et al. Análise dos Planos Estratégicos de Desenvolvimento Regional em regiões selecionadas dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento. In: FELIPPI, Â. C. T. et al. (Org.). *Observando o planejamento regional no Rio Grande do Sul: uma análise da experiência recente dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento (COREDEs)*. Santa Cruz do Sul: EDIUNISC, 2015.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. Tradução Laura Teixeira Mott; revisão técnica Ricardo Doniselli Mendesa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de Comunicação. *Novos Olhares*, número 12, 2º semestre de 2003.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa da. *Financiamento cultural no Brasil contemporâneo*. Brasília, IPEA, 2017. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7523/1/td_2280.pdf>. Acesso em: 09 ago 2018.

SILVA, F.A. B., ARAÚJO, H. E. *Indicador de desenvolvimento da economia da cultura* /. Brasília: Ipea, 2010. 148 p. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/idecultweb.pdf>>. Acesso em: 25 Nov. 2017

SILVA, F. A. B.; ARAÚJO, H. E.; SOUZA, A. L. O consumo cultural das famílias brasileiras. In: SILVEIRA, F. G. et al. (Org.). *Gasto e consumo das famílias brasileiras contemporâneas*. Brasília: Ipea, 2007.

SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006, p. 20-45. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/soc/n16/a03n16.pdf>>. Acesso em: 30 nov. 2015.

UNISC. *Mestrado e Doutorado em Desenvolvimento Regional: Grupos de Pesquisa*. 2019. Disponível em: <<https://www.unisc.br/pt/cursos/todos-os-cursos/mestrado-doutorado/mestrado/mestrado-e-doutorado-em-desenvolvimento-regional/grupos-de-pesquisa-ppgdr>>. Acesso em: 24 mai. 2019.

VICENTE, V. M. B.; CALMON, P. C. D. P.. A Análise de Políticas Públicas na Perspectiva do Modelo de Coalizões de Defesa. *XXXV Encontro ANPAD*. Rio de Janeiro/RJ – 4 a 7 de setembro de 2011. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APB2163.pdf>>. Acesso em: 15 out 2017.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Materialismo*. Tradução André Glaser. São Paulo: Editora Unesp, 2011a. Disponível em: <<https://cbd0282.files.wordpress.com/2013/02/williams->

raymond-cultura-e-materialismo.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2018.

_____. *Cultura e sociedade (1780-1950)*. Tradução de Leônidas H. B. Hegenberg, Octanny Silveira da Mota e Anísio Teixeira. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2011b.

ZENERATTI, Fábio Luiz. Propriedade e latifúndio: introdução ao debate sobre sua origem e perpetuação no Brasil. *Caderno de Geografia*, v.27, n.50, 2017.

APÊNDICE A - CAMPANHA VALE-CULTURA 2015

ADESIVOS



CARTAZ CINEMA



CARTAZ CIRCO



CARTAZ LIVRARIA



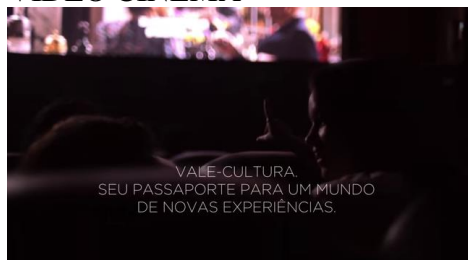
VÍDEO TEATRO¹⁰²



VÍDEO MÚSICA¹⁰³



VÍDEO CINEMA¹⁰⁴



¹⁰² Disponível em: - <https://www.youtube.com/watch?v=zcMj6FS3nxE>.

¹⁰³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3xasNIq9AYQ>.

¹⁰⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=23aSgbk63GI>.

CARTILHA PARA EMPRESAS



VOCÊ QUER OFERECER O VALE-CULTURA A SEUS FUNCIONÁRIOS?

Seja bem-vindo ao Programa de Cultura do Trabalhador.

Incentivar a vida cultural de seus trabalhadores é também colaborar para ressignificar o sentido do trabalho, reconhecendo a contribuição de cada indivíduo para o desenvolvimento da empresa e de todo o país. Ganhar-se na satisfação e na motivação do funcionário, no poder de sua atuação, no relacionamento com o corpo funcional, na qualificação da equipe e no protagonismo de uma intervenção social importante para a sociedade brasileira. As empresas que fornecem o Vale-Cultura aos seus empregados, chamadas de "empresas beneficiárias", podem ainda usufruir de incentivos conferidos pelo Governo Federal.

A cultura emociona e transforma. Reconheça este impacto dentro de sua empresa.

QUAIS SÃO OS REQUISITOS?
Todas as empresas com personalidade jurídica que estejam regulares perante a Receita Federal do Brasil e que tenham empregados com vínculo empregatício formal podem aderir ao Programa de Cultura do Trabalhador como beneficiárias.

BENEFÍCIOS PARA A EMPRESA
O valor despendido com o Vale-Cultura não constitui base de incidência de contribuição previdenciária ou do FGTS, não integra o salário de contribuição e é isento do imposto sobre a renda das pessoas físicas. Isso sem contar o benefício maior, de ver os resultados do investimento feito no seu empregado.

QUANTO CUSTA?
O Vale-Cultura é um adicional que não onera além do que representa ao beneficiado.

SEM O VALE-CULTURA	
Valor	R\$ 50,00
Encargos sociais	R\$ 34,09*
Descontos do colaborador	R\$ 0,00
Custo total	R\$ 84,09

*Média calculada com base no percentual de 68,7% de encargos sociais, conforme regra de empresas não optantes pelo Simples Nacional.

COM O VALE-CULTURA	
Benefício	R\$ 50,00
Encargos sociais	R\$ 0,00
Descontos do colaborador	R\$ 5,00**
Custo total	R\$ 45,00

**Valor de desconto para um colaborador que ganha cinco salários mínimos.

DESCONTO NA FOLHA DE PAGAMENTO
O desconto na folha de pagamento do trabalhador que recebe até cinco salários mínimos é opcional e de no máximo 10% do valor do benefício - ou seja, no máximo R\$ 5,00. O desconto na folha de pagamento dos trabalhadores que recebem mais de cinco salários mínimos é obrigatório e varia de 20% a 90% do valor do benefício.

CADASTRANDO SUA EMPRESA
Somente empresas cadastradas e autorizadas pelo Ministério da Cultura poderão usufruir dos benefícios fiscais e tributários que o programa oferece.

ESCOLHENDO E CONTRATANDO UMA OPERADORA
As operadoras são aquelas autorizadas pelo Ministério da Cultura e produz e comercializa os cartões do Vale-Cultura. Então, ao decidir se tornar uma beneficiária, no ato do cadastro, a empresa terá de optar por uma das operadoras credenciadas - mas isto não significa compromisso assumido e pode ser posteriormente alterado. A empresa é livre para consultar todas as operadoras cadastradas e contratar a que lhe for mais conveniente - é hora, por exemplo, de negociar a taxa de administração (que não é fixa e varia até o limite determinado de 6%) e avaliar os melhores serviços. A lista de operadoras está disponível em www.cultura.gov.br/valcultura.

ASSUMINDO O STATUS DE BENEFICIÁRIA
Pronto, agora a empresa já poderá distribuir os cartões do Vale-Cultura aos seus funcionários e assumir o status de empresa beneficiária: um lugar melhor para se trabalhar, uma corporação que valoriza seus colaboradores, um avanço de gestão e de posicionamento no âmbito da responsabilidade social.

PARA MAIS INFORMAÇÕES:
www.cultura.gov.br/valcultura
valcultura@cultura.gov.br

SIGA O PASSO A PASSO

- Acesse www.cultura.gov.br/valcultura
- Clique no botão CREDENCIAMENTO
- No menu, clique no link "Cadastrar Beneficiária"
- Preencha o formulário: é um cadastro simples e rápido, em que se informam CNPJ da empresa, CPF do responsável pela empresa junto ao programa, endereço, e-mail e telefones de contato da empresa, regime de tributação ao qual está submetida e quantidade de funcionários categorizados por faixa salarial.

SECRETARIA DE FOMENTO E INCENTIVO À CULTURA | MINISTÉRIO DA CULTURA | BRASIL

Fonte: MinC, 2018c.

CARTILHA PARA ESTABELECIMENTO COMERCIAL



VOCÊ QUER RECEBER O VALE-CULTURA COMO FORMA DE PAGAMENTO?

É com você mesmo que nós queremos falar. Este processo só se conclui se chegarmos até a sua empresa.

Centenas de milhares de empresas comercializam produtos e serviços culturais no Brasil. Quase 40 milhões de trabalhadores ganham até cinco salários mínimos. A proposta do Vale-Cultura é conectar estas duas pontas e fazê-las prosperar em retroalimentação. A meta do Ministério da Cultura é alcançar, até 2020, 3 milhões de cidadãos beneficiados, o que injetará R\$ 1,8 bilhão para o consumo cultural do país em um único ano. É mais do que se destina hoje ao incentivo fiscal da Lei Rouanet. É um aporte em circulação exclusivamente para o mercado cultural. A sua empresa não pode ficar de fora desta rede.

A cultura emociona e transforma. Cresça junto com o Vale-Cultura.

