

## PONTOS DE CULTURA E ECONOMIA SOLIDÁRIA – APROXIMAÇÕES E POSSIBILIDADES

Luana Vilutis<sup>1</sup>

**RESUMO:** Este artigo aborda práticas de economia solidária dos Pontos de Cultura e traça um histórico do programa Cultura Viva voltado às ações de fomento à economia da cultura. O programa é situado dentro da diretriz política do Ministério da Cultura de articular a dimensão simbólica da vida social, a dimensão da cultura como economia e a compreensão de cultura como direito de cidadania. Este trabalho aponta para algumas análises sobre a prática dos Pontos de Cultura pesquisados na segunda etapa da avaliação do programa Cultura Viva realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. O foco de abordagem está voltado às ações de sustentabilidade sócioeconômica dos Pontos de Cultura e suas contribuições para a autonomia da Rede Cultura Viva.

**PALAVRAS-CHAVE:** Pontos de Cultura; Economia Solidária; Programa Cultura Viva; economia da cultura; sustentabilidade socioeconômica.

### INTRODUÇÃO

Partimos da compreensão de que a transformação da cultura política, a democratização cultural e a necessidade de políticas integradas representam importantes passos para a formulação e execução de uma política nacional de cultura. Para alcançar essa perspectiva, em 2003 o Ministério da Cultura-MinC identificou a necessidade de operacionalizar o conceito antropológico de cultura de modo que lhe permitisse estruturar seu programa político e orientar suas diversas ações. O discurso do programa do MinC passou, portanto, a reunir três dimensões da cultura, buscando articular a dimensão simbólica da vida social, a dimensão da cultura como economia e a compreensão de cultura como direito de cidadania.

Ao propor uma política cultural que abarcasse a dimensão simbólica da cultura, o MinC expressou a intencionalidade de fomentar os “signos construtores das

---

1 Doutoranda do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA; foi pesquisadora do IPEA na avaliação do Programa Arte, Cultura e Cidadania - Cultura Viva em 2010 e 2011. Email: [luanavilutis@gmail.com](mailto:luanavilutis@gmail.com)

identidades” e a “usina de símbolos de cada comunidade e de toda a nação”, nas expressões utilizadas pelo então Ministro, Gilberto Gil (2003, p. 11). A dimensão cidadã da cultura foi pensada dentro da perspectiva de superação da exclusão social, eliminação das desigualdades e discriminações, a partir do reforço da autoestima e da apropriação do sentimento de pertencimento junto a comunidades. Aspectos relacionados à produção, ao consumo, à distribuição e ao emprego do setor cultural compuseram os discursos do MinC a respeito da dimensão econômica da cultura.

Se, no espaço da cidadania, a política cultural do MinC se propôs a eliminar a desigualdade social, do ponto de vista econômico, alimentou-se a expectativa de que as potencialidades da cultura fossem projetadas em sua capacidade distributiva e equitativa. Não há dúvidas que o programa Arte, Cultura e Cidadania - Cultura Viva foi a ação pública do MinC que mais se aproximou disso, pela capilaridade dos Pontos de Cultura que não só ampliaram o acesso a bens e serviços culturais, como dinamizaram a produção cultural em diversos territórios e comunidades. O Cultura Viva propõe reunir de forma abrangente essa diretriz política do MinC de articulação das três dimensões da cultura.

Reconhecemos que um bem simbólico é simultaneamente um produto cultural, criado em um determinado contexto social, com valor econômico e político. Embora seja muito difícil dissociar essas três dimensões da cultura, podemos afirmar que, do ponto de vista da política cultural brasileira de 2003 a 2010, não houve um equilíbrio no tratamento dessas questões por parte do Ministério da Cultura. E o programa Cultura Viva não ficou de fora desse descompasso, evidenciando as contradições e disputas existentes dentro desse campo.

Identificamos que dessas três dimensões da cultura, a dimensão econômica dos Pontos de Cultura foi a menos fomentada no programa enquanto política cultural. Muitos Pontos de Cultura têm essa dimensão incorporada à sua produção simbólica e atuação cidadã, mas veremos neste texto como isso não foi impulsionado ou dinamizado a partir de diretrizes políticas estruturantes e ações públicas efetivas do Cultura Viva. Para tanto, recuperaremos o histórico dessa temática no programa e embasaremos conceitualmente a discussão com os debates e propostas no contexto de criação e desenvolvimento do Cultura Viva.

