

História, cinema e política: os movimentos sociais em audiovisual (1990-2010)

THIAGO DE FARIA E SILVA¹

A presente comunicação almeja discutir algumas das posturas ideológicas principais dentro dos movimentos sociais em audiovisual, analisando suas relações com o mercado e com o Estado. A aproximação entre os movimentos sociais e o audiovisual iniciou-se na década de 60, basicamente em torno das instituições estudantis, primeiramente a UME-RJ e, posteriormente, no CPC da UNE, e também em torno de instituições de cultura popular e educação, como o Movimento de Cultura Popular (MCP). Na década de 80, o audiovisual tornou-se, ainda, importante linguagem de expressão durante o crescimento do movimento sindical no ABC paulista, com a produção do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo, sob a coordenação de Renato Tapajós².

Nos últimos 20 anos, a relação entre o audiovisual e os movimentos sociais cresceu e se diversificou no país, em um ambiente permeado pela presença da ideologia neoliberal e pela manutenção de altos índices de desigualdade social³ e de violência. No governo Collor, a crise econômica e a inflação penalizaram, sobretudo, as classes populares. O filme *Boca de Lixo* (1992) de Eduardo Coutinho⁴, realizado no *Centro de Criação da Imagem Popular* (CECIP)⁵, é uma fonte histórica sugestiva sobre o lugar ocupado pelas classes populares no governo Collor e, sobretudo, do seu movimento de descenso social. No filme, um mesmo homem concede duas entrevistas: na primeira, ele é um lixeiro com carteira assinada, vendo o lixão “de fora”; na segunda, pouco tempo depois, ele é o mais novo desempregado, ingressando na atividade de catador de lixo, seu último recurso de sobrevivência.

¹ Bacharel e licenciado em História pela USP (2008), atualmente realiza mestrado em História Social (USP), com a pesquisa “Audiovisual, memória e política: os filmes *Cinco vezes favela* (1962) e *5x favela, agora por nós mesmos* (2010)”. É bolsista da CAPES. E-mail: thiago.faria@usp.br

² Cf. TAVARES, Krishna Gomes. *Cinema e Educação Sindical nos filmes de Renato Tapajós*. Dissertação de Mestrado em andamento, Ciências da Comunicação, ECA-Universidade de São Paulo.

³ Segundo dados do Ipea, a desigualdade social mantém-se alta durante toda a década de 90, mas apresenta uma tendência de leve queda a partir de 2000. Cf. Gráfico Renda - desigualdade (coeficiente Gini). Série calculada a partir das respostas à Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad/IBGE). <http://www.ipea.gov.br>

⁴ Cf. SILVA, T. F. *Imagens do lixo no cinema brasileiro*. In: XXV Simpósio Nacional de História - História e Ética, 2009, Fortaleza. XXV Simpósio Nacional de História - História e Ética, 2009.

⁵ Cf. www.cecip.org.br/

Nos dois governos de Fernando Henrique Cardoso, os ajustes fiscais e a nova política econômica eliminaram a inflação, o que ocasionou, inicialmente, uma estabilização dos altos índices de desigualdade, com uma leve queda entre 2000 e 2002. Porém, o custo desse processo foi uma considerável recessão⁶ e a precarização ou terceirização de muitos serviços essenciais fornecidos pelo Estado. Nos governos de Lula, sobretudo a partir de 2006⁷, há uma correção de rota das políticas neoliberais, mantendo a austeridade da política econômica, porém com uma crescente participação do Estado na formulação de políticas públicas e sociais nas mais diferentes áreas.

Na área de interesse deste estudo, a das políticas públicas para o audiovisual, é interessante notar as diferentes características de atuação de cada um dos governos de orientação neoliberal. No governo Collor, fica patente a ausência de qualquer política cultural mais ampla para o audiovisual, ao lado da disposição em desmontar a participação do Estado no mercado cinematográfico, com a extinção do *Conselho Nacional de Cinema* (Concine) e da Embrafilme. Simultaneamente, crescia abertura do mercado aos produtos cinematográficos estrangeiros. Exemplo crônico desse processo é o tratamento dado por Collor à Cota de Tela, existente no país desde 1932. Com a Lei nº 8.401, de 1992, o setor público eximia-se da organização das informações necessárias para a fiscalização, abrindo caminho para os seguidos desrespeitos à proteção legal. Outros dados fornecem, igualmente, uma dimensão do desmonte promovido pelo governo Collor: em 92, o percentual de lançamentos de filmes brasileiros no mercado nacional foi de 1,27% (com três filmes), os filmes nacionais tiveram apenas 36 mil espectadores e a participação do produto brasileiro no mercado de exibição foi de 0,05%⁸.