QUAIS SÃO OS REQUISITOS?
Para ser uma recebedora do Vale-Cultura e poder receber o benefício como forma de pagamento, a empresa deve exercer atividade econômica e comercializar bens, produtos ou serviços culturais compatíveis com a legislação do programa. A lista dos códigos do Classificador Nacional de Atividade Econômica (CNAE) incluídos e a de produtos que podem ser comercializados estão disponíveis em www.cultura.gov.br/valcultura.

BENEFÍCIOS PARA A EMPRESA RECEBEDORA
O cartão Vale-Cultura destina-se apenas ao consumo de produtos e serviços culturais, o que garante que seus beneficiados estejam com recursos em mãos, regularmente e exclusivamente, para consumir cultura: isto impacta o comportamento de consumo, cria novos públicos, amplia o acesso, transforma rotinas de famílias, sem intervir nas prioridades econômicas do cidadão. Deste modo, as empresas recebedoras se beneficiam da circulação destes recursos e podem definir estratégias de marketing específicas para potencializar a atração desses consumidores. As empresas recebedoras, assim como artistas, produtores e demais profissionais da cultura, são os principais impactados pela possibilidade de crescimento e autonomia da economia da cultura que o Vale-Cultura estimula.

HABILITAÇÃO NO PROGRAMA
O Vale-Cultura dispõe de uma lista de empresas operadoras autorizadas a operacionalizar a emissão e uso do cartão de benefício. Todas elas podem habilitar estabelecimentos a receberem o Vale-Cultura, ao fornecer uma máquina de operação do cartão. Por isso, o estabelecimento só vai poder receber o cartão Vale-Cultura das operadoras que o habilitaram, como se fossem bandeiras de cartão de crédito.

ESCOLHENDO UMA OPERADORA
Faça uma escolha estratégica: avalie os serviços prestados, as vantagens oferecidas e pesquise a operadora que mais atende trabalhadores em sua região, garantindo que mais pessoas possam consumir na sua empresa. Outra boa medida é consolidar habilitação com o maior número possível de operadoras, o que vai permitir uma ampla aceitação, sem restrições. Vale lembrar que a taxa de administração cobrada pelas empresas operadoras não é fixa, podendo variar até o limite de 6%, sendo possível negociação. A lista de operadoras está disponível em www.cultura.gov.br/valcultura.

ASSUMINDO O STATUS DE RECEBEDORA
Tornando-se uma recebedora do Vale-Cultura, a empresa reforça seu status de ambiente de negócios culturais, também protagonista de um processo de desenvolvimento de economia da cultura brasileira. Ao abrir este canal de recebimento, o seu teatro, livraria, galeria, cinema, circo, casa de instrumentos musicais, entre outros, potencializa sua rede de consumo.

ATRAINDO PÚBLICO
Uma empresa recebedora pode oferecer vantagens exclusivas para quem comprar produtos ou serviços culturais por meio do Vale-Cultura, tais como dias promocionais, desconto do meia-entrada.

NÃO ESQUEÇA
Uma empresa que recebe o cartão Vale-Cultura como forma de pagamento também pode ser uma empresa beneficiária e fornecer o Vale-Cultura aos seus funcionários. Avalie esta opção!

PARA MAIS INFORMAÇÕES:
www.cultura.gov.br/valcultura
valcultura@cultura.gov.br

E o Governo Federal trabalhando para o Brasil avança! | Ministério da Cultura | GOVERNO FEDERAL | BRASIL | CULTURA EDUCADORA

Fonte: MinC, 2018c.

A CULTURA EMOCIONA E TRANSFORMA.

E o Vale-Cultura é o seu passaporte para esse mundo de possibilidades.

O Vale-Cultura dá oportunidade para que mais pessoas tenham acesso a espetáculos, shows, cinema, exposições, livros, música, instrumentos musicais e muito mais. Se você é um trabalhador com carteira assinada, procure a sua empresa e peça o seu.

ENTENDENDO O VALE-CULTURA

O que é o Vale-Cultura?
É um benefício de R\$ 30,00 mensais concedido pelo empregador para os trabalhadores. É cumulativo e tem prazo de validade, e só pode ser usado para comprar produtos ou serviços culturais, em todo o Brasil.

Por que o Ministério da Cultura criou o Vale-Cultura?
O acesso à cultura estimula a reflexão e a compreensão da realidade, além de respeito à diversidade, o reconhecimento da identidade e a plena cidadania. Tudo isso é uma melhoria na qualidade de vida de todos os brasileiros. O Vale-Cultura também fomenta o crescimento da produção cultural em todo o Brasil.

Quem pode receber o Vale-Cultura?
Todos os trabalhadores que tenham vínculo empregatício formal com empresas que aderiram ao programa. O foco são aqueles que recebem até cinco salários mínimos, para estimular o acesso à cultura aos cidadãos de baixa e média renda.

Quem fornece o Vale-Cultura?
São as empresas empregadoras que fornecem este benefício aos seus empregados.

Quem aceita o Vale-Cultura como forma de pagamento?
O Vale-Cultura é aceito por uma rede de cerca de 40 mil empresas em todos os estados do país, inclusive lojas virtuais. Apenas empresas que comercializam produtos e serviços culturais podem se habilitar como recebedores.

Como este dinheiro chega ao trabalhador?
O valor do Vale-Cultura é creditado por meio de cartão magnético pré-pago, emitido por uma operadora de cartão.

O Vale-Cultura é uma bolsa oferecida pelo Governo Federal?
Não. O Vale-Cultura é um benefício trabalhista, assim como o auxílio-transporte ou o auxílio-alimentação. São as empresas que aceitam com a sua oferta para os seus empregados. Não se trata de uma bolsa, nem é o Governo que concede o Vale-Cultura.

O trabalhador paga algum valor para receber o Vale-Cultura?
Depende. Para o trabalhador que recebe até cinco salários mínimos, o desconto em folha de pagamento é opcional para a cultura aos cidadãos de baixa e média renda. Para as empresas empregadoras e de no máximo 10% do valor do benefício. Para os trabalhadores que ganham acima dessa faixa, o desconto é obrigatório e varia de 20% a 90% do valor do benefício.

Valor do salário	Valor opcional do desconto
Até 1 salário mínimo	R\$ 1,00
Entre 1 e 2 salários	R\$ 2,00
Entre 2 e 3 salários	R\$ 3,00
Entre 3 e 4 salários	R\$ 4,00
Entre 4 e 5 salários	R\$ 5,00

Para consultar o valor de desconto referente a outras faixas salariais, acesse www.cultura.gov.br/valdecultura.

O que a empresa que concede o benefício ganha com o Vale-Cultura?
Além de reforçar a seus compromissos com o bem-estar de seus trabalhadores, a empresa pode agregar valor ao salário sem incidência de encargos sociais e trabalhistas.

Os servidores públicos podem ser beneficiados?
A legislação não prevê a participação de servidores públicos, mas, para que eles tenham direito ao benefício, deve haver uma iniciativa de cada município, estado ou do União na adoção de medidas próprias. Basta que se inscrevam no modelo do programa e aprovem uma legislação para regulamentar o seu próprio Vale-Cultura.

Perguntas frequentes, legislação, vídeos, manuais, sistema de credenciamento, lista de operadoras e outras informações, acesse: www.cultura.gov.br/valdecultura

NA PRÁTICA

1 SE VOCÊ É UM TRABALHADOR COM CARTEIRA ASSINADA, VOCÊ PODE RECEBER O VALE-CULTURA. JÁ PENSOU EM PEDIR À SUA EMPRESA?

2 TODA EMPRESA BRASILEIRA PODE CONCEDER O VALE-CULTURA PARA SEUS EMPREGADOS E SE TORNAR UMA "EMPRESA BENEFICIÁRIA".

3 PARA TANTO, A EMPRESA DEVE FAZER SUA INSCRIÇÃO NO SISTEMA DO VALE-CULTURA (WWW.VALECULTURA.GOV.BR) COM O SIMPLES E RÁPIDO PREENCHIMENTO DE UM FORMULÁRIO.

4 NO MOMENTO DA INSCRIÇÃO, A EMPRESA TERÁ DE ESCOLHER UMA DAS "OPERADORAS" QUE SÃO AS AUTORIZADAS A EMITIR E COMERCIALIZAR OS CARTÕES DO VALE-CULTURA.

5 OS TRABALHADORES RECEBERÃO DE SEUS EMPREGADORES OS CARTÕES DO VALE-CULTURA, EMITIDOS PELAS OPERADORAS, COM CREDITO PRÉ-PAGO DE R\$ 30,00 POR MÊS.

6 COM O VALE-CULTURA, É POSSÍVEL COMPRAR INGRESSOS DE TEATRO, CINEMA, MUSEUS, ESPETÁCULOS, SHOWS, CIRCOS, ALÉM DE CDS, DVDs, LIVROS E REVISTAS, OU AINDA PAGAR MENSAIS DE CURSOS ARTÍSTICO-CULTURAIS, POR EXEMPLO.

7 COMO O BENEFÍCIO É CUMULATIVO E NÃO TEM PRAZO DE VALIDADE, OS TRABALHADORES PODEM GUARDAR PARA FAZER COMPRAS MAIORES, COMO UM INSTRUMENTO MUSICAL, INGRESSO DE UM GRANDE FESTIVAL, ENTRADA DO CINEMA PARA TODA A FAMÍLIA E MUITO MAIS.