As reflexões contidas neste artigo compõem, em parte, a pesquisa de mestrado

da autora (VILUTIS, 2009) e seu doutorado em andamento. Experiências de campo também integram a segunda etapa da pesquisa avaliativa do Programa Arte Cultura e Cidadania, realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, entre os meses de agosto de 2010 e abril de 2011. Esta pesquisa buscou extrapolar a avaliação da dimensão operacional da gestão do programa, para alcançar a descrição das práticas e seguir as pistas das formas organizacionais dos Pontos de Cultura. Buscamos apreender como essas práticas constituem parte da organização da sociabilidade, do trabalho, do aprendizado, da articulação em rede, da identidade e dos modos de ser atuais dos Pontos de Cultura.

Conceber essas formas de organização como objeto de política cultural nos faz refletir sobre a maneira em que são incorporadas na agenda pública, como passam a ser reconhecidas, valorizadas e promovidas. A reflexão a respeito dessas experiências nos permite apreender alcances e dificuldades do programa Cultura Viva e, neste artigo, abordaremos sua trajetória de interface com a Economia Solidária.

## **COMO MEDIR A DIMENSÃO ECONÔMICA DA CULTURA?**

Ao tratarmos a dimensão econômica da cultura com foco na produção cultural, é de fundamental importância considerarmos o seu processo de criação e não reduzir a análise ao prisma do mercado e à lógica de eventos e produtos. Além da indústria cultural e criativa, a economia da cultura reúne experiências nos mais diversos elos de seu sistema que são intangíveis, o que dificulta sua mensuração econômica em termos financeiros.

Ao abordar o sistema produtivo na área cultural é importante alargar a perspectiva das cadeias produtivas e considerar o processo de criação, produção, distribuição, comercialização, consumo, crédito e ensino de bens, serviços, práticas e saberes na área da cultura. Acreditamos que cada elo dessa teia produtiva mobiliza a economia do setor cultural.

O processo criativo não pode ser instrumentalizado nem reduzido a mercadorias para o consumo, embora não se negue a importância de seus impactos econômicos. É igualmente necessário considerar que essa produção cultural também movimenta um conjunto de sujeitos e redes sociais que são calcadas em identidades territoriais e muitas

vezes se organizam em sistemas produtivos com lógicas próprias de funcionamento, alimentadas por relações solidárias e cooperativas, que nem sempre são mensuráveis em estudos e pesquisas econômicas nacionais.

De modo geral, os dados da economia da cultura são calculados a partir do impacto na cultura no PIB dos países; na Europa, por exemplo, a cultura chega a representar 7% do PIB. No Brasil não temos pesquisas atualizadas que revelem esse dado precisamente, mas a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2002-2003, realizada pelo IBGE, evidencia o importante papel que a cultura ocupa nas despesas de consumo familiares. Se no grupo de cultura contemplarmos o dispêndio com telefonia, ela alcança o quarto lugar nas despesas familiares, ficando atrás de outras prioridades como habitação, alimentação e transporte. Esses dados revelam que o consumo cultural abarca 7,8% da despesa de consumo mensal familiar, o que, por sua vez, representa um gasto médio mensal de R\$115,00 por família. Sem a inclusão da telefonia no grupo cultura, o consumo de cultura passa a ocupar o sexto lugar nos dispêndios familiares e representar 4,4% de suas despesas médias mensais (BRASIL, 2010).

A sociedade do conhecimento impulsionou modificações no processo de criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais de forma acelerada nas últimas décadas. Essas transformações estão relacionadas mundialmente ao surgimento de novas infraestruturas tecnológicas de comunicação e aos câmbios sociais e culturais ocorridos com a reestruturação produtiva do final de 1980 e início dos anos 90. Especificamente no Brasil, soma-se a esse processo o desenvolvimento de políticas públicas de cultura que apontam para a democracia cultural, na primeira década de 2000.