Nos governos FHC, iniciou-se as políticas de leis de incentivo ao setor de cinema comercial, sob o novo modelo das parcerias entre o setor público e privado, viabilizando aquilo que se convencionou chamar de “retomada do cinema brasileiro”⁹.

⁶ Porcentagem de crescimento do PIB, segundo dados do Ipea Data: 1994 - 5,33, 1995 - 4,42, 1996 - 2,15, 1997 - 3,38, 1998 - 0,04, 1999 - 0,25, 2000 - 4,31, 2001 - 1,31, 2002 - 2,66.

⁷ Cf. SINGER, André. *Raízes sociais e ideológicas do lulismo*. Novos Estudos, Cebrap, Edição 85, dezembro de 2009.

⁸ *Cinema, Som e Vídeo: 1995-2002. Relatório de Atividades da Secretaria do Audiovisual*. Ministério da Cultura, 2002. <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/11/relatorio-de-atividades-sav-19952002.pdf>

⁹ A seguir, os filmes produzidos em 1995, sendo os 4 primeiros financiados pelo *Prêmio Resgate* (com

Segundo dados do Ministério da Cultura, o volume total de investimentos no setor entre 1995 e 2002 foi de 646 milhões, o que seria 50% maior do que o investido pela Embrafilme em 12 anos de existência¹⁰. A comparação não é gratuita e soa como uma provocação ao modelo de mercado cinematográfico que vigorava desde a Ditadura Civil-militar e que havia sido destruído pelo Programa Nacional de Desestatização (PND).

Entre 1995 e 1999, os esforços são concentrados na retomada e estruturação da produção cinematográfica, com a ampliação gradual dos investimentos e do número de lançamentos nacionais¹¹. A partir de 1999, a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura passou a gerir alguns programas de desenvolvimento do audiovisual¹², permitindo a formação de público, a entrada de novos nomes no mercado por meio de concursos para curtas-metragens, “documentários culturais” e longas-metragens, além do fomento a festivais, cursos e seminários sobre cinema. Em 2001, cria-se a *Agência Nacional do Cinema* (Ancine), com o objetivo de regular o funcionamento do mercado cinematográfico, deixando a Secretaria do Audiovisual com a gestão do setor no âmbito ampliado das políticas culturais, englobando os projetos não circunscritos ao mercado cinematográfico convencional.

Nos governos Lula, mantêm-se, com modificações, as políticas de leis de incentivo, contudo, o audiovisual é visto cada vez mais como um setor não restrito ao cinema comercial, ao integrar também inúmeros outros segmentos, na maioria das vezes, organizados como ONGs e OSCIPs, tais como cineclubes, movimentos sociais produtores e exibidores e festivais¹³.

recursos públicos) e os demais com leis de incentivo: *O Quatrilho*, Fábio Barreto; *Carlota Joaquina*, Carla Camurati; *Menino Maluquinho*, Helvécio Ratton; *Bananas is my Business*, Helena Solberg; *Cinema de Lágrima*, Nelson Pereira dos Santos; *Louco Por Cinema*, André Luiz Oliveira; *Perfume de Gardênia*, Guilherme Prado; *O Mandarim*, Júlio Bressane; *Terra Estrangeira*, Walter Sales Jr. e Daniela Thomas; *Yndio do Brasil*, Sylvio Back. Cf. *Cinema, Som e Vídeo: 1995-2002. Relatório de Atividades da Secretaria do Audiovisual*. Ministério da Cultura, 2002.

¹⁰ Idem, pp. 4-5.

¹¹ Número de lançamentos nacionais: 1990: 7, 1991: 8, 1992: 3, 1993: 4, 1994: 7, 1995: 12, 1996: 23, 1997: 22, 1998: 26, 1999: 31, 2000: 24, 2001: 30, 2002: 35.