8 O VALE-CULTURA É EXCLUSIVO PARA CONSUMO CULTURAL. POR ISSO, APENAS ESTABELECIMENTOS QUE COMERCIALIZAM PRODUTOS E SERVIÇOS CULTURAIS SÃO AUTORIZADOS A RECEBER-LO. CERCA DE 40 MIL "EMPRESAS RECEBEDORAS" ESTÃO ATIVAS EM TODOS OS ESTADOS DO PAÍS, INCLUSIVE LOJAS VIRTUAIS.

9 PARA ACEITAR O VALE-CULTURA COMO FORMA DE PAGAMENTO, AS RECEBEDORAS DEVEM TER MÁQUINA DE OPERAÇÃO DOS CARTÕES. POR ISSO, ELAS TAMBÉM DEVEM SE ARTICULAR COM AS OPERADORAS.

10 PRONTO! O CICLO DO VALE-CULTURA ESTÁ COMPLETO E ATIVO PARA UMA REDE DE PESSOAS E EMPRESAS, EM UMA CONEXÃO QUE É POSITIVA PARA TODO MUNDO.

PARA MAIS INFORMAÇÕES:
www.cultura.gov.br/valdecultura
valdecultura@cultura.gov.br

www.cultura.gov.br
Ovidória MinC: ovidoria@cultura.gov.br

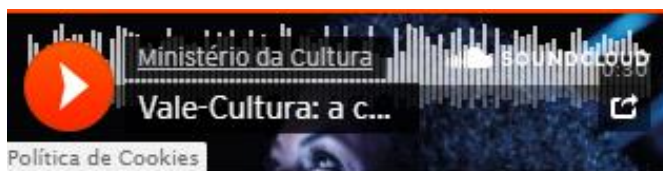
Fonte: MinC, 2018c.

APÊNDICE B - CAMPANHA VALE-CULTURA 2017

VÍDEOS



SPOT DE ÁUDIO



Fonte: MinC, 2018c.

APÊNDICE C - VALE CULTURA NA IMPRENSA REGIONAL

Política 16/11/2013

Fuca propõe Vale-Cultura em Bagé

Petista visa facilitar acesso de segmentos a ações culturais



Crédito: Divulgação/FS

Com objetivo de proporcionar uma política pública direcionada ao acesso à arte e à cultura, o vereador Rafael Fuca (PT) apresentou anteprojeto de lei que institui em Bagé o Vale-Cultura. A iniciativa é destinada a fornecer aos trabalhadores o direito e meios de acesso à cultura, entre eles o acesso e visitação a produtos e serviços culturais, estabelecimentos e espetáculos culturais e artísticos. A proposta abrange as áreas culturais de artes cênicas, visuais, audiovisuais, literatura e humanidades, musical e patrimônio. O anteprojeto prevê que podem ser beneficiados estudantes da rede pública, servidores públicos municipais, associações de moradores e entidades filantrópicas cadastradas no município.

Acesso Os critérios para acesso ao Vale-Cultura devem ser dispostos em lei complementar. O valor deverá ter caráter semestral e será fixado em decreto pelo prefeito. O valor a ser empregado no Vale-Cultura será constituído pela composição de um fundo específico, que poderá ter como fonte de financiamento recursos próprios do município, doações em geral e venda de espaços publicitários em espaços públicos aprovados na forma da lei. Os servidores municipais que podem ter acesso ao benefício não podem ultrapassar cinco salários mínimos de remuneração. O Vale-Cultura não terá natureza salarial, nem se incorpora à remuneração para quaisquer efeitos, nem constitui base de incidência de contribuição previdenciária. Fuca ressalta que a proposta atende a uma reivindicação da sociedade. "Os mecanismos existentes de apoio ao consumo cultural têm se mostrado insuficientes para atender à crescente amplitude de ações, direitos e necessidades culturais praticadas e demandadas pela sociedade, gerando novos campos de exclusão", apresenta o vereador na justificativa. O petista salienta que o anteprojeto dialoga com a recente aprovação do Vale-Cultura pela Câmara Federal, que pode beneficiar até 16 milhões de brasileiros. Da mesma forma, torna-se possível a execução porque não dispõe sobre oneração ao município, apenas sugere que a sociedade poderá empregar e as fontes que podem constituir um fundo específico.

<http://www.jornalfolhadosul.com.br/noticia/2013/11/16/fuca-propoe-vale-cultura-em-bage>

Figura 1C: Fuca propõe Vale-Cultura em Bagé

Fonte, Jornal Folha do Sul, 16/11/2013.

Geral 03/12/2013

Desinformação atrasa funcionamento do Vale-Cultura na cidade

Cadastro deve ser feito pela internet



Crédito: Divulgação/FS

Sancionado em dezembro do ano passado, o Vale-Cultura ainda não tem adesão em Bagé. No valor de R\$ 50 por mês, o programa é voltado para trabalhadores que recebem até cinco salários mínimos (R\$ 3.390) e o benefício deve ser utilizado para consumo cultural (livros, DVDs, ingressos para teatro, cinema).

O vereador Rafael Fuca é o autor de um anteprojeto na Câmara de Vereadores que busca incentivar a adesão ao programa. "Meu objetivo é dar suporte à Secretaria de Cultura, de modo que as pessoas tenham um acesso mais fácil aos bens culturais. O projeto foi aprovado na Câmara e enviado para o Poder Executivo para apreciação", destaca.

Segundo o prefeito Dudu Colombo, o anteprojeto já está sendo avaliado pela Procuradoria Jurídica. "Esta é uma matéria nova para nós e estamos fazendo uma avaliação jurídica do processo e, em breve, devemos

ter uma posição", enfatiza.

Mesmo com esta movimentação, a falta de informação ainda é grande. Fuca diz que o texto do projeto prevê que a adesão ao Vale-Cultura seja feita, primeiramente, aos funcionários da Prefeitura. "Como o empresário faz para se cadastrar não sei informar. Mas buscamos que este processo seja iniciado pela Prefeitura, bem como a divulgação do serviço", completa.

De acordo com o Governo Federal, os empresários interessados devem efetuar seu cadastro diretamente no site do Ministério da Cultura (<http://www.cultura.gov.br/valecultura>).

Descontos O desconto na remuneração do trabalhador com até cinco salários mínimos varia de R\$ 2 a R\$ 5. Quem ganha até um salário paga R\$ 1. De um até dois salários, o desconto é de R\$ 2. Acima de dois até três, R\$ 3. Acima de três até quatro, R\$ 4. Acima de quatro até cinco, R\$ 5. Para os empregados que ganham acima dessa faixa, o desconto varia de 20% a 90% do valor do benefício, ou seja, pode chegar a R\$ 45. Vale lembrar que fica a critério do empregado a participação no programa, desde que o empregador tenha feito a adesão.

Até 2017, as empresas que aderirem ao Programa de Cultura do Trabalhador e distribuírem o Vale-Cultura a seus trabalhadores poderão descontar do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) os valores investidos na aquisição do benefício. A dedução estará limitada a 1% do IRPJ devido com base no lucro real trimestral ou no lucro real apurado no ajuste anual.

O Vale-Cultura é cumulativo, ou seja, caso o beneficiário queira adquirir um artigo com valor acima dos R\$ 50, pode acumular valores sem ser descontado. São as operadoras que vão produzir e distribuir os cartões magnéticos. São elas também que habilitarão os estabelecimentos que quiserem aceitar o Vale-Cultura. A taxa de administração cobrada pela operadora dos estabelecimentos e empresas beneficiárias (aquelas que oferecem o benefício aos funcionários) não poderá ultrapassar a marca dos 6%.

<http://www.jornalfolhadosul.com.br/noticia/2013/12/03/desinformacao-atrasa-funcionamento-do-vale-cultura-na-cidade>

Figura 2C: Desinformação atrasa funcionamento do Vale-Cultura na cidade

Fonte: Jornal Folha do Sul, 03/12/2013.

Geral 28/02/2014

O Vale-Cultura ao alcance dos bageenses

Empresário diz que decisão será influência pela sensibilidade dos patrões



O Vale-Cultura é um benefício oferecido pelo Governo Federal, mas que precisa da adesão dos empregadores, no valor de R\$ 50 mensais, a todos os trabalhadores de carteira assinada. O valor pode ser utilizado, em todo território nacional, no teatro, cinema, livraria, papelarias, museus, cursos em diversas áreas, espetáculos, shows, circo ou até mesmo na compra ou aluguel de CDs, DVDs, instrumentos musicais, revistas e jornais, entre outros. Ainda para quem pretende investir em um programa mais caro, o crédito é cumulativo e não tem prazo de validade.

Para estimular a adesão das empresas ao Vale-Cultura, o governo vai permitir o abate a despesa no imposto de renda em até 1% do imposto devido, para as que têm lucro real. As empresas baseadas no lucro presumido ou simples também podem participar, o incentivo para estas é a isenção dos impostos trabalhistas e dos encargos sociais sobre o valor do Vale, uma vez que o benefício não se caracteriza salário.

Para fazer a adesão, os ofertantes precisam se dirigir ao banco com o qual mantém vínculo. No caso dos clientes Banrisul, a instituição está chamando os proprietários de estabelecimento, que podem receber o Vale-Cultura, para fazer o cadastro e oferecer a seus clientes o acesso ao benefício através do cartão magnético, relata a funcionária do Banrisul, Flávia Silva. Outros ainda são cadastrados automaticamente, pois já possuem a máquina no Banricompras.