Uma das características dessa mudança é a convergência entre diferentes segmentos e expressões artísticas na produção e criação cultural; atualmente é mais difícil tratar os setores das artes de maneira estanque e, embora cada um tenha suas especificidades, a transformação da sociedade mobiliza sua conexão e estimula interfaces na criação artística e na produção cultural.

No Brasil, a diversidade da produção cultural nacional imprime a multisetorialidade e a multidisciplinariedade como características da economia da cultura. Ao analisarmos o fluxo econômico da cultura, revela-se também a dinâmica cultural do processo produtivo, que é, ao mesmo tempo, uma questão política. São esses

valores simbólicos da economia da cultura que nos interessam nesta abordagem.

Falar em cultura e, mais especificamente, em economia da cultura é abordar a criação, a produção, a distribuição e o consumo de bens e serviços culturais com foco voltado ao projeto de desenvolvimento impulsionado nesse processo produtivo e de comercialização. A centralidade ocupada pela cultura na sociedade no século XXI torna evidente sua relação intrínseca com o desenvolvimento e, assim como a cultura permeia e ultrapassa a dimensão da economia política, ela se insere no tecido social e o atravessa.

É importante destacar que o desenvolvimento aqui não está sendo pensado prioritariamente sob a ótica do crescimento econômico, mas fundamentalmente na perspectiva do desenvolvimento humano. A expansão de capacidades gerada a partir da criação artística e do acesso a bens e serviços culturais são também expressões da própria cultura e devem compor a abordagem da economia da cultura. Dentre as manifestações do desenvolvimento humano que revelam sua relação intrínseca com a cultura, podemos identificar o aumento da qualidade de vida, a expansão do acesso à educação de qualidade, a melhoria das condições de vida, o alcance de diferentes oportunidades de trabalho, o aumento da liberdade para escolher viver e fruir de bens e serviços que considera-se importantes, a participação da vida em comunidade e a afirmação de direitos.

## **ECONOMIA INTANGÍVEL DOS PONTOS DE CULTURA**

Podemos afirmar que os pontos de cultura articulam as três dimensões da cultura (simbólica, cidadã e econômica) ao conectar múltiplas representações do sentir, do fazer, do saber e do pensar com o tecido social e produtivo de comunidades. Numa perspectiva cidadã, essa ação cultural contribui para ampliar o espaço público da cultura e fomentar o exercício do direito à cultura em diversos contextos e junto a populações variadas. Além de ampliar a infra-estrutura cultural do país, os pontos de cultura constituídos enquanto empreendimentos econômicos e solidários integram redes, sistemas e arranjos produtivos no setor cultural.

Os pontos de cultura dinamizam ações diversas de fomento à inclusão produtiva que podem ser identificadas tanto a partir do estímulo a setores produtivos específicos

(artesanato, costura, música, dentre outros) quanto a sistemas produtivos mais amplos (da música, da tecelagem, do audiovisual, etc.). Assim como não é possível falar em sistemas produtivos inteiramente mobilizados apenas por pontos de cultura, é impossível tratar sua integração produtiva de forma isolada ou específica, visto que sua realização ocorre de maneira conectada ao investimento em infraestrutura, às atividades de formação, à atuação comunitária, à cultura digital, dentre outras.

Reconhecemos que há limitações e fragilidades na mobilização de sistemas produtivos pelos pontos de cultura, inclusive não há uma política específica de fomento à integração produtiva dessas instituições, como veremos adiante. Muitas vezes, os pontos integram um setor, uma parte da cadeia produtiva, mas não alcançam seu elo final de comercialização e distribuição.

A rede de pontos de cultura contribui para dinamizar a circulação de bens e serviços entre os diferentes pontos e com a sociedade em geral, o que por sua vez fortalece sua produção, chegando até, em alguns casos, a criar um mercado específico. Podemos identificar esse mercado em potencial mobilizado pelos pontos de cultura como sendo ligado à cultura popular, à cultura de periferia, à economia solidária, ao software livre, à produção da cultura independente e ao artesanato, etc., a partir de lógicas, dinâmicas e escalas muito diferentes e ideologicamente opostas à indústria cultural.