¹² Apoio à Comercialização de Filmes, Mais Cinema, Grande Prêmio Cinema Brasil, A Redescoberta do Cinema Nacional, Cinema dos Brasileiros, Imagens do Brasil e novos Concursos Públicos: Apoio a filmes de Baixo Orçamento, Roteiro, Curta-metragem, Documentário, Longa-metragem e Telefilme.

¹³ Relatório da Secretaria do Audiovisual, gestão 2003-2006. Ministério da Cultura, 2006. <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/12/sav1.pdf> Relatório da Secretaria do Audiovisual, gestão 2008 e Perspectiva para 2009. Ministério da Cultura, 2009.

A experiência do filme *5x favela, agora por nós mesmos* (2010), realizado por cinco ONGs/OSCIPs envolvidas com a produção de cinema nas favelas cariocas, à convite da produtora *Luz Mágica* de Cacá Diegues e Renata Magalhães, colocou em contato esses dois mundos, sempre muito paralelos, do setor audiovisual: de um lado, o mercado cinematográfico de cinema industrial e, de outro, o audiovisual como espaço público de atuação político-cultural. Normalmente, coletivos, ONGs e OSCIPs não acessam os grandes editais de fomento, não se reportam à Ancine, não entram no circuito exibidor, isto é, não participam do mercado cinematográfico. Vivendo em um mundo audiovisual à parte, chamado por alguns de “cinema cultural”, mais aberto, porém menos lucrativo, essas instituições são vistas pelo Estado como parceiros na implementação de políticas públicas audiovisuais, com ênfase na execução de projetos democratizantes que não teriam viabilidade no mercado comercial. Se, por um lado, esses projetos “terceirizam” a responsabilidade pública do Estado em democratizar a cultura; por outro, criam um espaço para a execução de projetos alternativos e críticos ao mercado cinematográfico e, até mesmo, às políticas governamentais.

No filme *5x favela, agora por nós mesmos*, a produtora *Luz Mágica* embaralhou esses dois mundos audiovisuais, ao convidar cinco ONGs e OSCIPs (*Cufa*, *Afroreggae*, *Cidadela*, *Nós do Morro* e *Observatório de Favelas*) para realizarem um filme sobre as favelas cariocas no mesmo formato de episódios do filme *Cinco vezes favela* do CPC da UNE, porém sem a precariedade de recursos marcante no filme do CPC. Com isso, muitas das diferenciações entre esses dois mundos foram colocadas em questão. No âmbito dos movimentos sociais de cinema, muitas dúvidas surgiram a partir da experiência: qual o papel dos movimentos sociais em audiovisual? Eles devem almejar a participação no mercado cinematográfico convencional? Devem apontar caminhos alternativos e críticos ao mercado? Há uma compatibilidade entre a participação no mercado e a atuação político-cultural desses movimentos? Eles devem se submeter à indústria cinematográfica e seus critérios de produção e sua divisão de trabalho? No âmbito do mercado cinematográfico, também surgiram dúvidas, porém em outras direções: essas entidades estão de acordo com os critérios profissionais exigidos pelo mercado? Como será a receptividade desse produto? O apelo social das entidades envolvidas trará retornos de marketing aos patrocinadores do filme? A proposta sensibilizará órgãos públicos de fomento?

<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/03/relatorio-sav-08-09.pdf>

Os contemporâneos movimentos sociais atuantes no setor audiovisual não podem se privar de suas relações com o Estado, pois atuam em um setor que demanda recursos e equipamentos, raramente auto-financiados. Contam, ainda, com um Estado que tem se restringido, mais e mais, aos papéis de gestor de projetos e de regulador do mercado, sepultando de vez a participação direta como era feita pela Embrafilme. Assim, eles se diferenciam pela maneira como participam e politizam esse espaço cultural – o setor audiovisual - organizado pelo Estado, mas fortemente hegemonizado pelo mercado cinematográfico e seus atores (produtoras, distribuidoras, cinemas, etc.).