Arquivo/FS

Nogueira diz que é preciso usar corretamente o vale

Quem oferece

Do outro lado, a empresa empregadora, precisa contatar a instituição financeira com qual se relaciona e solicitar a emissão dos cartões do Vale, que posteriormente serão distribuídos aos trabalhadores.

Entre os empreendedores que já foram chamados para o cadastro, está o proprietário do cinema Cine 7, Sérgio Gonçalves, que aprova o vale, pois acredita que o incentivo para o consumo cultural é sempre bem-vindo.

Gonçalves aguarda somente a finalização da inscrição junto ao banco para começar a receber o benefício no cinema. "O processo no banco foi simples. O que eu acho que pode demorar um pouco é o entendimento dos empresários quanto à importância do benefício". A decisão, segundo Gonçalves, vai depender da sensibilidade do patrão.

Já o proprietário da livraria LEB, Richarles Nogueira, relatou que já está recebendo o Vale, nas suas duas lojas, e que já houve compras feitas com o benefício. "Eu acho válido desde que seja destinado para o fim correto".

Nogueira salienta que o valor pode proporcionar o acesso a bens culturais para aqueles que não teriam essa possibilidade financeira. E também servir de estímulo: "a aqueles que não dão importância, podem começar a aderir já que terão o incentivo para ler e ir a um espetáculo".

<http://www.jornalfolhadosul.com.br/noticia/2014/02/28/o-vale-cultura-ao-alcance-dos-bageenses>

Figura 3C: O Vale-Cultura ao alcance dos bageenses

Fonte: Folha do Sul, 28/02/2014.

Política 04/09/2014

Em busca da efetivação do Vale-Cultura

Encontro abordou implantação da iniciativa em Bagé



Crédito: Divulgação/FS

Em reunião, na manhã de ontem, no gabinete do prefeito, autoridades abordaram a respeito da efetivação do chamado Vale-Cultura no município. A instituição da medida, na Rainha da Fronteira, vale lembrar, foi uma proposta do vereador Rafael Fuca (PT). Ele, aliás, participou do encontro com o prefeito Luís Eduardo Dudu Colombo dos Santos, com o secretário de Cultura, Silvio Machado, com o consultor do Vale-Cultura, Carlos Augusto Neves, e o operador da empresa de cartão, Hiran Gógia. O objetivo da reunião, conforme o parlamentar, foi para chamar as empresas já cadastradas na iniciativa. Nos próximos dias, diz ele, um novo encontro deve estabelecer a data para o lançamento do programa. Fuca lembra que é dever do governo "garantir a cultura como um direito essencial do ser humano, tão necessário quanto educação, saúde e demais áreas sociais".

Entenda

O Vale-Cultura é um benefício oferecido pelo governo federal, mas que precisa da adesão dos empregadores, no valor de R\$ 50 mensais, a todos os trabalhadores com carteira assinada. O valor pode ser utilizado, em todo território nacional, nos teatros, cinemas, livrarias, papelarias, museus, cursos em diversas áreas, espetáculos, shows, circos ou até mesmo na compra ou aluguel de CDs, DVDs, instrumentos musicais, revistas e jornais, entre outros. O crédito é cumulativo e não tem prazo de validade.

<http://www.jornalfolhadosul.com.br/noticia/2014/09/04/em-busca-da-efetivacao-do-vale-cultura>

Figura 4C: Em busca da efetivação do Vale-Cultura

Fonte: Folha do Sul, 04/09/2014.

Geral 20/06/2015

Problemas no número excessivo de operadoras atrapalha utilização do Vale-Cultura

Apesar de oferecerem muitas opções, empresas não conseguem reunir todas bandeiras

Depois de quase dois anos do lançamento do Vale-cultura, proposta que faz parte das ações do Ministério da Cultura, muitos beneficiários ainda têm problemas para utilizar o serviço, devido ao grande número de operadoras responsáveis por gerar os cartões. No total, são cerca de 40 em todo o Brasil. Sendo estas, contratadas pelas empresas que têm interesse em beneficiar os empregados. Os funcionários recebem R\$ 50 mensais para adquirir produtos e ingressos culturais como, por exemplo, entrada para cinema, exposições, teatro, cursos de artes, circo, dança, fotografia, música, livros, DVDs, instrumentos musicais, revistas, entre outros. Em Bagé, alguns locais aderiram ao serviço, mas relatam que o número excessivo de operadoras e bandeiras dos cartões acaba prejudicando. De acordo com o proprietário do Cine7, Sérgio Gonçalves, a dificuldade se dá quando surgem outros cartões que não são aceitos pelas máquinas que ele possui. “A questão é que, além de termos que adquirir mais máquinas, temos um grande valor com aluguel mensal. É absurdo termos que manter quatro máquinas, sendo que muitas vezes não compensa o número de usuários”, explica.

O mesmo problema ocorre em outros fomentadores da cultura em Bagé como é o caso da Companhia dos Livros. Segundo a vendedora, Joceli Lucas, a livraria conta com três máquinas e, apesar de atender várias operadoras, já ocorreram reclamações. “Já aconteceu do cliente tentar passar o Vale-Cultura, mas nós não temos aquela operadora específica. São raras as vezes, pois as três máquinas que temos abrangem várias bandeiras”, relata. Outra empresa que trabalha com o vale é a LEB, Livraria e Cafeteria. Para o proprietário Richarles Nogueira, a iniciativa é excelente, mas a forma como é realizada não é a melhor. Apesar de oferecer o serviço por meio de três equipamentos, a ação acabou se tornando um bom negócio para as operadoras. “A saída seria, ou ter uma forma universal para aceitar os cartões ou haver mais divulgação e popularização do Vale-Cultura, com mais pessoas tendo acesso. Assim, aumentando o público, os custos em manter as máquinas não se tornariam tão altos”, ressalta. Segundo os três estabelecimentos, o problema, além do risco de não oferecer a máquina que passe o cartão, está nos altos custos das taxas de administração e aluguel destas.



Foto: Francisco Bosco

Empresário acredita que existam soluções para problema

Como funciona

Fazem parte do processo de concessão e operacionalização do Vale-Cultura: empresas beneficiárias, empresas receptoras e operadoras. Podem ser beneficiados todos trabalhadores que possuem vínculo empregatício formal com pessoas jurídicas que aderiram ao programa. O foco é beneficiar os trabalhadores de baixa e média renda, que possuam até cinco salários mínimos.

A empresa que tem interesse em aderir ao programa deve se cadastrar ao Ministério da Cultura por meio do endereço eletrônico <http://www.cultura.gov.br/valecultura> e preencher o formulário para cadastrar beneficiária. Depois é preciso escolher e contratar uma operadora. Em relação a taxa de administração, não é fixa e é possível negociar. As empresas operadoras não poderão praticar taxas de administração inferiores a zero nem superiores a 6%.

Funcionários beneficiados Para o trabalhador que recebe até cinco salários mínimos, o desconto em folha de pagamento é opcional pela empresa empregadora. O máximo cobrado é de 10% do valor do benefício, ou seja, R\$ 5,00. Para quem ganha até um salário, paga R\$1. Acima de um e até dois salários, o desconto é de R\$2. Assim por diante até cinco salários, R\$5,00. Acima de cinco, os empregados podem ser descontados de 20% a 90%.

<http://www.jornalfolhadosul.com.br/noticia/2015/06/20/problemas-no-numero-excessivo-de-operadoras-atrapalha-utilizacao-do-vale-cultura>



Foto: Fernando Moura

Gonçalves relata que para atender todas operadoras, é preciso adquirir muitas máquinas

Figura 5C: Problemas no número excessivo de operadoras atrapalha utilização do Vale-Cultura

Fonte: Folha do Sul, 20/06/2015.

Vale-cultura pode ser ampliado para eventos esportivos

O projeto que altera a lei 12.761 (instituída para normatizar o vale-cultura), permitindo a utilização do benefício para o ingresso em eventos esportivos, foi aprovado pela Comissão de Cultura da Câmara dos Deputados. A proposta, de autoria de Afonso Hamm (PP-RS), agora será analisada conclusivamente pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ).

O parecer do relator, deputado Marcelo Matos (PDT-RJ), foi favorável à matéria. “O esporte é expressão cultural; o evento esportivo é um bem cultural”, disse. “O trabalhador tem o

direito de ter acesso a todo e qualquer bem cultural, sem preconceitos, conforme sua escolha”, completou.

O vale-cultura é um benefício de R\$ 50 mensais, oferecido por empresas a trabalhadores que recebem até cinco salários mínimos, que pode ser usado para pagar ingressos de teatro, cinema, circo, museus, shows de música, e para comprar livros e revistas. Atualmente, também é possível pagar mensalidades de cursos de audiovisual, dança, circo, fotografia, música, literatura, teatro, entre outras atividades culturais.

https://issuu.com/jornalminuanobage/docs/jornal_minuano_-_dia_08-08-2015

Figura 6C: Vale-cultura pode ser ampliado para eventos

Fonte: Jornal Minuano, 08/08/2015.