A pesquisa de campo realizada no contexto da avaliação do Programa Cultura Viva, coordenada pelo IPEA, permitiu identificar que a geração de renda é uma das principais motivações de ações e projetos que fomentam a inclusão produtiva. Como exemplo, trazemos o trabalho de aprimoramento do núcleo de artesanato em um dos pontos de cultura pesquisados em que foi realizado o planejamento de oficinas de formação em modelagem - corte e costura -, bordados, bijuterias, bambu e fibras naturais, aliado à contratação de um coordenador e à compra de equipamentos e maquinário próprio. Isso estimulou a formação de uma unidade produtiva na instituição, a partir da qual a produção foi dinamizada e o conjunto de artesãs chegou a ter rendimento 2 vezes maior do que a renda média da maioria da população do pequeno distrito em que o ponto de cultura está localizado.

As artesãs desse ponto de cultura participam das ações de capacitação em técnicas artesanais, gratuitas e abertas para a comunidade. Uma vez dominada a técnica

ou adquiridas as habilidades necessárias, elas são direcionadas para a unidade produtiva, tendo a oportunidade de escolher entre desenvolver o produto inteiro ou apenas uma parte dele, de acordo com a habilidade de cada uma.

O pagamento é feito por hora trabalhada e a quantidade de peças a ser entregue é calculada tendo como base a média do tempo de produção da artesã mais rápida com o da mais lenta. É possível identificar que o respeito ao tempo e dinâmicas próprias das pessoas trabalhadoras e do grupo de artesãs gera mecanismos próprios de organização da produção, de definição da remuneração dos envolvidos e do próprio formato de sua gestão. Estes cuidados evidenciam outra forma de organizar a economia, muito ligada às práticas da economia solidária.

Normalmente, a produção é dividida com outras ocupações, como o trabalho doméstico em casas de famílias, pousadas e hotéis ou restaurantes da região, tendo no artesanato uma alternativa de complementação da renda e aumento do poder aquisitivo das famílias. Trata-se de uma relação dinâmica de investimento de tempo e disponibilidade, já que a atividade auferir renda maior que o mercado local, mas é ainda incerta ou inconstante, o que não motiva uma dedicação continuada e permanente das artesãs. Por outro lado, isso não impede o surgimento de relatos que evidenciam transformações não apenas relacionadas ao aumento do poder aquisitivo, mas à auto-estima e valorização dessas mulheres, o que toca na dimensão intangível dos valores movimentados por essa economia.

O ponto de cultura possui uma loja de artesanato no centro da cidade com intenso movimento de vendas, principalmente aos finais de semana. Isso evidencia a importância das ações de fomento à inclusão produtiva integrarem a comercialização dos produtos e serviços culturais mobilizados e criados a partir dos pontos de cultura. A participação dos trabalhadores no processo de definição dos preços de sua produção, na divisão dos recursos para pagamento pelo trabalho realizado e, fundamentalmente, na definição da utilização das sobras dos recursos obtidos com as vendas dos produtos são indicadores que revelam práticas solidárias, autogestionárias e colaborativas da economia.

Ao trabalhar a cadeia produtiva, há a preocupação recorrente de aproximar os produtores dos compradores, eliminando a exploração de atravessadores. Embora os pontos e pontões de cultura muitas vezes atuem como intermediadores desse processo,



principalmente por meio da venda dos produtos, as experiências pesquisadas revelam o cuidado em não imprimir um caráter exploratório ou alienante nessa mediação, que passa a ser considerada uma facilitação dessa relação e não interfere na participação das diferentes pessoas envolvidas em seu processo.

No caso de um dos pontões de cultura pesquisados, a experiência de fomento à cadeia produtiva da tecelagem ocorre por meio de uma articulação que extrapola a dimensão do pontão, envolvendo pontos de culturas, como também associações e cooperativas de artesãs. O processo produtivo integra a fiação, tecelagem, pigmento, customização e comercialização dos produtos artesanais. As associações e pontos de cultura envolvidos nessa cadeia produtiva vendem os produtos, participam de feiras e trocam saberes e tecnologias. O pontão de cultura, nesse caso, faz a formação das associações e tem consultores regionais que contribuem no acompanhamento das ações, constituindo-se como referência, inclusive, para a execução do projeto do Pontão.

