

A Economia da Cultura em debate

Entrevista com Gustavo Gindre e artigos de Sérgio Sá Leitão e Fabio Sá Earp/ George Kornis discutem as indústrias da TV aberta e fechada, do cinema, dos livros e fonográfica, do ponto de vista econômico e à luz da revolução do digital. FPO detalha o orçamento da cultura no Rio e em Niterói.

Artigos de J. Carlos de Assis sobre o sistema bancário e Paulo Abrão/José Carlos Filho sobre os 30 anos da Anistia



Editorial

A economia da cultura

■ Esta edição do *JE* apresenta aos seus leitores algumas contribuições para uma visão atualizada sobre alguns dos problemas e características da chamada indústria cultural.

Sérgio Sá Leitão, diretor-presidente da Riofilme – órgão ligado à prefeitura do Rio de Janeiro – e ex-diretor da Ancine, Agência Nacional de Cinema, aborda a atual situação da indústria do áudio-visual.

Interessante artigo da Fabio Sá Earp e George Kornis discute a proposta de criação de uma CIDE – Contribuição de Intervenção sobre o Domínio Econômico, a incidir sobre o faturamento na venda de livros, como uma das fontes de receita do Fundo Setorial do Livro, Leitura e Literatura – o Fundo Pró-leitura (FPL), em um contexto de queda no volume de livros vendidos no país, nos últimos anos. Os autores apresentam a sua visão do problema, sugerindo medidas alternativas e complementares ao que está sendo proposto pelo governo.

E Gustavo Gindre, membro do Coletivo Intervezes e conselheiro eleito pelo terceiro setor no Comitê Gestor da Internet no Brasil, nosso entrevistado do mês, analisa o atual momento e as perspectivas da indústria televisiva no país, tanto no segmento das TV's abertas, como nas redes pagas. Gindre, entre outros assuntos, aborda o impacto da revolução digital e os impasses da indústria fonográfica, neste momento em que já se encontra em curso o processo de realização da Conferência Nacional de Comunicação, outro dos temas tratados na entrevista.

Complementando esse esforço em discutir aspectos da realidade e das políticas que afetam a área cultural e artística, a equipe do Fórum Popular do Orçamento nos apresenta como o incentivo às artes e à cultura em geral vem sendo tratado no âmbito dos orçamentos dos municípios do Rio e de Niterói.

Finalizando nossa edição, chamamos à atenção dos nossos leitores para o artigo de José Carlos de Assis sobre a realidade dos bancos, neste contexto em que a crise financeira para muitos foi superada, assim como para o artigo de Paulo Abrão e José Carlos Moreira da Silva Filho, respectivamente, presidente e conselheiro da Comissão de Anistia do Brasil, sobre o transcurso do aniversário de trinta anos da Lei de Anistia. 

SUMÁRIO

- 3 Sérgio Sá Leitão
Audiovisual: Grande potencial de crescimento
- 5 Fabio Sá Earp e George Kornis
Sobre o impacto da criação da CIDE da Leitura
- 7 Entrevista - Gustavo Gindre
"Estamos vivendo o lento ocaso dos grupos radiodifusores, que dificilmente terão, no cenário da Internet, o mesmo peso que tinham no mundo analógico"
- 11 J. Carlos de Assis
O fantasma da estatização ronda o sistema bancário
- 12 Paulo Abrão Pires Junior e José Carlos Moreira da Silva Filho
Anistia política no Brasil: ontem e hoje
- 14 Fórum Popular do Orçamento
Cultura: Arte ou Mercadoria?
- 16 Corecon lança livro com coletânea de entrevistas do JE
Edital de Eleição
Agenda de Cursos

O Corecon-RJ apóia e divulga o programa Faixa Livre, apresentado por Paulo Passarinho, de segunda à sexta-feira, das 8h às 10h, na Rádio Bandeirantes, AM, do Rio, 1360 khz ou na internet: www.programafaixalivre.org.br

JE JORNAL DOS ECONOMISTAS

Órgão Oficial do CORECON - RJ
E SINDECON - RJ
Issn 1519-7387

Conselho Editorial: Gilberto Alcântara, Gilberto Caputo Santos, Gisele Rodrigues, José Antônio Lutterbach Soares, Paulo Mibielli, Paulo Passarinho, Rogério da Silva Rocha, Ruth Espinola Soriano de Mello e Sidney Pascotto da Rocha • **Jornalista Responsável:** Marcelo Cajueiro • **Edição:** Diagrama Comunicações Ltda (CNPJ: 74.155.763/0001-48; tel.: 21 2232-3866) • **Projeto Gráfico e diagramação:** Rossana Henriques (21 2437-2960) - rossana.henriques@gmail.com • **Ilustração:** Aliedo • **Caricaturista:** Cássio Loredano • **Fotolito e Impressão:** Folha Dirigida • **Tiragem:** 13.000 exemplares • **Periodicidade:** Mensal • **Correio eletrônico:** imprensa@corecon-rj.org.br

As matérias assinadas por colaboradores não refletem, necessariamente, a posição das entidades. É permitida a reprodução total ou parcial dos artigos desta edição, desde que citada a fonte.

CORECON - CONSELHO REGIONAL DE ECONOMIA/RJ

Av. Rio Branco, 109 – 19º andar – Rio de Janeiro – RJ – Centro – Cep 20054-900
Telefax: (21) 2103-0178 ramal 22 • **Correio eletrônico:** corecon-rj@corecon-rj.org.br
Internet: <http://www.corecon-rj.org.br>

Presidente: Paulo Sergio Souto • **Vice-presidente:** Sidney Pascounto da Rocha • **Conselheiros Efetivos:** 1º terço (2008-2010): Reinaldo Gonçalves, Ruth Espinola Soriano de Mello, João Paulo de Almeida Magalhães – 2º terço (2009-2011): Gilberto Caputo Santos,

Edson Peterli Guimarães, Paulo Sergio Souto – 3º terço (2007-2009): Carlos Henrique Tibiriçá Miranda, Sidney Pascounto da Rocha, José Antonio Lutterbach Soares • **Conselheiros Suplentes:** 1º terço (2008-2010): Arthur Camara Cardozo, Luiz Mario Behnken, Regina Lúcia Gadioli dos Santos – 2º terço (2009-2011): André Luiz Rodrigues Osório, Leonardo de Moura Perdigão Pamplona, Miguel Antonio Pinho Bruno – 3º terço (2007-2009): Angela Maria de Lemos Gelli, Sandra Maria Carvalho de Souza, Rogério da Silva Rocha.