VALE-CULTURA COMPLETA TRÊS ANOS COM BAIXA ADEÇÃO

Há três anos, a lei do Vale-Cultura foi sancionada pela presidente Dilma Rousseff. Trata-se de um benefício concedido pelo empregador aos seus trabalhadores com vínculo empregatício formal. Aqueles com renda de até cinco salários mínimos (público-alvo prioritário) recebem um cartão magnético pré-pago com crédito de R\$ 50 mensais. O valor, que é cumulativo, pode ser usado para compra de livros, ingressos para cinema, shows, além de CDs e DVDs, jornais e revistas. A utilização em Bagé, porém, reflete a baixa adesão das empresas.

nas 3%. Ele comenta que o principal entrave é quanto às máquinas de cartões.

Acontece que cada vale é vinculado à conta bancária do funcionário e, por conseguinte, a uma rede. Nem sempre os estabelecimentos recebem o cartão do cliente, pois não possuem a máquina para aquela rede. Ele comentou não aceitar, por exemplo, os vinculados aos bancos do Brasil e Caixa Econômica Federal.

O proprietário de uma livraria local, Richarles Nogueira, opina que a adesão aumentou, ainda que, de fato, esteja restrita a bancos e repar-

O proprietário da sala de cinema local, Sérgio Gonçalves, diz que percebe maior adesão de órgãos públicos e bancários. Mas a venda mensal de ingressos, com pagamento pelo Vale-Cultura, quando considerados apenas os cartões, é referente a ape-

tições públicas. Mas quando questionado sobre o percentual de vendas, admite que é baixo: apenas 5%. “Ainda falta divulgação”, argumenta. Para ele, é preciso informar sobre o benefício e a possibilidade de acesso à cultura que oportuniza.

https://issuu.com/folhadosul/docs/edi_o_final_29_12

Figura 7C: Vale-Cultura completa três anos com baixa adesão

Fonte: Folha do Sul, 29/12/2015.

02 | **Ponto de Vista**
BAGÉ, 05 DE MAIO DE 2016 | JORNAL MINUANO

O trunfo da leitura

O segmento de livros, jornais e revistas lidera a lista de gastos associados ao Vale-Cultura. Os dados divulgados, ontem, pelo Programa de Cultura do Trabalhador, do governo federal, revelam que os mais de 480 mil cidadãos que dispõem do benefício consumiram R\$ 265 milhões em produtos e serviços culturais desde 2013. Ocorre que 65,7% deste volume (pouco mais de R\$ 174 milhões) atende aos anseios dos hábitos de leitura. O cinema, que não está presente em todas as cidades do Brasil, ocupa a segunda posição na escolha dos beneficiados, respondendo por 21,5% do gasto.

O Vale-Cultura é concedido pelo empregador, aos trabalhadores com vínculo empregatício formal, prioritariamente àqueles que recebem até cinco salários mínimos. O benefício é repassado por meio de um cartão pré-pago, com crédito de R\$ 50 mensais. Com o valor, que é cumulativo, é possível comprar ingressos de teatro, cinema, museus, espetáculos, shows e circos, além de pagar mensalidades de cursos artístico-culturais. A extensa agenda, entretanto, não é realidade em grande parte dos municípios. Além da adesão, representada por 1,3 mil em-

presas de todo o País, é importante atentar para a pauta de consumo. A liderança exercida pela literatura mexe com visões pré-concebidas. A mais popular, que costuma ensaiar prazo para o término das publicações editadas nos tão questionados 'formatos tradicionais', não encontra refúgio nos recentes números oficiais. A discussão sobre o futuro de livros, jornais e revistas, especificamente neste caso, parece estar mais atrelada às questões econômicas e de logística do que à seara tecnológica propriamente dita.

Acesso em: <https://issuu.com/jornalminuanobage/docs/20160505>

Figura 8C: O trunfo da leitura

Fonte: Jornal Minuano, 05 de maio de 2016.

APÊNDICE D - ROTEIRO DE ENTREVISTAS ENVOLVIDOS COM A CULTURA NA RCC

Pergunta 1: Sobre a Região da Campanha – Corede (Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul): o que caracteriza a região? Existem elementos que a distinguem/diferenciam a região e que a valorizam/desvalorizam? Quais?

Pergunta 2: Como se caracteriza o desenvolvimento da região? Quais os elementos que impedem/impulsionam o seu desenvolvimento?

Pergunta 3: O que significa a cultura para a região? Como é percebida a relação da cultura nas perspectivas **econômica, cidadã e simbólica** (formação de sentidos)?

Pergunta 4: Na região da Campanha, a cultura é um elemento essencial para a produção de produtos diferenciados, próprios e característicos da região?

Pergunta 5: O que representa a cultura tradicionalista, para a região? E a cultura fronteiriça?

Pergunta 6: Qual a relação/ importância da cultura para a concepção de desenvolvimento regional, na Campanha?

Pergunta 7: Na sua opinião, qual a atuação dos atores regionais para a definição e implementação de políticas públicas para o desenvolvimento (econômico, social e ambiental) da região, em diferentes escalas? E para a cultura?

Pergunta 8: Sobre o Sistema Nacional de Cultura, e nele o Plano de Nacional de Cultura, como o avalia e qual a sua importância para a Região da Campanha, nos diferentes governos (Lula – 2003-2010, Dilma – 2011-2016, Temer – 2016-atual)? (*providenciar cartão com objetivos do PNC e os diferentes períodos de governo*).

Pergunta 9: Na sua opinião qual a importância de políticas públicas orientadas para a **produção cultural**? Em que medida a Região da Campanha se apropria e promove ações nesse sentido, em benefício do seu desenvolvimento?

Pergunta 10: Na sua opinião qual a importância de políticas públicas orientadas para o **consumo cultural**? Em que medida a Região da Campanha se apropria e promove ações nesse sentido, em benefício do seu desenvolvimento?

Pergunta 11: Qual a sua percepção sobre a Economia da Cultura, na perspectiva desenvolvimento da Região da Campanha?

Pergunta 12: Quanto ao Programa Cultura do Trabalhador (Vale Cultura), qual a importância/limites dessa política pública para o desenvolvimento da região? Na sua opinião qual o impacto potencial dessa política para a promoção da cultura, na perspectiva econômica, cidadã e simbólica (produção de sentidos)?

Pergunta 13: Como avalia o processo de comunicação na definição e implementação do Vale Cultura? Em que medida questões relacionadas ao poder e a política limitam/condicionam ou ampliam/projetam a implementação de políticas públicas de cultura do interesse da região?

Pergunta 14: Como os interesses (políticos, econômicos e sociais) das instituições (públicas e da sociedade civil organizada), incidem sobre a produção e o consumo de bens/serviços culturais, ou o próprio Vale Cultura?

Pergunta 15: Alguma consideração ou contribuição?

APÊNDICE E - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS TRABALHADORES QUE ADERIRAM AO VALE-CULTURA NA RCC

UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL – UNISC

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL – DOUTORADO

Você está convidado(a) a responder este questionário que faz parte da coleta de dados da pesquisa de doutorado em Desenvolvimento Regional, UNISC “DA PRODUÇÃO AO CONSUMO CULTURAL: AS MEDIAÇÕES NA IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA CULTURA DO TRABALHADOR – VALE-CULTURA NA REGIÃO DO COREDE CAMPANHA-RS”, sob responsabilidade da pesquisadora Prof^a Elisabeth Cristina Drumm, CI 1036157186, fone 51 984092736, sob a orientação da Profa. Ângela Filipe. Caso você concorde em participar da pesquisa, leia com atenção os seguintes pontos: a) você é livre para, a qualquer momento, recusar-se a responder às perguntas que lhe ocasionem constrangimento de qualquer natureza; b) você pode deixar de participar da pesquisa e não precisa apresentar justificativas para isso; c) sua identidade será mantida em sigilo; d) caso você queira, poderá ser informado(a) de todos os resultados obtidos com a pesquisa, independentemente do fato de mudar seu consentimento em participar da pesquisa.

1 Sexo 1 Masculino 2 Feminino

2 Idade: _____ anos

3 Sua Escolaridade

- | | |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental incompleto | 2 <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental completo |
| 3 <input type="checkbox"/> Ensino Médio incompleto | 4 <input type="checkbox"/> Ensino Médio completo |
| 5 <input type="checkbox"/> Ensino Superior incompleto | 6 <input type="checkbox"/> Ensino Superior completo |
| 7 <input type="checkbox"/> Pós-graduação incompleta | 8 <input type="checkbox"/> Pós-graduação completa |
| 9 <input type="checkbox"/> Outra: _____ | |

4 Seu Estado Civil

- 1 Solteiro/a 2 Casado/a 3 Separado/a 4 Divorciado/a 5 Viúvo/a

5 Qual a faixa de renda (salário Mínimo – SM), aproximadamente, encontra-se a renda total de sua família no último mês, somando-se todas as fontes (como salários, hora extras, renda de aluguéis, de todos que moram na casa, etc)?