O Pontão de Cultura contribui também na venda dos produtos que são realizadas pela internet, onde os produtos possuem uma apresentação elaborada pelos próprios artesãos. A planilha de gestão é aberta, de modo que todos os clientes sabem quanto foi destinado aos produtores e demais elos da cadeia produtiva. O preço do produto é definido a partir do preço justo cobrado pelas comunidades e, em geral, aproximadamente 50% da receita de cada venda fica com os produtores.

Dentre os pontos de cultura pesquisados, temos outro exemplo de articulação da cadeia produtiva da música com o objetivo maior de ampliar a participação dos coletivos de produção musical independentes do município de atuação do ponto de cultura. Para tanto, a organização iniciou a realização de um mapeamento dos grupos musicais, instituições de ensino de música, artistas, luthiers, casas de shows, festivais e infra-estrutura disponível na cidade para a fruição da música. O ponto de cultura conhece a dinâmica própria do setor por ter como sua principal atividade a produção musical de shows, eventos, festivais e bandas, com cobertura colaborativa e produção multimídia.

Essas realizações ocorrem sempre em parceria com outras instituições, coletivos, pontos de cultura e agentes culturais. A gravação, venda e distribuição de Cds e DVDs ocorre nos eventos e em paralelo a eles. A partir disso, foi possível articular os diferentes elos do sistema de produção e circulação, dinamizando espaços de criação,



circuitos de produção musical, festivais de difusão, formação de público e distribuição de Cds e DVDs.

Para fortalecer a cadeia produtiva, o coletivo criou uma moeda social que é utilizada nesses espaços e circuitos. A moeda é lastreada em Reais e é utilizada para a troca de bens, produtos e serviços; os investimentos são calculados em horas trabalhadas e todas as trocas integram o cardápio de produtos e serviços disponíveis nesse sistema, podendo ser usufruídos no mercado próprio de trocas. Essa experiência reforça a importância de envolvimento de parceiros e do investimento na articulação em rede. A relação que se estabelece com esses colaboradores não é contabilizada materialmente ou considerada uma dívida, mas sim a inserção em uma rede de trocas que, quanto mais pessoas e grupos participarem, maior será a possibilidade de circulação dos produtos e serviços disponíveis.

A gestão financeira desse ponto de cultura é inteiramente coletiva, os recursos existentes são para o funcionamento do Coletivo, para o desenvolvimento dos projetos e para a sobrevivência do grupo. É por meio do caixa coletivo que é feita a gestão dos recursos, onde não há remuneração individual, nem salários. As entradas de recurso (receitas) no caixa coletivo variam desde recursos de projetos, venda de produtos ou remuneração por serviços prestados. Os recursos do caixa coletivo são em Reais e também na moeda social do Coletivo.

Além da responsabilidade individual com o sentido coletivo dos recursos, há acordos e instrumentos de gestão utilizados para garantir o fluxo saudável do caixa coletivo: todas as retiradas do caixa são registradas, há um núcleo de sustentabilidade que tem como responsabilidade organizar o pagamento das contas, há um grupo de email que discute o fluxo do caixa e as decisões que precisam ser tomadas de gastos e investimentos, além do fato de todos os projetos possuem um TEC, conjunto de planilhas abertas, alimentadas por todas as pessoas do grupo.

A ruptura com a lógica de salários e sua substituição pelo custeio de necessidades modificou a relação das pessoas com o dinheiro, passando a ter muito valor as trocas de produtos e serviços, os circuitos intangíveis que são mobilizados pela colaboração e solidariedade. O respeito às especificidades e diferenças de cada pessoa foi um exercício que todos tiveram (e têm) que trabalhar e, no caso dos entrevistados, essa experiência representou um grande aprendizado, valorizado e retribuído pela vida

em coletividade.