SINDECON - SINDICATO DOS ECONOMISTAS DO ESTADO DO RJ

Av. Treze de Maio, 23 – Gr. 1607 a 1609 – Rio de Janeiro – RJ – Cep 20031-000 • **Tel.:** (21) 2262-2535
Telefax: (21) 2533-7891 e 2533-2192 • **Correio eletrônico:** sindecon@sindecon.org.br

Coordenador Geral: Sidney Pascounto da Rocha • **Coordenador de Relações Institucionais:** Sidney Pascounto da Rocha • **Secretários de Relações Institucionais:** André Luiz Silva de Souza e José Antônio Lutterbach Soares • **Membros da Coordenação de Relações Institucionais:** Abraão Oigman, Antônio Melki, Paulo Sergio Souto e Sandra Maria Carvalho de Souza • **Coordenador de Relações Sindicais:** João Manoel Gonçalves Barbosa • **Secretários de Relações Sindicais:** Carlos Henrique Tibiriçá Miranda e Wellington Leonardo da Silva • **Membros da Coordenação de Relações Sindicais:** Ademir Figueiredo, César Homero Fernandes Lopes, Gilberto Caputo Santos, Maria da Glória Vasconcelos Tavares de Lacerda e Regina Lúcia Gadioli dos Santos • **Coordenador de Divulgação, Administração e Finanças:** Gilberto Alcântara da Cruz • **Membros da Coordenação de Divulgação, Administração e Finanças:** José Jannotti Viegas, e Rogério da Silva Rocha • **Conselho Fiscal:** José Fausto Ferreira, Jorge de Oliveira Camargo e Luciano Amaral Pereira.

Audiovisual: Grande potencial de crescimento

■ Sérgio Sá Leitão*

A indústria audiovisual é uma das atividades econômicas mais importantes da atualidade em termos de geração de renda e emprego. Seu impacto direto e indireto na economia e no cotidiano torna-se a cada dia maior, obra e graça da avassaladora força simbólica dos conteúdos que produz, além de uma inesgotável capacidade de renovação e um incrível poder de adicionar valor e influenciar outros setores.

Para se ter uma ideia do peso econômico da indústria audiovisual na atualidade, a comercialização de bens e serviços baseados em conteúdos audiovisuais em todo o planeta, em 2005, atingiu nada menos do que 342 bilhões de Euros, ou quase o dobro das vendas mundiais de eletrônicos de áudio e vídeo; ou 30% a mais do que as vendas mundiais de servidores, computadores e periféricos.

O setor como um todo apresentou um crescimento anual médio de 5,6% ao ano entre 2000 e 2005. O segmento de cinema, por exemplo, passou de US\$ 64,16 bilhões em 2001 para US\$ 80,47 bi em 2005, devendo chegar a US\$ 104 bi em 2010, com uma taxa média anual de crescimento da ordem de 5,3%, mesmo em meio à crise econômica. Os dados são de um estudo recente da PriceWaterhouseCoopers.

Na América Latina, o cinema movimentou US\$ 1,28 bilhão em 2001 e US\$ 1,76 bi em 2005; no Brasil, US\$ 448 milhões

em 2001 e US\$ 567 mi em 2005. Nosso mercado, portanto equivale a 33% da América Latina; e cerca de 1% do mundo. Entre os fatores principais para o crescimento, podemos citar: expansão do parque exibidor, com salas 3D e digitais; e expansão de serviços online e via celular.

No que diz respeito ao mercado brasileiro de cinema, as questões decisivas são: produção de um maior número de filmes capazes de competir nacional e internacionalmente com produtos de outras cinematografias; aumento da eficiência do elo distribuição; expansão do parque exibidor, que ainda apresenta média de salas por habitantes abaixo do viável; e redução da dependência do fomento público.

O segmento de receitas de publicidade de televisão aberta e

fechada no mundo, por outro lado, passou de US\$ 127,1 bilhões em 2001 para US\$ 164,22 bi em 2005, devendo chegar a US\$ 226,57 bi em 2010, com uma taxa média anual de crescimento de 6,6%. Os fatores principais para o crescimento são: expansão da TV Digital e de serviços de TV paga; novos canais via Internet e celular e multiprogramação.

Na América Latina, este segmento movimentou US\$ 4,55 bilhões em 2001 e US\$ 6,77 bi em 2005, com uma taxa de crescimento de 10,8%. Ou seja: cerca de 4% do mercado mundial. No Brasil: US\$ 2,75 bilhões em 2001 e US\$ 4,92 bi em 2005. Crescimento: 12,5%. Ou seja: cerca de 2,5% do mercado global e 50% da AL; taxa de crescimento acima da média da América Latina e o dobro da média global.

O segmento de receitas de serviços de TV por assinatura, PPV, VOD e IPTV passou de US\$ 109,95 bilhões em 2001 para US\$ 154,35 bi em 2005, crescendo a uma taxa média anual de 8,3%. Na América Latina: US\$ 7,10 bilhões em 2001 e US\$ 7,06 bi em 2005. Ou seja: cerca de 7% do mercado mundial. A Argentina é o maior mercado, seguida de México e Brasil (US\$: 2,04 bilhões em 2001 e US\$ 1,09 bi em 2005).

Finalmente, o segmento de videogames passou de US\$ 20,63 bilhões em 2001 para US\$ 27,05 bi em 2005, crescendo a uma taxa média anual de 11,4%. Na América Latina: US\$ 341 milhões em 2001 e US\$ 531 mi em 2005; crescimento anual médio: 9,5%. Ou seja: cerca de 2% do mercado mundial. Fato-



res principais: novos consoles interativos e games via Internet e celular. Também aqui a convergência dá o tom.

O mercado audiovisual no Brasil totaliza cerca de R\$ 25,5 bilhões (2006). O número é semelhante ao faturamento da 20ª empresa mundial do setor. Ou 4 vezes menor do que o faturamento anual da maior empresa internacional em vendas de produtos audiovisuais (Time Warner). Eis a divisão do bolo:

- R\$ 700 milhões para o segmento de salas de exibição de cinema.
- R\$ 1,3 bilhão para o segmento de vídeo doméstico.
- R\$ 7 bilhões para a televisão por assinatura (publicidade e assinaturas).
- R\$ 16,5 bilhões para a televisão aberta (publicidade).

Ou seja... Embora concentre boa parte da política e do financiamento públicos, o cinema é apenas cerca de 3% do mercado brasileiro de audiovisual, se pensarmos no mercado de exibição (salas de cinema). Somando a participação de 65% do cinema no segmento de vídeo doméstico (os outros 35% são referentes a programas de TV e musicais), chegamos a 6%.

Apenas recentemente o poder público acordou para a necessidade de formular políticas públicas articuladas e expandir o sistema de financiamento público para segmentos absolutamente estratégicos e relevantes como a produção independente de TV, onde se destaca a área de animação, e a realização de games.

O governo brasileiro investiu entre 2003 e 2006, através de dois órgãos afeitos ao tema (Ancine, SAV) e dos mecanismos existentes (orçamento da SAV, orçamento da Ancine, Lei Rouanet, Lei do Audiovisual), um total de

R\$ 648,11 milhões na atividade, principalmente no cinema.