- 1 Até 2 SM (até R\$ 1.908,00)
 2 + de 2 a 5 SM (+ de R\$ 1.908,01 a R\$ 4.770,00)
 3 + de 5 a 10 SM (+ de R\$ 4.770,01 a R\$ 9.540,00)
 4 + de 10 a 20 SM (+ de R\$ 9.540,01 a R\$ 19.080,00)
 5 Acima de 20 SM (acima de R\$ 19.080,00)
 80 Prefiro não responder

6 Município onde você reside:

- 1 Aceguá
 2 Bagé
 3 Caçapava do Sul
 4 Candiota
 5 Dom Pedrito
 6 Hulha Negra
 7 Lavras do Sul
 8 Outra: _____

7 De modo geral, você diria que o seu tempo livre (escolha uma única opção):

- 1 É insuficiente para fazer tudo o que se deseja (ir ao cinema, ir a espetáculos e shows, ler, sair com a família...)
 2 É suficiente, mas há sempre algo a se fazer (cuidar dos filhos, cuidar da casa, realizar trabalhos...)
 3 É suficiente, mas em geral não há nada de muito interessante a fazer
 80 Prefiro não responder

7 Se você dispusesse de mais tempo, você escolheria em primeiro lugar (escolha uma única opção):

- 1 Descansar, não fazer nada de muito preciso
 2 Fazer cursos e procurar melhorar a situação profissional
 3 Praticar atividades físicas e esportivas
 4 Praticar atividades artísticas (música, pintura...)
 5 Frequentar espaços culturais e de lazer
 6 Cuidar dos filhos, da família e da casa
 7 Estudar, pesquisar, ler livros
 80 Prefiro não responder

Considera que o lugar onde você mora é...	Muito bem situado	Razoavelmente bem situado	Mal situado	Não possui	Prefiro não responder
8 ...em relação aos espaços verdes	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
9 ...em relação aos equipamentos esportivos	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
10 ...em relação aos equipamentos culturais (cinema, sala de espetáculo, biblioteca)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
11 ...em relação aos lugares de encontro e vida associativa (clubes, centro cultural, salas de festas...)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
12 ... em relação ao comércio	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>

Queremos descobrir agora quais são as maiores dificuldades para as pessoas frequentarem os equipamentos ou lugares culturais.

Por favor, para cada fator responda se você:	Concorda plenamente	Concorda	Discorda	Discorda plenamente	Prefiro não responder
13 Os preços altos são um obstáculo	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
14 O público frequentador é elitista	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
15 As atividades são enfadonhas e desinteressantes	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
16 Os equipamentos ficam longe de onde moro	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
17 Os horários em que acontecem são inadequados	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
18 A região de localização do equipamento é perigosa	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>

Com que frequência você _____?	Todos os dias	Várias vezes por semana	Ao menos 1 vez por semana	Em torno de 2 a 3 vezes por mês	Pelo menos 1 vez por mês	Raramente	Nunca	Prefiro não responder
19 Assiste à TV / DVD	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
20 Ouve rádio/música	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
21 Frequenta bares, boates e danceterias	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
22 Frequenta clubes e academias	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
23 Frequenta teatro / circo / shows de dança	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
24 Frequenta shows de música	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
25 Frequenta cinema	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
26 Frequenta jogos e competições esportivas	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>
27 Visita Museus / Centros culturais	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	80 <input type="checkbox"/>

28 Você aderiu ao Vale-Cultura?

- 1 Sim (vá para a questão 30)
 2 Não

29 Por que você NÃO aderiu ao Programa Cultura do Trabalhador – Vale Cultura? (escolha o principal motivo)

- 1 Desconhecimento do Programa.
 2 Valor do Vale Cultura.
 3 Falta de opções de pontos de venda para uso do Vale Cultura em bens e serviços culturais.
 4 Falta de opções de aquisição de serviços e bens culturais.
 5 Outra, qual: _____

Agradecemos a sua participação na pesquisa!**30 Por que você aderiu ao Programa Cultura do Trabalhador – Vale Cultura? (escolha o principal motivo)**

- 1 Ampliar o acesso a bens e serviços culturais.
 2 Contribuir com a economia regional por meio do aumento do consumo cultural e da produção cultural.
 3 Orientação da empresa que aderiu ao Programa.
 4 Outra, qual: _____..

31 Sobre o valor do Vale-Cultura (R\$ 50,00 mensais), você o considera

- 1 Muito adequado
 2 Adequado
 3 Indiferente
 4 Inadequado
 5 Muito inadequado

32 Sobre a implementação do Programa Cultura do Trabalhador – Vale Cultura, marque a(s) alternativa(s) que mais represente(m) a sua opinião:

- 1 o acesso ao Programa contribui para o bem-estar do homem enquanto ser individual e coletivo, a partir do acesso a práticas culturais diversas.
 2 o acesso ao Programa oportuniza a ampliação dos mecanismos de participação social, formação, relação da cultura com a educação, promoção da livre expressão e salvaguarda do patrimônio e da memória cultural.
 3 o Programa oportuniza identificar o lugar da cultura no novo cenário de desenvolvimento econômico socialmente justo e sustentável, a partir da possibilidade de gerar dividendos, produzir lucro, emprego e renda, assim como estimular a formação de cadeias produtivas.
 4 Outra, qual: _____
 80 sem opinião formada.

33 Sobre os problemas ou limites na implementação do Programa Cultura do Trabalhador – Vale Cultura, marque a(s) alternativa(s) que mais represente(m) a sua opinião:

- 1 falta de informações para a adesão de um maior número de empresas ao Programa.
 2 falta de informações para a adesão de um maior número de trabalhadores ao Programa.
 3 falta de opções de bens ou serviços do meu interesse, na região onde resido.
 4 falta de empresas de bens ou serviços culturais que ofereçam a opção do uso do Vale Cultura.
 5 falta de hábito de adquirir bens ou serviços na internet.
 6 problemas no uso do cartão do Vale Cultura nos estabelecimentos conveniados.
 7 Outra, qual: _____
 80 sem opinião formada.

34 Você consome/consumiu quais bens e serviços culturais com o uso do Vale Cultura, com que frequência e onde?

34.1 Bem/Serviço (Tipo de Aquisição)	34.2 Frequência de consumo			34.3 Onde consome/consumiu		
	Alta	Média	Baixa	Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra, Lavras do Sul	Outra cidade/região	Internet
01 <input type="checkbox"/> Artesanato (Peça)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
02 <input type="checkbox"/> Cinema (Ingresso)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
03 <input type="checkbox"/> Curso de Artes (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
04 <input type="checkbox"/> Curso de Audiovisual (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
05 <input type="checkbox"/> Curso de Circo (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
06 <input type="checkbox"/> Curso de Dança (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
07 <input type="checkbox"/> Curso de Fotografia (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
08 <input type="checkbox"/> Curso de Literatura (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
09 <input type="checkbox"/> Curso de Música (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
10 <input type="checkbox"/> Curso de Teatro (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
11 <input type="checkbox"/> Disco-Áudio ou Música (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
12 <input type="checkbox"/> DVD-Documentários/Filmes/Musicais (Un)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
13 <input type="checkbox"/> e-Books (<i>download</i>) (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
14 <input type="checkbox"/> e-Books (<i>streaming</i>) (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
15 <input type="checkbox"/> Equipamentos de Artes Visuais (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
16 <input type="checkbox"/> Equipamentos e Instrumentos Musicais (Un)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
17 <input type="checkbox"/> Escultura (Peça)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
18 <input type="checkbox"/> Espetáculo de Circo (Ingresso)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
19 <input type="checkbox"/> Espetáculo de Dança (Ingresso)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
20 <input type="checkbox"/> Espetáculo de Teatro (Ingresso)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
21 <input type="checkbox"/> Espetáculo Musical (Ingresso)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
22 <input type="checkbox"/> Exposições de Arte (Ingresso)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
23 <input type="checkbox"/> Festas Populares (Ingresso)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
24 <input type="checkbox"/> Fotografia / Quadros / Gravuras	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
25 <input type="checkbox"/> Jornais (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
26 <input type="checkbox"/> Leitor de livro digital (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
27 <input type="checkbox"/> Livros (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
28 <input type="checkbox"/> Música pela internet (<i>download</i>) (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
29 <input type="checkbox"/> Música pela internet (<i>streaming</i>) (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
30 <input type="checkbox"/> Partituras (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
31 <input type="checkbox"/> Revistas (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
32 <input type="checkbox"/> Venda de CD pela internet (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
33 <input type="checkbox"/> Venda de DVD pela internet (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
34 <input type="checkbox"/> Venda de livros pela internet (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
35 <input type="checkbox"/> Venda/troca de ingressos pela internet para atividades culturais (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
36 <input type="checkbox"/> Vídeo pela internet (<i>download</i>) (Unidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
37 <input type="checkbox"/> Vídeo pela internet (<i>streaming</i>) (Mensalidade)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
38 <input type="checkbox"/> Visitação de espaços culturais (Ingresso)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>

35 Sugestões/contribuições: _____

ANEXO A - LEI Nº 12.761, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2012, INSTITUI O PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR; CRIA O VALE-CULTURA

**Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos**

LEI Nº 12.761, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2012.

Regulamento

Institui o Programa de Cultura do Trabalhador; cria o vale-cultura; altera as Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, e 7.713, de 22 de dezembro de 1988, e a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943; e dá outras providências.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Fica instituído, sob a gestão do Ministério da Cultura, o Programa de Cultura do Trabalhador, destinado a fornecer aos trabalhadores meios para o exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura.

Art. 2º O Programa de Cultura do Trabalhador tem os seguintes objetivos:

I - possibilitar o acesso e a fruição dos produtos e serviços culturais;

II - estimular a visitação a estabelecimentos culturais e artísticos; e

III - incentivar o acesso a eventos e espetáculos culturais e artísticos.