A despeito dos exemplos mencionados, estas práticas ainda são bastante incipientes numa escala maior da Rede Cultura Viva e foram identificados muitos pontos de cultura que, apesar de trazerem em seu trabalho o potencial de mobilizar circuitos produtivos, comercializar produtos, gerar renda, tem poucos recursos para estruturar este trabalho. A falta de recursos identificada diz respeito à carência de espaços de comercialização, falta de conhecimento de gestão financeira, falta de crédito para compra de insumos, necessidade de formação administrativa para vendas, pouca troca com outras experiências na área e ausência de políticas de fomento à economia solidária da cultura.

## **ECONOMIA SOLIDÁRIA NO PROGRAMA CULTURA VIVA**

A primeira menção que o programa Cultura Viva faz à Economia Solidária ocorre logo em seu primeiro documento, o Catálogo do programa, no contexto da Ação Agente Cultura Viva. Essa Ação foi concebida em 2004 e implementada nos anos de 2005 e 2006, representando a primeira Ação do Cultura Viva a ser realizada, logo após a constituição dos Pontos de Cultura. A Ação Agente Cultura Viva consistiu na formação de mais de sete mil jovens em um total de 197 Pontos de Cultura, durante seis meses. Ela foi realizada em parceria com o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), que ofereceu auxílios financeiros mensais de R\$ 150,00 aos jovens, tendo como contrapartida a frequência escolar, a participação dos jovens nas ações de formação realizadas pelos Pontos de Cultura e a prestação de serviços comunitários.

A parceria do MinC com o MTE imprimiu a essa Ação a perspectiva de geração de emprego para a juventude de baixa renda do Brasil, tendo a cultura como ponto de partida. Os discursos e expectativas em relação a essa Ação entre os dois ministérios eram muito diferentes, se não contraditórios, e refletem alguns aspectos da complexidade da economia da cultura. Enquanto um órgão apostou na empregabilidade do jovem, o outro almejava o trabalho associado. Por um lado, o MTE acreditava que essa Ação aliaria a qualificação social e profissional de jovens na área cultural à intermediação de mão-de-obra, tendo como horizonte a inserção de 30% dos jovens agentes cultura viva no mercado de trabalho. Por outro lado, o MinC revestiu essa ação

pública com o discurso do empreendedorismo e da economia solidária, apostando na formação dos jovens como oportunidade para sua profissionalização na área cultural.

Apesar das diferenças dos meios, ambos ministérios concordavam que a finalidade dessa Ação era a inauguração da entrada de jovens em programas redistributivos de geração de emprego e renda na área da cultura. No entanto, o desempenho gerencial problemático dessa ação e a complexidade do seu objeto não proporcionou o alcance desse objetivo.

No entanto, vale afirmar o ineditismo da intencionalidade do MinC em termos de aliar a economia solidária à cultura, a partir da ação de formação de jovens junto a Pontos de Cultura. Segundo o catálogo do programa “A capacitação específica [do agente cultura viva] é definida pelo Ponto de Cultura e a coordenação do programa contribui com o acompanhamento em educação popular, empreendedorismo cultural e microcrédito. O objetivo é fomentar a geração de renda nas próprias comunidades, a partir de uma economia solidária” (BRASIL, 2004, p. 24).

Talvez pelo pioneirismo da ação, não foi possível para o MinC desenvolver uma estratégia que fizesse de fato convergir cultura e trabalho junto aos jovens dos Pontos de Cultura. A ausência de mecanismos de gestão e ações de inserção produtiva dos jovens não só limitou o alcance dos objetivos da Ação Agente Cultura Viva, como tampouco valorizou os jovens como sujeitos de direitos, mas como beneficiários passivos de um programa de inserção social e combate ao desemprego.

A inserção de, ao menos, 30% dos jovens no mercado de trabalho foi uma meta herdada do Programa Nacional do Primeiro Emprego. Por não ter sido acompanhada de uma análise da realidade do jovem que trabalha com arte e cultura, nem de um reconhecimento das atividades profissionais na área cultural, não houve adequação de critérios, exigências e condicionantes dessa ação à realidade do setor cultural. As prioridades dessa ação pública se diluíram e foram absorvidas pelos problemas de gerenciamento, pelo atraso dos pagamento, pela falta de comunicação entre os Ministérios e pela dificuldade de planejamento.