Nos últimos 20 anos, afastando-se um pouco dos governos e observando as posturas ideológicas dos movimentos, floresceram diferentes propostas políticas ligadas ao audiovisual. As clivagens partidárias e nacionalistas, que nortearam as diferentes ideologias na década de 60, e as sindicais na década de 80, deram lugar a uma renovação dos caminhos ideológicos e organizativos dos movimentos sociais atuantes no setor audiovisual. Surgiram os grupos socialistas não-partidários e os anarquistas mais preocupados com a difusão da informação livre do que, propriamente, com a organização de fábrica. Também se assistiu a uma forte mobilização de grupos em torno da identidade da *favela* ou *periferia* como eixo ideológico primordial. E, por fim, ganha espaço a ideia de uma militância política fortemente ligada à inserção no mercado por meio do *empreendedorismo social* das ONGs/OSCIPs.

Entre as instituições que ainda se referenciam na identificação de esquerda, estão o *Festival Latino Americano da Classe Obrera* (FELCO)¹⁴ e outros grupos ligados ao *Coletivo de Vídeo Popular* de São Paulo, todos eles articulados em torno da revista *Vídeo Popular*¹⁵, tais como *Nossa Tela*, *Núcleo de Consciência Alternativa* (NCA), entre outros. Entre os coletivos próximos às ideias anarquistas, o principal deles é o *Centro de Mídia Independente*¹⁶, com uma amplitude mundial e bastante atuante em várias cidades brasileiras. Há, ainda, experiências referenciadas na esquerda, mas que pertencem a movimentos sociais, cuja atuação central não é o cinema. É o caso do

¹⁴ Criado em 2004, na Argentina por membros do Partido Obrero, tem forte atuação no Brasil, sobretudo no Estado de São Paulo e em Minas Gerais. <http://redefelcominas.ning.com/>

¹⁵ Cf. *Revista Vídeo Popular* do Coletivo de Vídeo Popular de São Paulo, nº 2, setembro de 2009. *Revista Vídeo Popular*, nº 3, janeiro de 2010. *Revista Vídeo Popular*, nº 4, julho de 2010. <http://videopopular.wordpress.com/>

¹⁶ <http://www.midiaindependente.org/>

Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST)¹⁷, que possui inúmeros vídeos próprios e conta com uma grande atuação da Brigada Audiovisual da Via Campesina.

À margem dessa identificação com o socialismo ou com os movimentos sociais de esquerda, encontram-se uma série de organizações identificadas com a *favela* ou a *periferia*. Esse referencial geográfico-cultural constitui-se no principal eixo norteador da luta política e da mobilização. Embora ainda se diversifiquem entre si, as organizações envolvidas no filme *5x favela, agora por nós mesmos* possuem como elemento comum essa identificação com a *favela* e com o *empreendedorismo social*. Lícia Valladares chama a atenção para algumas consequências dessa identificação com a *favela*:

Ainda que as próprias ONGs constituam um conjunto heterogêneo, já que não se definem pelas mesmas crenças nem pela mesma ideologia, nem tampouco pelo mesmo público-alvo, todas elas utilizam o discurso da pobreza para justificar a sua existência... Na medida em que representam a sociedade civil engajada e realizam acordos de parceria com os poderes públicos brasileiros, sem dúvida nenhuma as ONGs prestam um importante serviço às 'comunidades carentes'. Mas, assim fazendo, também reforçam a representação redutora da favela como lugar de pobreza e espaço social específico. A importância atribuída à identificação entre as favelas e a questão da pobreza urbana acabaram por se transformar em uma faca de dois gumes relativa à defesa dos menos favorecidos. De fato, a representação da favela como espaço dos pobres por excelência, se é que traz para elas algum benefício, deixa na sombra os outros setores da cidade, bastante numerosos, e talvez mais carentes... (VALLADARES, 2005:160)

Em diálogo com as reflexões de André Singer¹⁸ sobre as complexidades do *subproletariado* – de um lado, não favorável às mudanças bruscas e às ideias de revolução e, de outro, afeito às propostas de diminuição da desigualdade e distribuição de renda –, pode-se sugerir que a identificação com a *favela* ou a *periferia* desempenha no âmbito da sociedade civil algo correlato ao que representa o *lulismo* no âmbito da sociedade política. Ambos os fenômenos articulam presença ostensiva do mercado na lógica política (algo que faz Francisco de Oliveira e todo um grupo de pesquisadores pensar no conceito de hegemonia às avessas¹⁹), desinteresse pelas rupturas revolucionárias (socialistas, anarquistas, etc.) e forte desejo político de ascensão social, seja na conquista de espaço no mercado ou na vida pública.