A política audiovisual brasileira, a partir da criação das leis de incentivo, em 1993, se caracterizou por:

- Elevação do “market share” do filme brasileiro nas salas de ci-



nema no país de 0,1% em 1992 para uma média de 12% após 2000 (à exceção de 2003, quando atingiu 21,4%).

- Crescimento do número de filmes lançados: 3 em 1992; 51 em 2005; 70 em 2006.
- Crescimento do setor de exibição (hoje: 2,2 mil salas).
- Explosão dos videoclubes (64% das cidades).
- Novos diretores e temáticas, renovação estética, aprimoramento técnico, expansão de infra-estrutura (graças ao mercado de publicidade).
- Investimento de cerca de R\$ 1 bilhão em incentivos fiscais entre 1995 e 2005 (recursos não-reembolsáveis).
- Pouca atenção à construção de um mercado para os filmes produzidos com recursos públicos.
- Ênfase na produção, gerando hoje uma paradoxal crise de superprodução.
- Ênfase na criação desvinculada do mercado, gerando grande número de produtos pouco competitivos.
- Fragmentação do setor de pro-

dução (cada diretor, uma produtora).

- Exibição concentrada (8% das cidades; 10% dos cidadãos).
- Ausência de estímulo à competitividade, ao empreendedorismo e aos novos modelos de negócio.
- Divórcio entre TV e cinema.
- Insuficiência do marco legal e ausência de regulação econômica sistemática.

Um rápido olhar sobre a economia do audiovisual no Brasil permite a constatação: trata-se de um mercado concentrado e distorcido. A concentração manifesta-se em vários aspectos: as salas de cinema estão em apenas 8% dos municípios brasileiros; das 2.200 salas, cerca de 600 concentram perto de 70% do faturamento; 80% dos ingressos vendidos estão com 4 distribuidoras, nenhuma delas brasileira; uma operadora de TV por assinatura controla 80% do mercado; e apenas uma rede de televisão aberta detém 70% do bolo publicitário e 51% da audiência.

A constatação desta realidade do mercado brasileiro; e do seu potencial de crescimento (e de contribuição para o desenvolvimento do país), impõem uma nova política pública focada no apoio ao desenvolvimento do mercado, visando sua expansão, o aumento de sua competitividade e a melhoria do ambiente de negócios. Esta política deve visar ainda a desconcentração e a correção de falhas de mercado.

A engenharia complexa que se apresenta é apoiar o crescimento do mercado, com o alargamento do horizonte dos agentes econômicos e o estímulo de melhores práticas. O desafio é tornar o mercado atraente o bastante para que novos empreendedores e investidores entrem em cena, além de qualificar melhor os agentes econômicos

atuais, implementar novos modelos de negócios e elevar a internacionalização.

O cinema brasileiro e o negócio do cinema no país cresceram muito nos últimos anos, o que parece ótimo para quem se encontrava, há cerca de duas décadas, em estado de inanição; mas não deram o salto de qualidade necessário para fazer do ciclo de sucesso um processo contínuo e sustentado de desenvolvimento.

Torna-se vital, assim, um “choque de capitalismo” no cinema nacional, como já disse o ministro Gilberto Gil, citando Mário Covas. Os filmes brasileiros, em sua maioria, devem ser pensados desde o princípio também como produtos para satisfazer o público e pagar-se, além de bancar os próximos e dar retorno aos investidores.

A cadeia produtiva deve se remunerar na bilheteria, não com o investimento público. Este, por sua vez, deve ser um estímulo, não a única fonte de recursos; e deve chegar equilibradamente ao conjunto da atividade, nas formas de incentivo fiscal, como agora, e também de crédito fundos públicos e prêmio de performance. As produtoras devem se dedicar a uma vasta gama de produtos audiovisuais, não só a filmes.

Esta nova política para o audiovisual brasileiro, democrática e desenvolvimentista, deve fortalecer as empresas e os empreendedores nacionais que atuam no setor; e contribuir para a formação de um amplo mercado interno, com geração de renda e emprego, de um lado, e ampliação do grau de acesso da população à produção e à fruição de filmes, de outro. 

*Diretor-presidente da RioFilme – Distribuidora de Filmes S/A e ex-diretor da Agência Nacional do Cinema (Ancine).

Sobre o impacto da criação da CIDE da Leitura

■ Fabio Sá Earp*
■ George Kornis*

Introdução

O governo encaminhou ao Congresso Nacional, em agosto de 2009, uma proposta para a criação de uma Contribuição de Intervenção sobre o Domínio Econômico (CIDE) que incide sobre o faturamento obtido com as vendas de livros e seria uma das fontes de receita do Fundo Setorial do Livro, Leitura e Literatura – Fundo Pró-Leitura (FPL). A CIDE seria, na perspectiva do MINC, a contrapartida do setor privado à redução a zero das alíquotas do PIS/COFINS, ocorrida em dezembro de 2004.

Os objetivos do Fundo Pró-Leitura são legítimos para a expansão do número de leitores no Brasil. No entanto a CIDE, tal como foi proposta, não é a melhor forma de financiar o FPL: é desaconselhável por ser um tributo regressivo, em cascata e prejudicial ao consumo de um bem de mérito.

A CIDE é regressiva pois contraria o princípio da equidade fiscal. Ela ao incidir sobre todas as vendas de livros no Brasil penaliza igualmente todos os consumidores a despeito da notória diferença entre suas rendas.

A CIDE é cobrada em cascata sobre o faturamento de todos os agentes envolvidos na cadeia produtiva. Embora o livro possa ser vendido diretamente pelo editor ao consumidor – como acontece no caso das compras governamentais – em geral é vendido no mercado através de duas ou mais operações de venda: uma feita pelo editor ao livreiro, a segunda pelo livreiro ao consumidor. Eventualmente há ainda uma venda intermediária do editor ao distribuidor.

Uma contribuição de 1% cobrada sobre o faturamento de toda a cadeia

produtiva terá um impacto tributário muito maior do que o originalmente previsto. Um livro vendido ao público por 100 reais, segundo a prática de descontos padrão no seio da cadeia produtiva, na qual o editor vende ao distribuidor com um desconto de 50% sobre o preço final e este último revende ao livreiro com um desconto de 40% igualmente sobre o preço final e, finalmente, o livreiro vendendo ao consumidor sem desconto algum teremos uma CIDE arrecadando 2,1%, ou seja, mais do que o dobro do montante originalmente previsto.

O prejuízo ao consumidor de um bem de mérito

Um bem de mérito é o bem/serviço cujo consumo provoca o aprimoramento de seu consumidor - educação e saúde são exemplos e o livro é um bem de mérito típico. Além disso, ocorre igualmente uma externalidade positiva para a sociedade como um todo. O caso oposto é um bem de demérito, cujo consumo provoca um prejuízo - um exemplo é a ingestão de drogas. Cabe ao governo orientar a sociedade para consumir bens de mérito e afastar-se de bens de demérito.