O MinC teve outra iniciativa de parceria com o Ministério do Trabalho e Emprego ainda em 2006, mas desta vez junto à Secretaria Nacional de Economia Solidária. Ambos ministérios organizaram nesse ano a primeira TEIA, encontro dos Pontos de Cultura e dos empreendimentos econômicos solidários de todos os Estados

brasileiros. Realizada em São Paulo, no Pavilhão de Exposições da Bienal, a TEIA proporcionou um espaço de encontro, troca, interação e articulação entre grupos culturais e de economia solidária.

Com territórios divididos por Estados da Federação, os empreendimentos e os pontos de cultura puderam conhecer de perto não apenas a produção de cada instituição, mas também as formas de organização, mobilização social, articulação em rede, participação política e incidência nas agendas públicas de suas localidades. A partir dessa TEIA, muitos pontos de cultura passaram a conhecer o Fórum Brasileiro de Economia Solidária e iniciou-se a mobilização da Rede Cultura Viva no sentido de criação de Fóruns dos Pontos de Cultura. Foi nesse encontro que muitos empreendimentos econômicos solidários tiveram contato pela primeira vez com uma política nacional de reconhecimento e valorização da cultura popular brasileira e reforçaram a dimensão cultural de sua produção.

A interação da cultura com a economia solidária ficou tão marcada nesse encontro que foi impossível conceber a realização das próximas TEIAs sem a presença da economia solidária. Nas edições seguintes do encontro, dentre as atividades da TEIA, houve sempre uma feira de economia solidária e os Pontos de Cultura passaram a expor e vender seus produtos como empreendimentos econômicos solidários. Experiências como essa revelam, mais uma vez, o potencial de produção, distribuição e consumo da Rede Cultura Viva e vem ao encontro da demanda apresentada por muitos pontos de cultura, de realização de feiras e constituição de espaços permanentes de comercialização de seus produtos. O fato de não haver mais incentivo para a participação de outros empreendimentos econômicos solidários de fora do Cultura Viva nas TEIAs seguintes não favoreceu a troca de saberes, tecnologias, produtos e serviços, nem a articulação política entre os dois setores.

Podemos afirmar que o tema da economia solidária percorre de modo transversal o programa Cultura Viva, e é uma preocupação manifesta em suas diversas ações. Em 2009, a Ação Cultura Digital criou um Grupo de Trabalho de Sustentabilidade reunindo pontos, pontões e equipe técnica do MinC para elaborar propostas, diretrizes e implementar iniciativas que respondessem à demanda de integração produtiva dos pontos de cultura. Com o objetivo de fomentar, difundir e apoiar iniciativas dos pontos voltadas para o alcance de

sua sustentabilidade e melhoria de gestão, esse GT chegou a elaborar uma estratégia de potencialização dos estúdios multimídia dos pontos de cultura como plataforma de sua sustentabilidade sócioeconômica, baseadas na organização de produtoras culturais colaborativas.

O impulso de criação desse GT foi o desafio de mobilizar ações junto aos pontos de cultura geradoras de sustentabilidade e autonomia financeira, para que as instituições, coletivos e organizações que administram e gerem os pontos de cultura não fiquem dependentes de editais e financiamento público. Pautados pela premissa do Cultura Viva de fortalecer institucionalmente iniciativas culturais já existentes, o GT Sustentabilidade reforçou o potencial das tecnologias de comunicação e informação como dinamizadores desse processo. O desenvolvimento tecnológico, a produção multimídia colaborativa e a atuação em rede compõem alternativas à sustentabilidade dos pontos de cultura, que, conectadas às plataformas de comercialização e troca da economia solidária e à formação em cultura digital, podem proporcionar não apenas a continuidade dos projetos, como sua ampliação, fortalecimento, qualificação e sustentabilidade financeira.