¹⁷ Cf. <http://www.mst.org.br/multimedia>

¹⁸ SINGER, André. *Raízes sociais e ideológicas do lulismo*. Novos Estudos, Cebrap, Edição 85, dezembro de 2009.

¹⁹ Francisco de Oliveira, Ruy Braga e Cibele Rizek (orgs.). *Hegemonia às avessas*. São Paulo, Boitempo, 2010.

Assim, a busca por uma inserção no mercado encontra forte apelo político-ideológico dentro da ideologia da *favela* ou *periferia*. Essa possibilidade é aberta pela ideia do *empreendedorismo social*, ao apostar na conquista do mercado com um sentido político capaz de reverter a exclusão de algumas parcelas da população, nunca presentes em alguns setores privilegiados, como o mercado audiovisual, por exemplo²⁰. A tarefa política central passa a ser *criativa*, e não propriamente *contestatória*, pois o que se quer é ascender sem revolucionar as regras do jogo. O que se busca não é a transformação dos agentes causadores da miséria, da desigualdade social ou da degradação dos serviços públicos essenciais, embora sejam esses mesmos elementos os alvos das atuações localizadas. O foco recai sobre a formulação de projetos inovadores e atrativos, adequados às necessidades sociais dos locais atendidos. Passa-se a ser parceiro do mercado e dos governos²¹ na produção de projetos de sucesso em locais específicos. Por outro lado, essas instituições, estruturadas como ONGs e OSCIPs, deixam de realizar uma oposição à lógica de mercado e à exploração do trabalho, e passam a desempenhar um papel paliativo, pulverizado e não planejado entre os diversos projetos e instituições.

Essa prática também abre uma ponte, cheia de contradições, entre um mercado altamente excludente e competitivo com práticas sociais de teor democratizante, cunhadas com a justificativa de combater a violência ou a pobreza. Conexões como estas trazem grandes ressalvas à própria designação de Terceiro Setor como algo oposto ao Estado (primeiro setor) e ao mercado (segundo setor), trazendo importantes dúvidas às definições clássicas desse conceito, como a defendida a seguir:

A noção de Terceiro Setor se dá pela negação das características dos outros dois setores, isto é, a organização se constitui fora da estrutura Estado e fora da racionalidade do mercado, já que sua atuação não tem o lucro como objetivo. Os principais termos encontrados para designar as instituições que compõem o universo do Terceiro Setor no Brasil são: ONG, organizações da sociedade civil, esfera pública não-estatal, organizações (entidades, associações) sem fins lucrativos, entidades beneficentes, filantrópicas ou caritativas, fundações, filantropia empresarial. (FERRAREZI, 2002:19-20)

Assim, as instituições, ao receberem recursos privados, fornecem toda a força

²⁰ Segundo pesquisa realizada em 2002, pelo Instituto de Estudo da Religião (ISER) e pelo Viva Rio, os moradores das favelas cariocas se dividem nas seguintes classes: classe A (2,5%), classe B (24%), classe C (51,3%), classe D e E (22,2%). Cf. SOUZA e SILVA, Jailson, et al. *O que é favela, afinal?*. Rio de Janeiro, Observatório de Favelas, 2009, p. 40-41.