Além disso, neste momento, as autoridades brasileiras resistem à crise internacional através de uma política fiscal que desonera produtos tornando-os mais baratos. Taxar o livro é um retrocesso e, pior, totalmente desnecessário. O financiamento do Fundo Pró-Leitura é

possível **sem que um só centavo de tributo seja cobrado adicionalmente aos contribuintes**. Para isso existem pelo menos duas possibilidades: o recolhimento ao fundo de 1% dos impostos já cobrados sobre a produção e venda de cigarros, e os recursos do Fundo de Direito Difuso, do Ministério da Justiça, alimentado por multas pagas à União (decorrentes de crimes ambientais, contra a concorrência etc) - 86% de suas receitas encontravam-se em Reserva de Contingência ao final de 2008.

A crise no mercado de livros

A crise neste mercado pode ser percebida através da queda na quantidade de exemplares vendidos e no valor obtido com estas vendas. O número total de exemplares vendidos caiu 19% desde 1998; hoje são vendidos menos 77 milhões de livros do que naquele ano (Gráfico 1). As vendas ao mercado apresentaram uma queda ainda mais ex-

pressiva: de 28,4%, pois em 2008 foram vendidos menos 84 milhões de exemplares do que em 1998. Vale notar que a situação destas vendas melhorou em relação a 2003 - o fundo do poço.

Fenômeno semelhante aconteceu com o faturamento das editoras, que apresentou uma queda real de 44%. No mesmo período o PIB brasileiro cresceu 47%, de forma que o setor livreiro perdeu peso relativo na economia, enquanto todos os demais apresentaram crescimento (Gráfico 2).

De 1999 a 2008 os preços médios nominais cresceram apenas 43%, contra 74% da inflação medida pelo IPCA e de 129% da inflação medida pelo IGP-DI. Isto significa que **os livros ficaram efetivamente mais baratos ao longo do período 1998-2008** (Gráfico 3).

Se observarmos apenas o período posterior à desoneração fiscal, entre 2005 e 2008, **os preços médios acumulados dos livros vendidos ao mercado tive-**

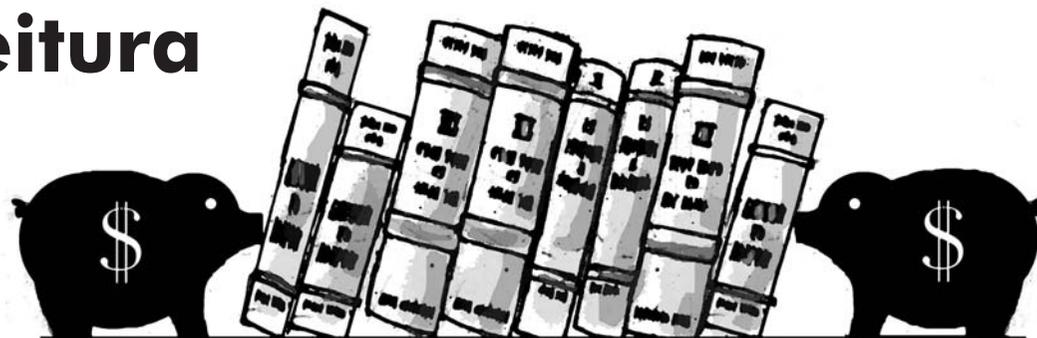


Gráfico 1. Nº de exemplares vendido ao mercado e ao governo

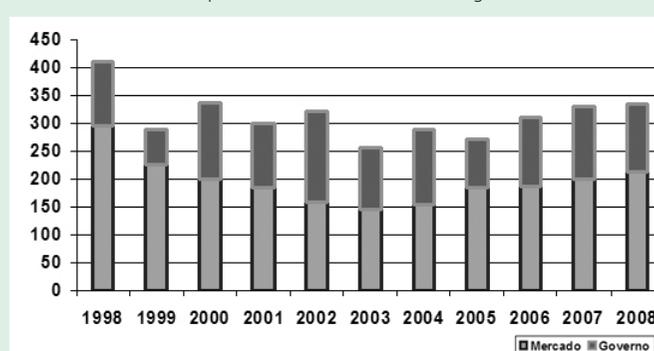
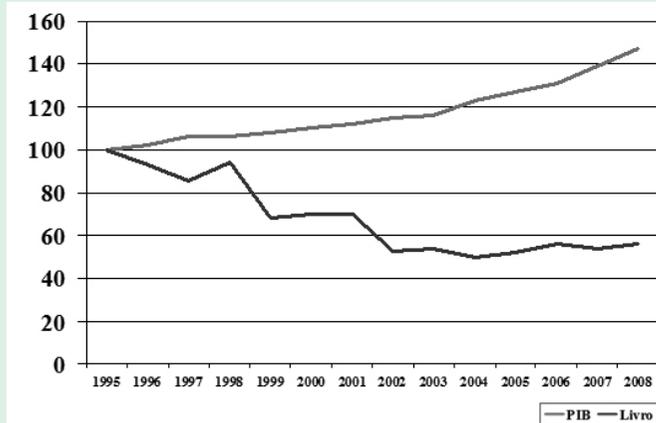
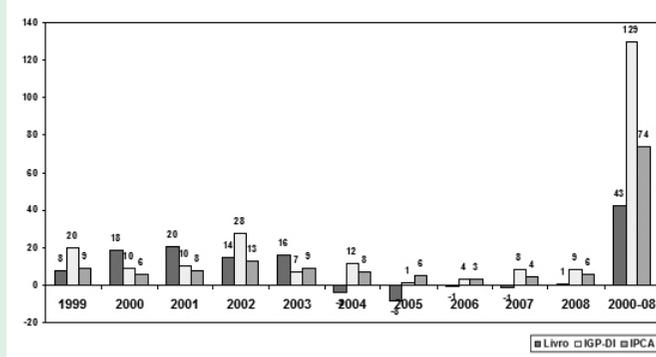


Gráfico 2. Vendas totais de livros X crescimento do PIB**Gráfico 3.** Aumento percentual nos preços dos livros vendidos ao mercado X taxas de inflação (1999-2008)

ram uma queda de 9,2%, contra um aumento de 23,8% da inflação medida pelo IPCA e 22% medida pelo IGP-DI. O grande impacto foi exatamente no ano de 2005, imediatamente em seguida à desoneração fiscal.

Um problema que aflige as empresas do setor livreiro é o alto custo do crédito bancário para financiar suas operações devido à elevada taxa de juros praticada no mercado. Em consequência, estas empresas praticam o autofinanciamento: as editoras “emprestam” livros em consignação para as livrarias, arcando com o **custo de oportunidade do dinheiro**. Além

disso, a consignação incorpora um **risco de crédito** e um **custo de transação**, na medida em que precisam montar uma estrutura de fiscalização para verificar se as obras em consignação foram vendidas ou permanecem nos estoques das livrarias. Esta prática obriga as editoras a trabalharem com margens mais elevadas do que as demais empresas do setor.