A prática dos pontos de cultura, como vimos, é reveladora do potencial de sustentabilidade existente em seus projetos. O aproveitamento do kit multimídia para estruturar núcleos temáticos de audiovisual, informática, fotografia e produção cultural é uma das ações identificadas nesse sentido. A prestação de serviços em áreas de filmagem, edição, manutenção de equipamentos, software livre, transmissão ao vivo de eventos, modelagem de bancos de dados e estruturação de telecentros compõe o leque de possibilidades de geração de trabalho e renda. Ações em rede, como a contratação de outros pontos de cultura para produção e serviços culturais em festivais, eventos, feiras e atividades diversas é outra iniciativa que já ocorre e pode ser potencializada. A articulação dos pontos de cultura junto aos sistemas de trocas e clube de compras existentes podem ampliar a escala dessas iniciativas, expandindo seu alcance local para uma dimensão regional e até nacional.

Para tanto, é fundamental que o programa Cultura Viva operacionalize ações públicas específicas de reconhecimento e valorização dos pontos de cultura como empreendimentos econômicos solidários. Ações de fomento ao desenvolvimento de projetos de geração de trabalho e renda que alimentem as possibilidades de autonomia e

sustentabilidade financeira dos pontos de cultura têm sido proposto e reivindicado por diversos grupos.

Para atender essas demandas e iniciativas dos pontos de cultura, o MinC criou em 2010 a mais nova ação do programa Cultura Viva, chamada Economia Viva. Com a finalidade de incentivar a articulação de elos de sistemas produtivos de variadas expressões artísticas, a Ação Economia Viva busca impulsionar a geração de renda e a sustentabilidade sócioeconômica de grupos e organizações, fomentando o caráter social aplicado à economia.

A sua implementação foi vinculada ao edital de prêmio Economia Viva voltado a Pontos de Cultura e organizações sem fins lucrativos que desenvolvessem ações em rede e atividades econômicas colaborativas e solidárias, vinculadas a sistemas produtivos de linguagens artísticas. Passados 15 meses do lançamento do edital, hoje há 12 projetos selecionados, todos vinculados à Rede de Pontos de Cultura que aguardam o recebimento do prêmio para poderem desenvolver as ações previstas. A Ação Economia Viva encontra-se, assim, em compasso de espera para que possa efetivar o acompanhamento e a articulação em rede desses projetos, proporcionando o suporte estrutural e o reconhecimento político dessas ações culturais e econômicas dos pontos de cultura. As diversas tentativas e intencionalidades do MinC em fomentar a inclusão produtiva na Rede Cultura Viva oferece aprendizados e aporta contribuições para garantir o êxito da implementação dessa Ação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AÇÃO CULTURA DIGITAL. *Compêndio da Ação Cultura Digital*. Disponível em: <[http://www.estudiolivre.org/el-gallery\\_view.php?arquivoId=7521](http://www.estudiolivre.org/el-gallery_view.php?arquivoId=7521)>. Acesso em: 06 jun. 2011.

ARAÚJO, Herton E.; BARBOSA, Frederico A. B. (Org.). *Cultura Viva: avaliação do programa arte educação e cidadania*. Brasília: Ipea, 2010.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Catálogo do Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania*. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais*. Brasília, DF, 2ª edição, 2010.

BRASIL. Ministério da Cultura. Edital de divulgação nº 08, de 09 de março de 2010 – Prêmio Economia Viva. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2010/03/11/premio-economia-viva-2010/>>. Acesso em:

6 jun. 2011

GIL, Gilberto. Discursos do Ministro da Cultura Gilberto Gil. Cadernos do Do-In Antropológico, Brasília, DF, nº 01, dez. 2003.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele M. (Org.). Teorias e política da cultura: visões multidisciplinares. Salvador: EDUFBA, 2007. p.95-113.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia da Cultura e Desenvolvimento – estratégias nacionais e panorama global. In: DE MARCO, Kátia; REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). Economia da cultura: ideias e vivências. Rio de Janeiro: Publit, 2009. p. 23-34.

SEN, Amartya. Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVA, Frederico A. Barbosa da. *Política Cultural no Brasil, 2002-2006: acompanhamento e análise*. Brasília, DF: MinC, 2007.

SINGER, Paul. Economia Solidária: um modo de produção e distribuição. In: A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego.

SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de (Org.). São Paulo: Contexto, 2000.

VILUTIS, Luana. *Cultura e juventude: a formação dos jovens nos Pontos de Cultura*. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.