²¹ Há no Brasil uma grande dependência das fundações, ONGs e instituições filantrópicas em relação aos governos.

ideológica da sua atuação social às campanhas de marketing de seus fomentadores, criando uma parceria que viabiliza a execução dos projetos por meio de recursos privados, que retornam para as empresas e marcas na forma de ganhos de marketing. Não por acaso, MV Bill (fundador da *Cufa*) e José Júnior (fundador do *Afroreggae*) protagonizam comerciais televisivos inovadores para empresas parceiras, *Nextel* e *Oi*. Caminhando na Cidade de Deus, MV Bill diz:

*Hoje eu sou um pensador, um líder respeitado pelo mundo inteiro. Músico, escritor, cineasta, eu tenho prêmios no Brasil e lá fora, mas eu não vou mentir não, heim? Porque nem sempre foi assim. Dizem que para você ser alguém no morro você tem que ser bandido. Eu quase acreditei nisso. Acesse esse site, porque se eu começar a falar tudo por aqui esse comercial não vai para o ar. Essa é a minha vida, essa é meu clube. Voz em off: Nextel é rádio, é celular, é ilimitada.*²²

Na campanha da *Oi*, vários comerciais²³ fazem referência ao *Afroreggae*. Em um deles, intitulado *Transformação*, José Júnior anda pelas ruas da favela com o seu celular, enquanto uma voz *off* diz: “A *Oi* também acredita em transformar pessoas pelo conhecimento, pela afetividade, pela cultura. Para ter mudança, tem que ter liberdade. A *Oi* apoia o *Afroreggae*. Transformar: simples assim”. Em outro, chamado *Reinvenção*, José Júnior anda pelo Complexo do Alemão e a voz diz: “Reinventar é descobrir o outro lado de todos os lados. Para ter mudança, tem que ter liberdade. Transformar: simples assim”. Se por um lado, esses comerciais ampliam a visibilidade dos projetos sociais das instituições e rendem bons recursos; por outro, as marcas se apropriam do teor social de temas como a liberdade, a ausência de limites e a transformação para dar sentido à concorrência acirrada no mercado de telecomunicações. Paulo Arantes, em texto carregado de provocação, comenta algumas consequências da proximidade das iniciativas sociais com o mercado:

... fato é que também existe um mercado atraente para as iniciativas cidadãos. Ocorre simplesmente que a mais estrita observância da cláusula sem-fins-lucrativos não é uma barreira à entrada no mundo dos negócios, podendo até representar uma senha privilegiada de ingresso. Segundo consta, a paulatina impregnação pelos usos e costumes da livre iniciativa começa pela inocente elaboração e execução de um ‘projeto’ em conformidade com as

²² O comercial pode ser visto em: <http://www.youtube.com/watch?v=7HadI9VwHA0>

²³ Reinvenção: <http://www.youtube.com/watch?v=cVoOWZXugyo>

Liberdade: <http://www.youtube.com/watch?v=DisFTv7iPvU>

Transformação: <http://www.youtube.com/watch?v=yoICY4UOHeU>

Pessoas que vão mudar o mundo: <http://www.youtube.com/watch?v=R85ycOJ0M4c&feature=channel>

exigências de qualquer agência financiadora... Submetido por seu turno à concorrência do programa similar oferecido por outra entidade, que também disputa 'parcerias' e nichos em 'mercados sociais inovadores', o advogado voluntário dos direitos dos sem direitos, sob pena de não produzir o 'impacto' que dele se espera, logo estará falando, por exemplo, em 'público-alvo' e afinal recorrendo a todos os expedientes consagrados do gerenciamento dito estratégico. Não custa lembrar: 'estratégia' é sempre uma manobra de guerra 'contra' um rival. Sem falar que tudo isto dá emprego, e muito. (Nada contra, por favor). De sorte que nem sempre é fácil perceber onde termina a utopia republicana e principia um empreendimento tocado à imagem e semelhança do mundo dos negócios. Aliás, a fraseologia gerencial-cidadã também está aí para atenuar qualquer eventual excesso de zelo: uma linguagem comum aos dois 'setores' é o melhor atestado da 'interação positiva' entre essas duas ânsias que porventura rasguem o peito inquieto do ativista social. (ARANTES, 2000:168)