O impacto da CIDE proposta

Um estudo da elasticidade da demanda por livros, realizado pelo professor Hugo Boff, do Institu-

to de Economia da UFRJ,¹ mostrou que existem fortes razões para acreditar que as vendas de livros ao mercado venham a sofrer de imediato uma redução de pouco mais de 3,6 milhões de exemplares, tanto no curto como no longo prazo.

Esta redução deve acontecer sobretudo nos segmentos de livros técnico-científico-profissionais e didáticos, consumidos basicamente por estudantes. Assim, a CIDE tem um forte potencial para gerar uma **externalidade negativa** – uma redução no consumo de um bem de mérito e um incentivo à expansão da pirataria.

O PNLL e suas perspectivas

As ações de impacto sobre o livro e a leitura consistem sobretudo na implantação e modernização das bibliotecas públicas e comunitárias, na ação dos agentes de leitura, na criação dos pontos de leitura, em cooperação com estados e municípios. Estas ações sofreram notável aceleração a partir do ano de 2008 e, no caso das ações voltadas para o fomento de bibliotecas, sobretudo em 2009, com a entrada de recursos providos por governos estaduais.

No entanto, existem determinados públicos que apresentam uma demanda não atendida pelas políticas até o momento colocadas em tela. Uma delas se origina em leitores potenciais sem recursos para aquisição de livros. Trata-se dos professores do 1º e 2º grau da rede pública. A concessão de um vale-livro a estes profissionais estimularia seu consumo.

O vale-livro poderia atender igualmente o público universitário, consumidor de livros técnico-científicos, em grande parte mediante cópias ilegais. O problema pode ser atenuado com um programa voltado para universitários de baixa renda – por exemplo, os alunos cotistas – que traria um significativo impulso nas vendas e proporcionaria economias de escala capazes de reduzir o preço final destas obras.

Ainda no campo destes livros

voltados ao público universitário, uma pequena mudança no texto de Lei Rouanet, permitindo sua extensão para o patrocínio de obras científicas de baixo preço.

Nossas propostas

Apresentamos anteriormente razões para que não fosse adotada a CIDE como forma de financiamento do PNLL. No entanto, nas atuais circunstâncias não há condições políticas para recusar a CIDE. O MINC já revelou uma expectativa de arrecadar valores próximos dos 30 milhões de reais anuais para financiamento do PNLL. Nossa proposta alternativa pretende **arrecadar quase o dobro deste valor**, com uma cobrança de **1% sobre o preço final do livro** (e não sobre o faturamento de cada empresa), rateado igualmente por toda a cadeia envolvida, em regime de caixa.

Deve-se adicionalmente encaminhar ao Congresso Nacional a solicitação de que sejam destinados recursos adicionais para o PNLL – 1% do valor total já arrecadado na tributação sobre cigarros e 50% das receitas do Fundo de Direito Difuso. Caso estas propostas tivessem sido aplicadas em 2008 teríamos tido a seguinte arrecadação, que é cerca de cinco vezes o previsto pelo MINC (Tabela 1):

Sugere-se ainda, como medidas complementares, a abertura de linhas de crédito para o setor com juros entre 9 e 13% aa; estudos para implantação do vale-livro; a reforma da Lei Rouanet para permitir que recursos hoje não utilizados sejam destinados a financiamento da edição de obras científicas; e que toda e qualquer decisão seja submetida a uma **avaliação quinquenal**, de forma a possibilitar a correção de distorções e revisão de rumos.

¹ Fabio Sá Earp e George Kornis são pesquisadores do Laboratório da Economia do Livro do Instituto de Economia da UFRJ.

¹ Boff, Hugo. Um estudo da sensibilidade do mercado do livro às variações de preço e da renda. IE/UFRJ, agosto de 2009, mimeo.

Tabela 1

FONTE	VALOR (milhões de reais)
CIDE sobre o valor final do livro	57
1% dos impostos sobre cigarros	77
50% da receita do Fundo de Direitos Difusos	21
TOTAL	155

“Estamos vivendo o lento ocaso dos grupos radiodifusores, que dificilmente terão, no cenário da Internet, o mesmo peso que tinham no mundo analógico”

Gustavo Gindre, 40 anos, é membro do Coletivo Intervozes e conselheiro eleito pelo terceiro setor no Comitê Gestor da Internet (CGI.br). Nesta entrevista, analisa os mercados de TV aberta e fechada, o PL 29, o impacto da revolução digital, a Conferência de Comunicação, a TV digital e o acaso da indústria fonográfica.

P: Com o fim da ditadura, a expectativa era que o monopólio privado da Globo, um dos sustentáculos daquele regime, ruísse. Um quarto de século depois, meia dúzia de famílias, com os Marinheiros à frente, continuam controlando a mídia no Brasil. Por que o país não avançou neste setor? Vamos continuar assim?

R: Roberto Marinho soube se aproveitar muito bem do período imediatamente anterior à ditadura militar e do pós-64 para se constituir na voz do conservadorismo modernizador que então chegava ao poder. Com isso, ele deixou de ser um mediano empresário de mídia para se tornar o dono de mais da metade do bolo publicitário brasileiro. Contudo, o projeto dos Marinheiros não estava vinculado diretamente à ditadura e poderia sobreviver a ela. Para isso, os Marinheiros souberam construir uma rede de proteção que os blindou contra a ação de futuros governos. De um lado, a teia de concessões de rádio e TV de suas afiliadas envolve quase todas as oligarquias regionais, que possuem um peso enorme no Congresso Nacional. De outro lado, aqueles que ousavam se insurgir eram massacrados na arena pública do telejornalismo,

deixando claro o alto preço a ser pago. Assim, não foi surpresa que os sucessivos governos tenham tido pouca, ou nenhuma, vontade de enfrentar o problema da oligopolização da mídia brasileira. E que a Constituição de 1988 tenha sido extremamente tímida ao tratar da comunicação.

P: A novidade no setor televisivo é a Record, um patinho feio evangélico infiltrado no clube das famílias que controlam as grandes redes. A Record representa um sopro de renovação ou apenas replica o modelo verticalizado (produção inhouse da programação) das outras emissoras? É positivo para o país ter um grupo de mídia tão forte controlado por uma igreja fundamentalista?

R: No seu surgimento, a Globo, graças ao acordo com o grupo estadunidense Time-Life, pôde torrar muito dinheiro até adquirir a liderança de audiência e um padrão técnico inéditos no país. Esse acordo ilegal deu a Globo uma vantagem competitiva que seus concorrentes não conseguiam alcançar. Agora, pela segunda vez na história, surge um radiodifusor que obtém recursos de fora do seu negócio e que pode passar um bom tempo gastando dinheiro

até adquirir audiência e know how. O que a Record faz com a Universal é correlato ao que a Globo fez com a Time-Life e justamente por isso assusta a emissora dos Marinheiros.