§ 1º Para os fins deste Programa, são definidos os serviços e produtos culturais da seguinte forma:

I - serviços culturais: atividades de cunho artístico e cultural fornecidas por pessoas jurídicas, cujas características se enquadrem nas áreas culturais previstas no § 2º; e

II - produtos culturais: materiais de cunho artístico, cultural e informativo, produzidos em qualquer formato ou mídia por pessoas físicas ou jurídicas, cujas características se enquadrem nas áreas culturais previstas no § 2º.

§ 2º Consideram-se áreas culturais para fins do disposto nos incisos I e II do § 1º:

I - artes visuais;

II - artes cênicas;

III - audiovisual;

IV - literatura, humanidades e informação;

V - música; e

VI - patrimônio cultural.

§ 3º O Poder Executivo poderá ampliar as áreas culturais previstas no § 2º.

Art. 3º Fica criado o vale-cultura, de caráter pessoal e intransferível, válido em todo o território nacional, para acesso e fruição de produtos e serviços culturais, no âmbito do Programa de Cultura do Trabalhador.

Art. 4º O vale-cultura será confeccionado e comercializado por empresas operadoras e disponibilizado aos usuários pelas empresas beneficiárias para ser utilizado nas empresas receptoras.

Art. 5º Para os efeitos desta Lei, entende-se por:

I - empresa operadora: pessoa jurídica cadastrada no Ministério da Cultura, possuidora do Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a produzir e comercializar o vale-cultura;

~~II - empresa beneficiária: pessoa jurídica optante pelo Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a distribuir o vale cultura a seus trabalhadores com vínculo empregatício, fazendo jus aos incentivos previstos no art. 10;~~

~~II - empresa beneficiária: pessoa jurídica optante pelo Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a distribuir o vale cultura a seus trabalhadores com vínculo empregatício; (Redação dada pela Medida Provisória nº 620, de 2013)~~

II - empresa beneficiária: pessoa jurídica optante pelo Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a distribuir o vale-cultura a seus trabalhadores com vínculo empregatício; (Redação dada pela Lei nº 12.868, de 2013).

III - usuário: trabalhador com vínculo empregatício com a empresa beneficiária;

IV - empresa recebedora: pessoa jurídica habilitada pela empresa operadora para receber o vale-cultura como forma de pagamento de serviço ou produto cultural.

Art. 6º O vale-cultura será fornecido aos usuários pelas empresas beneficiárias e disponibilizado preferencialmente por meio magnético, com o seu valor expresso em moeda corrente, na forma do regulamento.

Parágrafo único. Somente será admitido o fornecimento do vale-cultura impresso quando comprovadamente inviável a adoção do meio magnético.

Art. 7º O vale-cultura deverá ser fornecido ao trabalhador que perceba até 5 (cinco) salários mínimos mensais.

Parágrafo único. Os trabalhadores com renda superior a 5 (cinco) salários mínimos poderão receber o vale-cultura, desde que garantido o atendimento à totalidade dos empregados com a remuneração prevista no caput, na forma que dispuser o regulamento.

Art. 8º O valor mensal do vale-cultura, por usuário, será de R\$ 50,00 (cinquenta reais).

§ 1º O trabalhador de que trata o caput do art. 7º poderá ter descontado de sua remuneração o percentual máximo de 10% (dez por cento) do valor do vale-cultura, na forma definida em regulamento.

§ 2º Os trabalhadores que percebem mais de 5 (cinco) salários mínimos poderão ter descontados de sua remuneração, em percentuais entre 20% (vinte por cento) e 90% (noventa por cento) do valor do vale-cultura, de acordo com a respectiva faixa salarial, obedecido o disposto no parágrafo único do art. 7º e na forma que dispuser o regulamento.

§ 3º É vedada, em qualquer hipótese, a reversão do valor do vale-cultura em pecúnia.

§ 4º O trabalhador de que trata o art. 7º poderá optar pelo não recebimento do vale-cultura, mediante procedimento a ser definido em regulamento.

Art. 9º Os prazos de validade e condições de utilização do vale-cultura serão definidos em regulamento.

Art. 10. Até o exercício de 2017, ano-calendário de 2016, o valor despendido a título de aquisição do vale-cultura poderá ser deduzido do imposto sobre a renda devido pela pessoa jurídica beneficiária tributada com base no lucro real.

§ 1º A dedução de que trata o caput fica limitada a 1% (um por cento) do imposto sobre a renda devido, observado o disposto no § 4º do art. 3º da Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995.

§ 2º A pessoa jurídica inscrita no Programa de Cultura do Trabalhador como beneficiária, de que trata o inciso II do art. 5º, poderá deduzir o valor despendido a título de aquisição do vale-cultura como despesa operacional para fins de apuração do imposto sobre a renda, desde que tributada com base no lucro real.

§ 3º A pessoa jurídica deverá adicionar o valor deduzido como despesa operacional, de que trata o § 2º, para fins de apuração da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL.

§ 4º As deduções de que tratam os §§ 1º e 2º somente se aplicam em relação ao valor do vale-cultura distribuído ao usuário.

~~§ 5º Para implementação do Programa, o valor absoluto das deduções do imposto sobre a renda devido de que trata o § 1º deverá ser fixado anualmente na lei de diretrizes orçamentárias, com base em percentual do imposto sobre a renda devido pelas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real. (Revogado pela Medida Provisória nº 618, de 2013) Revogado pela Lei nº 12.872, de 2013~~

Art. 11. A parcela do valor do vale-cultura cujo ônus seja da empresa beneficiária:

I - não tem natureza salarial nem se incorpora à remuneração para quaisquer efeitos;

II - não constitui base de incidência de contribuição previdenciária ou do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS; e

III - não se configura como rendimento tributável do trabalhador.

Art. 12. A execução inadequada do Programa de Cultura do Trabalhador ou qualquer ação que acarrete desvio de suas finalidades pela empresa operadora ou pela empresa beneficiária acarretará cumulativamente:

I - cancelamento do Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador;

II - pagamento do valor que deixou de ser recolhido relativo ao imposto sobre a renda, à contribuição previdenciária e ao depósito para o FGTS;

III - aplicação de multa correspondente a 2 (duas) vezes o valor da vantagem recebida indevidamente no caso de dolo, fraude ou simulação;

IV - perda ou suspensão de participação em linhas de financiamento em estabelecimentos oficiais de crédito pelo período de 2 (dois) anos;

V - proibição de contratar com a administração pública pelo período de até 2 (dois) anos; e

VI - suspensão ou proibição de usufruir de benefícios fiscais pelo período de até 2 (dois) anos.

Art. 13. O § 9º do art. 28 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, passa a vigorar acrescido da seguinte alínea y:

“Art. 28.

.....

§ 9º
.....

y) o valor correspondente ao vale-cultura.

.....” (NR)

Art. 14. O § 2º do art. 458 da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso VIII:

“Art. 458.

.....

§ 2º
.....

VIII - o valor correspondente ao vale-cultura.

.....” (NR)

Art. 15. O art. 6º da Lei nº 7.713, de 22 de dezembro de 1988, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XXIII:

“Art. 6º
.....

XXIII - o valor recebido a título de vale-cultura.

.....” (NR)

Art. 16. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 17. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 27 de dezembro de 2012; 191º da Independência e 124º da República.

DILMA ROUSSEFF

Guido Mantega

Carlos Daudt Brizola

Marta Suplicy

Este texto não substitui o publicado no DOU de 27.12.2012 - Edição extra

ANEXO B – DECRETO Nº 8.084, DE 26 DE AGOSTO DE 2013, REGULAMENTA A LEI Nº 12.761, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2012

**Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos**

DECRETO Nº 8.084, DE 26 DE AGOSTO DE 2013

Regulamenta a Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012, que institui o Programa de Cultura do Trabalhador e cria o vale-cultura.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, **caput**, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012,

DECRETA:

**CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012, que institui o Programa de Cultura do Trabalhador e cria o vale-cultura.

Art. 2º Para os efeitos deste Decreto, considera-se:

I - empresa operadora - pessoa jurídica cadastrada no Ministério da Cultura, possuidora do Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a produzir e comercializar o vale-cultura;

II - empresa beneficiária - pessoa jurídica optante pelo Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a distribuir o vale-cultura a seus trabalhadores com vínculo empregatício;

III - empresa recebedora - pessoa jurídica habilitada pela empresa operadora para receber o vale-cultura como forma de pagamento de serviço ou produto cultural;

IV - usuário - trabalhador com vínculo empregatício com a empresa beneficiária que recebe o vale-cultura; e

V - taxa de administração - remuneração total cobrada das empresas beneficiárias e recebedoras pela empresa operadora como contrapartida pela produção e comercialização do vale-cultura, inclusive quanto a custos de operação e de reembolso.

Parágrafo único. Apenas fará jus aos incentivos fiscais previstos no art. 10 da Lei nº 12.761, de 2012, a empresa beneficiária cuja tributação do imposto sobre a renda seja feita com base no lucro real.

**CAPÍTULO II
DA GESTÃO DO PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR**

Art. 3º Compete ao Ministério da Cultura, em articulação com os demais órgãos e entidades do Poder Executivo, a gestão do Programa de Cultura do Trabalhador, nos termos deste Decreto.

Art. 4º O cadastramento, a habilitação e a inscrição das empresas no Programa de Cultura do Trabalhador estão sujeitos às regras deste Capítulo.