As instituições alinhadas à esquerda, normalmente organizadas como coletivos sem institucionalização jurídico-financeira, também participam do mercado, porém atuam basicamente na disputa de pequenos editais públicos de fomento à cultura, sem fazer da sua inserção no mercado uma bandeira política, pois se valem dele apenas como um meio de subsídio, na maioria das vezes precário, às suas atividades. Assim, os coletivos audiovisuais, em comparação com as ONGs/OSCIPs, além de se localizarem mais à esquerda no espectro político-ideológico, possuem menor institucionalização e menor captação de recursos²⁴. Os grupos ligados ao *Coletivo de Vídeo Popular* de São Paulo, por exemplo, possuem recursos oriundos quase exclusivamente do *Programa para a Valorização de Iniciativas Culturais* (VAI) da Prefeitura de São Paulo²⁵, que não requer uma instituição com CNPJ, mas somente de uma pessoa física como proponente, o que facilita muito a obtenção do recurso. A principal consequência de uma postura mais à esquerda é a inexistência de fomentos privados, o que resulta em uma estruturação bastante frágil, que destoa das organizações mais alinhadas ao mercado, já em um patamar de gestão muito semelhante às empresas de médio e grande porte.

O que está em questão, portanto, é saber o quanto o Terceiro Setor, e particularmente as iniciativas ligadas ao audiovisual, estão, de fato, constituindo-se como alternativas aos outros dois setores – o Estado e o mercado – ou se são, na verdade, um novo e complexo desdobramento da relação entre Estado e mercado. Assim, seria importante perguntar, ainda, quem hegemoniza essa relação e como ela se

²⁴ Esse enfraquecimento das posturas de esquerda pode ser localizado na crise mundial de saídas revolucionárias desde o fim da URSS.

²⁵ Cf. <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/vai/>

processa. Indiscutível é o fato de que, guardadas as diferenciações de cada um dos governos na condução dessa relação, a tendência é a ampliação e a consolidação desse processo, deixando cada vez mais distante a ideia de um paternalismo estatal onipresente no fomento à cultura, que seria capaz de afastar, de um lado, os aliciamentos do mercado, mas, de outro, ficaria cada vez mais próximo da tutela sobre a liberdade de criação. Talvez esse seja o principal legado das diversificadas políticas neoliberais no seio da cultura, impondo novos desafios à militância cultural, seja pelo novo lugar ocupado pelo mercado, seja pela necessidade de reformulação das estratégias político-culturais mais ligadas à esquerda.

Um passo importante nesse caminho foi dado com a incorporação das ONGs à política neoliberal implantada pelo governo FHC. Sem reconhecimento legal pelo Estado brasileiro até 1999, o termo ONG era utilizado como uma definição geral, sem nenhum efeito jurídico. No entanto, a partir da Lei 9.790 de 1999²⁶, essas instituições passaram a contar com um reconhecimento normativo, o que abriu caminho para uma maior participação dessas entidades em serviços antes sob responsabilidade estatal, pois se substituiu as burocráticas fórmulas dos convênios e concessões (todas sujeitas à Lei de Licitações), criando os simplificados “Termos de Parceria” entre o setor público e as OSCIPs. O *Comunidade Solidária*²⁷ do governo Fernando Henrique Cardoso e as OSCIPs criadas por Ruth Cardoso, *Artesanato Solidário*²⁸ e *Alfabetização Solidária*²⁹, são expressões importantes desse esforço, visto por muitos como uma manifestação do ideário neoliberal na área das políticas sociais. As OSCIPs selaram a participação do Estado brasileiro como um importante parceiro dessas novas organizações, possibilitando uma gestão e uma execução privada de recursos e serviços estatais, como defende Elisabete Ferrarezi, uma das assessoras técnicas do *Comunidade Solidária*,

²⁶ Cf. Para consultar a lei e uma análise de sua construção, ver o livro escrito por uma assessora técnica do programa *Comunidade Solidária*, participante do processo de formulação do marco legal: FERRAREZI, Elisabete. *OSCIP: saiba o que são organizações da sociedade civil de interesse público*. Brasília, Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2002.