Mas, embora represente concorrência, a Record não inova no modelo de negócios e não aporta no mercado nacional duas características essenciais que são a produção regional e de caráter independente.

Sem estes elementos democráticos, a Record é apenas uma versão piorada da vênus prateada.

Mas, eu não diria que a Record é ligada a uma igreja fundamentalista. A Universal é uma mistura de preceitos pentecostais e um target de mercado muito bem explorado. E essa combinação não faz nenhum bem à democracia brasileira. No uso do espectro eletromagnético do rádio e da TV, um bem público e finito, este tipo de prática que mistura negócio e religião deveria ser sumariamente proibida.

P: Por favor, descreva o processo que levou o governo federal a convocar a Conferência de Comunicação. O que se pode esperar de concreto deste encontro?

R: O governo Lula representava uma grande esperança de mu-



dança no campo da comunicação, mas, infelizmente, avançou muito pouco, após quase sete anos. A Conferência surge, portanto, como uma resposta à insatisfação dos movimentos sociais em relação às promessas de democratização da comunicação. Uma tentativa de responder à sua base militante de sustentação política.

Contudo, as pressões dos grandes grupos de mídia (instalados também dentro do próprio governo) vêm conseguindo neutralizar o debate. Recentemente o governo assumiu como sendo sua a proposta de organização da conferência feita pelos empresários e que impõe 40% de votos para os donos de meios de comunicação e a necessidade de 60% +1 de votos para aprovar um tema. Ao agir assim, o governo deixou claro que as chances de mudar alguma coisa no campo da comunicação são muito pequenas e com isso a Conferência corre o

risco de se tornar mais um elemento de frustração.

Por outro lado, sua própria realização, com conferências municipais e estaduais, já colocou o tema da comunicação na agenda nacional e vem contribuindo para que rádios comunitárias, militantes pelo software livre, canais comunitárias, acadêmicos, sindicatos e as mais diferentes ONGs se reconheçam como membros de um mesmo movimento social, que reivindica o exercício pleno do direito humano à comunicação. Esse ganho (de organização de um movimento social) talvez seja o melhor resultado da Conferência. Até porque a luta não se encerrará nela.

P: O Brasil tem um setor de TV aberta desproporcionalmente grande, se comparado a outros países. Por que a hegemonia das redes de TV aberta sobreviveu ao advento da TV paga e novas tecnologias? Esta realidade pode mudar com a Internet?

R: Porque os grandes grupos de mídia, com a Globo a frente, privilegiaram a TV aberta como carro-chefe de seus negócios e não tinham nenhum interesse em canibalizar a sua galinha dos ovos de ouro. Como estes mesmos grupos controlavam a TV aberta, a TV paga foi mantida em patamares “aceitáveis”, ou seja, restrita às classes A e B. Hoje a penetração da TV paga é de apenas 12% dos domicílios, contra mais de 90% da TV aberta.

A Internet apresenta duas grandes mudanças nesse cenário.

De um lado, a convergência tecnológica traz para o mercado de mídia as gigantes de telecomunicações, cujo faturamento é algumas vezes superior ao conjunto da mídia nacional, inclusive a Globo, e uma presença

muito maior de capitais transnacionais.

De outro lado, a Internet impõe um cenário de mídias interativas que contraria todo o modelo de negócio da radiodifusão. A Globo, por exemplo, consolidou um modelo de negócio onde ela detinha quase 100% do controle editorial de seus conteúdos e isso não é replicável na Internet.

Creio que estamos vivendo o lento ocaso dos grupos radiodifusores, que dificilmente terão, no cenário da Internet, o mesmo peso que tinham no mundo analógico. Isso, por outro lado, não significa que o cenário será melhor, mas, apenas, que será diferente, com novos desafios.

P: O fato das redes produzirem sua própria programação relegou os produtores independente de TV a um papel secundário, mas houve avanços nos últimos anos. O deve ser feito para estimular a produção indie? O que representaria a aprovação do PL 29?

R: Os avanços da produção independente na radiodifusão foram quase nulos. O que temos é a venda ilegal de espaços na programação, por parte das emissoras de menor porte (Band, Rede TV e CNT, por exemplo).

Já o PL 29, que representa a criação de uma única lei para toda a TV paga brasileira (hoje perdida num cipoal de leis, decretos, portarias e normas), é um marco fundamental para construir um mercado do audiovisual que consiga ser auto-sustentado (dependendo cada vez menos do dinheiro público, direto ou indireto). A principal arma para que isso ocorra são as cotas tanto para conteúdo nacional (em especial o de caráter independente) nos canais (inclusive aqueles das majors estadunidenses) quanto

para canais nacionais nos pacotes que são vendidos ao consumidor final.

Porém, dada à pressão dos grupos de mídia, interessados em se manterem no papel de donos do gargalo por onde passa o conteúdo nacional, cada nova versão do PL 29 tem aparecido mais desidratada. Com cotas menores e menos incidência do poder regulador.

P: Em 1989, a mídia teve um papel decisivo na eleição de Collor. Em 2006, o candidato a presidente apoiado pelos grupos de mídia não conseguiu vencer. O Jornal Nacional não é mais o mesmo? A TV aberta não tem mais o mesmo papel central na formação da opinião?

R: Fazer uma afirmação categórica neste sentido demandaria uma pesquisa mais apurada, com dados empíricos que eu não possuo. Contudo, é fato que a TV aberta (no Brasil e no mundo) tem cada vez menos influência na construção da agenda nacional, embora seu poder não deva ser menosprezado. A sensação que eu tenho é que essa agenda tem se tornado muito mais complexa nos últimos anos, com a entrada de novos atores sociais. **E a aparente contradição entre o fuzilamento que o governo Lula sofre na mídia e os seus índices de popularidade é uma prova desse fenômeno. Infelizmente, parece que apenas o governo Lula ainda não percebeu isso e se mantém numa postura dócil em relação aos grandes grupos de mídia.**

P: O que representou a escolha do padrão japonês para a TV digital aberta no Brasil? Que grupos se beneficiaram? O Brasil tenta convencer

seus vizinhos a aderir ao padrão sino-brasileiro. Que países já aderirão ou devem aderir? Qual a importância para o Brasil de unificar a região em torno do padrão?

R: O debate da TV digital deve ser dividido em dois.

O primeiro debate era aquele sobre a escolha do conjunto de tecnologias que o Brasil viria a adotar. Este não era um debate condicionante para tornar a TV aberta mais ou menos democrática. Seu grande impacto ocorreu no campo da produção de ciência e tecnologia nacionais. Infelizmente, o Brasil desconsiderou quase toda a sua produção interna (exceto pelo middleware Ginga, mas que nem mesmo vem sendo embarcado nos conversores) e, ainda por cima, adotou uma política industrial subordinada aos interesses de um único país, no caso o Japão. Mais uma vez nos mantivemos como colônia agroexportadora, insensíveis à necessidade de dominarmos tecnologias de ponta e os royalties daí derivados.