Art. 5º O cadastramento da empresa operadora será feito no Ministério da Cultura e deverá observar, entre outros, aos seguintes requisitos:

I - inscrição regular no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ; e

II - qualificação técnica para produzir e comercializar o vale-cultura, observado o disposto no art. 6º da Lei nº 12.761, de 2012.

Parágrafo único. O Ministério da Cultura emitirá o Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador à empresa regularmente cadastrada, e autorizará a produção e a comercialização do vale-cultura.

Art. 6º São deveres da empresa operadora:

I - observar limites de cobrança de taxa de administração;

II - apresentar ao Ministério da Cultura relatórios periódicos relativos a acesso e fruição de produtos e serviços culturais; e

III - tomar providências para que empresas receptoras cumpram os deveres previstos no art. 9º, e inabilitá-las em caso de descumprimento.

Art. 7º A perda de quaisquer dos requisitos de que trata o art. 5º, posterior ao cadastramento, ou o descumprimento de quaisquer dos deveres previstos no art. 6º implica a perda da certificação da empresa operadora.

Art. 8º A habilitação da empresa receptora será feita perante a empresa operadora e dependerá da comprovação de exercício de atividade econômica admitida, para fins do vale-cultura, pelo Ministério da Cultura.

Art. 9º São deveres da empresa receptora:

I - receber o vale-cultura, exclusivamente para a comercialização de produtos e serviços culturais; e

II - disponibilizar as informações necessárias à elaboração dos relatórios de que trata o inciso II do **caput** do art. 6º.

Art. 10. A inscrição da empresa beneficiária será feita no Ministério da Cultura e deverá observar, entre outros, aos seguintes requisitos:

I - inscrição regular no CNPJ;

II - indicação de empresa operadora possuidora de Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador; e

III - indicação do número de trabalhadores com vínculo empregatício, conforme a faixa de renda mensal.

Art. 11. São deveres da empresa beneficiária:

I - oferecer o vale-cultura nos termos do Capítulo III;

II - prestar ao Ministério da Cultura as informações referentes aos usuários, conforme faixa de renda mensal, e mantê-las atualizadas; e

III - divulgar e incentivar o acesso e a fruição de produtos e serviços culturais pelos usuários.

CAPÍTULO III DA OFERTA DO VALE-CULTURA

Art. 12. O vale-cultura deverá ser oferecido ao trabalhador com vínculo empregatício e que perceba até cinco salários mínimos mensais.

Art. 13. O fornecimento do vale-cultura aos trabalhadores com vínculo empregatício e renda superior a cinco salários mínimos mensais depende da comprovação da sua oferta a todos os trabalhadores de que trata o art. 12.

§ 1º A fiscalização do disposto no **caput** será feita pelo Ministério do Trabalho e Emprego quando de suas inspeções, conforme disposições estabelecidas pelas autoridades integrantes do Sistema Federal de Inspeção do Trabalho.

§ 2º Verificado o descumprimento do disposto no **caput**, o Ministério do Trabalho e Emprego comunicará o fato aos Ministérios da Cultura e da Fazenda, sem prejuízo da aplicação das sanções legais decorrentes de outras infrações trabalhistas.

Art. 14. O valor mensal do vale-cultura, por usuário, será de R\$ 50,00 (cinquenta reais).

Art. 15. O trabalhador de que trata o art. 12 poderá ter descontado de sua remuneração os seguintes percentuais do valor do vale-cultura:

I - até um salário mínimo - dois por cento;

II - acima de um salário mínimo e até dois salários mínimos - quatro por cento;

III - acima de dois salários mínimos e até três salários mínimos - seis por cento;

IV - acima de três salários mínimos e até quatro salários mínimos - oito por cento; e

V - acima de quatro salários mínimos e até cinco salários mínimos - dez por cento.

Art. 16. O trabalhador de que trata o art. 13 terá descontado de sua remuneração os seguintes percentuais do valor do vale-cultura:

I - acima de cinco salários mínimos e até seis salários mínimos - vinte por cento;

II - acima de seis salários mínimos e até oito salários mínimos - trinta e cinco por cento;

III - acima de oito salários mínimos e até dez salários mínimos - cinquenta e cinco por cento;

IV - acima de dez salários mínimos e até doze salários mínimos - setenta por cento; e

V - acima de doze salários mínimos: noventa por cento.

Art. 17. O fornecimento do vale-cultura dependerá de prévia aceitação pelo trabalhador.

Parágrafo único. O trabalhador poderá reconsiderar, a qualquer tempo, a sua decisão sobre o recebimento do vale-cultura.

Art. 18. É vedada a reversão do valor do vale-cultura em dinheiro.

Parágrafo único. A vedação de que trata o **caput** compreende a entrega do valor do vale-cultura em dinheiro, a qualquer título, pelas empresas beneficiária, operadora e recebedora, ou a troca do vale-cultura em dinheiro pelo próprio trabalhador.

CAPÍTULO IV DAS CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO VALE-CULTURA

Art. 19. Os créditos inseridos no cartão magnético do vale-cultura não possuem prazo de validade.

Art. 20. O vale-cultura deverá ser utilizado exclusivamente na aquisição de produtos e serviços culturais previstos no ato de que trata o inciso V do **caput** do art. 24.

CAPÍTULO V DO INCENTIVO FISCAL

Art. 21. Até o exercício de 2017, ano-calendário de 2016, o valor despendido a título de aquisição do vale-cultura poderá ser deduzido do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica - IRPJ devido pela pessoa jurídica beneficiária tributada com base no lucro real.

§ 1º Observado o disposto no § 4º do art. 3º da Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, a dedução de que trata o **caput** fica limitada a um por cento do IRPJ devido com base:

I - no lucro real trimestral; ou

II - no lucro real apurado no ajuste anual.

§ 2º O limite de dedução no percentual de um por cento do IRPJ devido de que trata o § 1º será considerado isoladamente e não se submeterá a limite conjunto com outras deduções do IRPJ a título de incentivo.

§ 3º O valor excedente ao limite de dedução de que tratam os §§ 1º e 2º não poderá ser deduzido do IRPJ devido em períodos de apuração posteriores.

§ 4º A pessoa jurídica beneficiária tributada com base no lucro real:

I - poderá deduzir o valor despendido a título de aquisição do vale-cultura como despesa operacional para fins de apuração do IRPJ; e

II - deverá adicionar o valor deduzido como despesa operacional, de que trata o inciso I, para fins de apuração da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL.

§ 5º As deduções de que trata o **caput** e os §§ 1º a 4º:

I - somente se aplicam em relação ao valor do vale-cultura distribuído ao usuário no período de apuração do IRPJ; e

II - não abrangem a parcela descontada da remuneração do empregado, nos percentuais de que tratam os arts. 15 e 16, a título de vale-cultura.

Art. 22. O valor correspondente ao vale-cultura:

I - não integra o salário-de-contribuição de que trata o art. 28 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991; e

II - é isento do imposto sobre a renda das pessoas físicas.

Parágrafo único. A parcela do valor correspondente ao vale-cultura, cujo ônus seja da empresa beneficiária, não constitui base de incidência de contribuição previdenciária ou do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

CAPÍTULO VI DAS PENALIDADES

Art. 23. A execução inadequada do Programa de Cultura do Trabalhador ou a ação que acarrete o desvio ou desvirtuamento de suas finalidades resultarão na aplicação das penalidades previstas no art. 12 da Lei nº 12.761, de 2012.

Parágrafo único. Compete aos Ministérios da Cultura, do Trabalho e Emprego e da Fazenda a aplicação das penalidades cabíveis, no âmbito de suas competências, sem prejuízo de outras sanções previstas na legislação.

CAPÍTULO VII
DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 24. Ato do Ministro de Estado da Cultura disporá sobre:

I - forma e procedimento de cadastramento de empresas operadoras e de emissão do Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador previsto no art. 5º;

II - limites da taxa de administração prevista no inciso I do **caput** do art. 6º;

III - forma e conteúdo dos relatórios previstos no inciso II do **caput** do art. 6º e no inciso II do **caput** do art. 11;

IV - atividades econômicas admitidas previstas no art. 8º;

V - produtos e serviços culturais a que se referem o inciso I do **caput** do art. 9º e o art. 20; e

VI - modelos do cartão magnético e do impresso de que trata o art. 6º da Lei nº 12.761, de 2012.

Art. 25. Fica o Ministério da Cultura autorizado a ampliar as áreas culturais previstas no § 2º do art. 2º da Lei nº 12.761, de 2012.

Art. 26. Ato conjunto dos Ministros de Estado da Cultura, do Trabalho e Emprego e da Fazenda estabelecerá o compartilhamento das informações necessárias à implementação deste Decreto, respeitadas as hipóteses de sigilo legalmente previstas.

§ 1º O Ministério da Cultura deverá informar aos demais órgãos e entidades envolvidos sobre a execução inadequada, os desvios ou os desvirtuamentos das finalidades do Programa de Cultura do Trabalhador, para que sejam tomadas providências cabíveis em seus âmbitos de competência.

§ 2º O Ministério da Cultura deverá ser informado sobre a execução inadequada, os desvios ou os desvirtuamentos das finalidades do Programa, aferidos pelos demais órgãos e entidades durante suas respectivas atividades de fiscalização, para que sejam tomadas as providências cabíveis em seu âmbito de competência.

Art. 27. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 26 de agosto de 2013; 192º da Independência e 125º da República.

DILMA ROUSSEFF

Guido Mantega

Manoel Dias

Marta Suplicy