²⁷ O *Comunidade Solidária* era composto por um Conselho Consultivo e por uma Secretaria Executiva. Entre as suas funções, estava: “Propor formas de interação com o terceiro setor para aumentar a eficiência e a escala de atuação das organizações da sociedade civil, como universidades, ONGS, fundações, igrejas, conselhos paritários, empresas públicas e privadas, entidades de classe e associações, em torno de temas sociais” Cf. http://www.planalto.gov.br/publi_04/COLECAO/COMUNI2.HTM

²⁸ Cf. <http://www.artesol.org.br/>

²⁹ Cf. <http://www.alfabetizacao.org.br/site/alfasol.asp>

esquivando-se da alcunha crítica do neoliberalismo (sem nem nomear o conceito):

A reformulação do marco legal do Terceiro Setor no Brasil, iniciada por meio da Lei nº 9.790/99, ultrapassa, portanto, a simples regulamentação das associações sem fins lucrativos de fins públicos. Situa-se, na verdade, no contexto das reformas das políticas sociais e da reforma do Estado. Como dissemos, não se trata de substituir a ação do Estado, nem de enfreqüecê-lo, nem tampouco de restringir o poder político e seus mecanismo de representação com a mediação das organizações da sociedade civil. O que se propõe é reconhecer que existe uma esfera pública social e que ela pode ser incentivada para promover o desenvolvimento humano e social. (FERRAREZI, 2002: 41-42)

Sem dúvida, estamos, desde 1990, diante da ofensiva de um projeto de mundo cunhado pela lógica perversa do mercado. Por outro lado, os levantes, protestos e ações de resistência crescem e se estruturam. Não há motivo para fatalismos do tipo “fim da história”, porém o início do século XXI tem imposto desafios às lutas de resistência ao capital. No âmbito dos movimentos sociais de cinema, é necessário apontar questões à direita e à esquerda. À direita, é importante não ignorar o potencial mercadológico da *ideologia da favela*. Dito isso, deve-se considerar também a contribuição dessas instituições na formação de uma sociedade civil mais representativa, ao organizar os setores mais pobres da população, em um enfrentamento constante dos pré-conceitos cerceadores presentes nos mais diferentes setores da sociedade. Em um momento de falência total das fórmulas de revolução socialistas vigentes no século XX, talvez seja sintomático o fato que ONGs e OSCIPs estejam muito mais próximas das novas trincheiras da exclusão – as favelas, periferias, cheias de trabalhadores informais – do que os partidos tradicionais de esquerda, muito concentrados nas universidades e no que restou do operariado e do campesinato tradicional. Se a crítica ao mercado e ao capital é urgente, por outro lado, as regras do combate parecem ter mudado bastante. Daí ser muito importante a presença de movimentos sociais mais à esquerda cada vez mais presentes nos meios audiovisuais, pois a luta social no século XXI, ao que parece, continuará a ser travada nas ruas, entretanto, ela não poderá ser preparada sem as telas (dos computadores, das televisões, etc.) e sem a crescente e diversificada população das favelas e periferias.

Bibliografia:

ARANTES, Paulo Eduardo. “Esquerda e direita no espelho das ONGs”. In: *ONGS: identidade e desafios atuais*. São Paulo, Cadernos Abong, 2000.

Cinema, Som e Vídeo: 1995-2002. Relatório de Atividades da Secretaria do Audiovisual.

dezembro de 2009.

FERRAREZI, Elisabete. *OSCIP: saiba o que são organizações da sociedade civil de interesse público*. Brasília, Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2002.

OLIVEIRA, Francisco; BRAGA, Ruy; RIZEK, Cibele (orgs.). *Hegemonia às avessas*. São Paulo, Boitempo, 2010.

Relatório da Secretaria do Audiovisual, gestão 2003-2006. Ministério da Cultura, 2006. <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/12/sav1.pdf>

Relatório da Secretaria do Audiovisual, gestão 2008 e Perspectiva para 2009. Ministério da Cultura, 2009. <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/03/relatorio-sav-08-09.pdf>

Revista Vídeo Popular do Coletivo de Vídeo Popular de São Paulo, nº 2, setembro de 2009.

Revista Vídeo Popular, nº 3, janeiro de 2010.

Revista Vídeo Popular, nº 4, julho de 2010. <http://videopopular.wordpress.com/>

SINGER, André. *Raízes sociais e ideológicas do lulismo*. *Novos Estudos*, Cebrap, Edição 85.

SOUZA e SILVA, Jaílson, et al. *O que é favela, afinal?*. Rio de Janeiro, *Observatório de Favelas*, 2009.

VALLADARES, Licia do Prado. *A invenção da favela: do mito de origem a favela.com*. Rio de Janeiro, Ed. FGV, 2005.