Isso tudo apenas para que a Globo mantivesse sua antiga relação comercial com a Sony e a NEC. E, ao mesmo tempo, pudesse transmitir o sinal para recepção móvel no canal de UHF em que também transmitirá o sinal para recepção fixa. Ou seja, a Globo se livra da opção de ter que adotar a figura do operador de rede e abrir mão do controle absoluto que ela exerce sobre o bem público do espectro eletromagnético.

O segundo debate é aquele sobre o modelo de implementação da TV digital, que deveria contemplar a introdução de novas emissoras (privadas, estatais e públicas) e de serviços interativos (especialmente aqueles não vinculados diretamente



à programação das emissoras, como educação a distância, tele-medicina, e-bank, e-mail etc). Esta agenda poderia ser implementada com tecnologia japonesa, européia ou mesmo brasileira, mas implicava enfrentar o desafio da democratização da TV aberta brasileira. Mas, o governo preferiu manter exatamente o mesmo número de emissoras que temos hoje em dia e relegar a interatividade a um papel de mero serviço de valor adicionado a ser prestado pelos radiodifusores. Ao invés de educação à distância, teremos a chance de conhecer o perfil do galã da novela ou votar on line pela eliminação de alguém no Big Brother.

A introdução da TV digital aberta no Brasil, infelizmente, fracassou nestes dois campos.

P: Sabemos que a migração para a TV digital aberta está mais lenta que o esperado. Qual a sua avaliação deste processo?

R: Uma TV que mantém o mesmo número de emissoras atuais e que não tem nenhum elemento de interatividade é exatamente a mesma TV de hoje, com uma imagem melhor.

Se eu não tenho condições econômicas para comprar uma TV de alta definição, eu não ganho rigorosamente nada com essa tal de TV digital e vou usar meus poucos recursos disponíveis para tentar comprar um computador e pagar a assinatura de um provedor de acesso a Internet.

Se, por outro lado, eu tenho uma TV de alta definição, meu interesse, muito provavelmente, estará voltado para acessar os canais pagos em alta definição.

Com isso, qual o público com dinheiro e interesse suficientes para comprar uma TV de alta definição, um conversor para o ISDB japonês e assistir a mesma novela das 20h de sempre ou ao Pânico na TV? A TV digital no Brasil nasceu com cara de analógica e por isso não parece ter muito futuro.

P: Poucos setores como o fonográfico sofreu tanto com o advento da Internet. Por favor, descreva este processo. Qual a situação atual desta indústria e qual são as suas perspectivas?

R: O capitalismo é um processo civilizatório calcado na aposta de que tudo possui valor de troca e pode ser levado ao mercado. Séculos atrás já foi motivo de muito espanto para alguns de nossos ancestrais que terra e trabalho pudessem se tornar uma mercadoria. Agora, vivemos uma nova fase desse processo, onde o capitalismo procura radicalizar a idéia de que o conhecimento também pode ser confinado às relações mercantis.

Contudo, este mesmo capitalismo produziu inovações tecnológicas que libertaram o conhecimento dos seus suportes físicos (papel, fitas magnéticas, discos de acetato etc). Ocorre que o conhecimento é algo que pode ser divisível ao infinito e que, portanto, não está sujeito às regras de escassez que determinam o valor de troca de uma mercadoria.

A indústria fonográfica foi apenas a primeira a sentir os impactos dessa contradição. Hoje não faz mais sentido pagar pelo suporte da música, uma vez que eu posso obtê-la diretamente por meio digital. Com a ampliação da capacidade de transmissão de dados (vídeo) e com o surgimento de leitores portáteis (impresso), este im-

pacto também será sentido pela indústria do audiovisual e dos livros, respectivamente. É apenas uma questão de tempo.

Existem dois caminhos possíveis para o desdobramento desta crise. Um seria a construção de novos modelos de negócio que consigam constrianger o conhecimento ao seu papel de mercadoria mesmo sem que seja necessário o uso de suportes físicos para o seu transporte. Dado o fato de que a informação pode ser replicada ao infinito, um modelo como este não poderá prescindir de fortes elementos de repressão.

Outro caminho, menos provável e mais interessante, é o questionamento, no seu cerne, da própria idéia de mercadoria, a partir da revolução digital.

De uma forma ou de outra, contudo, a indústria fonográfica que surgiu no início do século XX está à beira da morte. O máximo que seus dirigentes conseguem é mantê-la ligada aos aparelhos que lhe garantem uma sobrevivência, ainda que em coma profundo.

P: VOD, VoIP, Twitter, P2P, YouTube, RSS... O digital está apenas no início. Como será a mídia e a comunicação em 20 ou 30 anos?

R: A Internet é o paradigma das comunicações no futuro. Sobre isso não resta muita dúvida. Coisas como interatividade e consumo por demanda irão orientar a indústria cultural nas próximas décadas. E TV, rádio e jornal, como conhecemos, tendem a migrar para este ambiente de hiper-mídia.

A forma exata desse processo e quais serão os atores de mercado que irão triunfar, eu não me arrisco a prever. Contudo, essa migração não significa que alcançaremos o reino da liberdade, mas apenas que teremos novos desafios pela frente. ☐

Quem tem Banrisul tem restituição antecipada do IR*.

Na hora de declarar o seu imposto de renda, indique o Banrisul como o seu banco. Depois da entrega, basta apresentar a declaração na sua agência para ter a restituição liberada com rapidez e sem complicação.

Se você ainda não é cliente, abra sua conta no Banrisul.

Agências no Rio de Janeiro

Ag. Rio de Janeiro Av. Presidente Vargas, 463 (21) 2109-1515	Ag. Tijuca Av. General Rocca, 798 (21) 2187-0515
Ag. Copacabana Av. Nossa Senhora de Copacabana, 827 (21) 2107-0515	Centro de Negócios / Barra da Tijuca Rua José Maria Ortigão Sampaio, 55 - Loja D (21) 2433-6529 / (21) 2433-6534

www.banrisul.com.br

 **Banrisul**

Quem tem Banrisul tem tudo.

SAC: 0800 646 1515 | Ouvidoria Banrisul: 0800 644 2200

*Sujeito a análise de crédito.

O fantasma da estatização ronda o sistema bancário

■ J. Carlos de Assis*

A relação entre patrimônio e renda no capitalismo é um dos temas mais intratáveis quando se trata de discutir a funcionalidade do sistema financeiro. As categorias macroeconômicas convencionais não podem dar conta da diferença, pois não se sabe, antes de sua efetivação como tal, se um ativo financeiro funciona como renda, ou se uma renda se transforma em patrimônio. Sem isso, é impossível saber, ex ante, a influência de uma flutuação patrimonial sobre a renda corrente.

O PIB é uma medida de fluxo de renda anual. Essa renda é despendida em consumo ou acumulada em investimento. O investimento prévio que os geraram é um patrimônio registrado nos balanços das empresas e do governo como ativos permanentes. Se o PIB cresce, tudo pode crescer: consumo e investimento, mesmo a taxas diferenciadas. Se o PIB se contrai, consumo (salários) ou investimento (renda empresarial) correspondentes só não cairão também se o recuo for compensado por perdas em ativos financeiros – por exemplo, taxa de juros negativa.

Vejamos, agora, a situação realista que o mundo atravessa na qual os ativos financeiros (patrimônio) rendem mais que a taxa de crescimento do PIB (renda). Se se trata de valorização de bolsa, podemos descartá-la, pois é um jogo de soma zero, típico de cassino: se alguém ganha, alguém perde. Quase total-

mente descolado da economia real (salvo IPO), fica restrito à esfera dos patrimônios – embora religado à renda quando se sai da bolsa para consumir ou investir na economia real.

O foco, porém, devem ser os ativos financeiros no mercado secundário que embutem uma relação de débito e crédito, principalmente os chamados derivativos, que têm um vínculo débil com a economia real. Se têm rentabilidade líquida maior que o crescimento do PIB, sua única possibilidade de realização plena – ou seja, de transformação de patrimônio em renda – é pela queda do consumo (principalmente salário) ou do investimento produtivo. Claro, isso não acontece de forma sincronizada; pode levar meses e anos, até o colapso.

Agora vejamos a situação real. Em meados do ano passado, o volume de derivativos em circulação no mundo alcançava os 650 trilhões de dólares, segundo o Banco de Compensações Internacionais. Para simplificar, consideremos uma rentabilidade modesta de 5%: isso gera uma renda financeira de 32,5 trilhões de dólares anuais, mais da metade da renda anual mundial. Considerando que a renda mundial vai contrair-se em 2% este ano, vê-se claramente o tamanho da assimetria.

Os governos dos EUA e da Alemanha, países mais expostos ao processo de financeirização, estão segurando seus sistemas bancários mediante gigantescas injeções de recursos e de garantias. Com isso, os bancos mantêm em seus balanços os ativos tóxicos, aqueles já marcados pa-



ra o calote. Um dia terão de reconhecer esse calote, explicitando o fato de que a renda corrente deles, impossível de ser extraída da sociedade como um todo, correspondia a uma valorização tipicamente artificial.

É óbvio que nem toda a renda financeira matura a curto prazo e nem toda ela, se maturasse, se converteria em renda corrente: grande parte continuaria girando no mundo das trocas patrimoniais. Contudo, esse exercício até certo ponto ingênuo mostra que uma imensa espada de Dâmoles paira sobre o pescoço da economia mundial. E não há realmente nenhuma saída simples, pois vivemos em estado de direito que valoriza a propriedade privada e repele o confisco.

A saída mais “natural” é a hiperinflação globalizada: seria um desastre de tais proporções no mundo que levaria à desestabilização social e política em todos os quadrantes. A outra saída seria limitar rigidamente os tipos de operações do sistema bancário, a partir da completa desvinculação entre banco comercial, confinado ao mundo das rendas,

e banco de investimento, afeto ao mundo dos patrimônios. Os primeiros seriam garantidos pelos governos, e os segundos legados à própria sorte.

Um banco garantido pelo governo não é diferente de uma concessionária de serviços públicos sob forte regulação. Seria semi-estatal. À sua prerrogativa de criar moeda nas suas operações com o banco central e o mercado, corresponderia o dever de relacionar-se apenas com o setor produtivo, fora das linhas especulativas. Quanto ao banco de investimento, seria forçado a regras de transparência que o inibisse de aventuras que provocassem riscos sistêmicos. O elemento estabilizador do sistema seria a dívida pública, um colchão patrimonial e de renda na interface entre ambos.

Uma curiosa corrente de economistas sustenta que o grande culpado pela crise foram as reduzidas taxas básicas de juros do FED e dos títulos da dívida norte-americana. Isso teria inundado os mercados de liquidez, estimulando a especulação. A falácia do argumento fica evidente quando se especula sobre a hipótese contrária. É que uma taxa elevada sobre títulos públicos, sem gastos públicos adicionais, resultaria apenas em inútil transferência adicional de renda de toda a sociedade para os patrimônios financeiros dos ricos, sem qualquer relação com o sistema produtivo. A especulação seria premiada no circuito público, e não evitada, no privado. ☞

*Economista, professor e presidente do Instituto Desemprego Zero.

Anistia política no Brasil: ontem e hoje



■ Paulo Abrão Pires Junior¹
 ■ José Carlos Moreira da Silva Filho²

Normalmente quando pensamos na palavra “Anistia”, logo nos vem à mente a noção de esquecimento. Quando nos voltamos para a Anistia Política, em geral praticada pelos governos logo após o fim ou a atenuação de regimes autoritários, surgem também as noções de “crimes políticos”, “perdão” e “paz social”. No caso da Anistia Política brasileira, ocorrida a partir de 1979 em face da ditadura militar que durou de 1964 a 1985, vem também a noção de “impunidade”.

Apesar da Lei nº 6683/1979 ter sido fruto de uma mobilização nacional de proporções imensas e de ter permitido a volta e a libertação de militantes políticos, intelectuais e artistas, ela deixou de fora os que se envolveram na resistência armada, não previu nenhum tipo de reparação, foi apresentada como uma espécie de dádiva concedida pelo governo autoritário, e foi interpretada como um apelo ao esquecimento dos crimes contra a humanidade cometidos pelos agentes do regime autoritário, impedindo qualquer investigação ou punição. Os que teriam cometido crimes políticos, de acordo com a Lei de Segurança Nacional na época, pelo contrário, foram processados e punidos, muitos com torturas, com a morte e com o desaparecimento forçado.

Quando dizem que a anistia de 1979 foi fruto de um “acordo”, é preciso ter claro que não havia possibilidade alguma de acordo naquela época. Eram os corpos e a liberdade de pessoas indefesas à mercê de torturas e maus tratos, assim como o desejo dos exilados de voltarem à terra de onde nasceram, diante do poderio bélico e da força bruta de um governo que não só prendia como arrebatava.

Até o ano de 2001, portanto, anistia no Brasil só podia significar esquecimento. O que acontece em 2001 é a regulamentação do Art.8º do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição Federal de 1988, que prevê o direito à reparação. A medida provisória foi transformada na Lei nº 10.559/2002. Esta lei instituiu a Comissão de Anistia, incumbida da missão de apreciar os requerimentos de anistia para que os direitos previstos na lei possam ser atribuídos (declaração de anistia, reparação econômica, contagem do tempo e retorno a curso superior).

Na medida em que os trabalhos da Comissão vão se desenrolando, o conceito de Anistia começa a mudar. Não é difícil entender porque isto acontece. Para analisar os requerimentos e decidir sobre a atribuição dos direitos previstos na nova lei de anistia, os

Conselheiros e Conselheiras da Comissão têm de conhecer as histórias e estórias dos que foram perseguidos políticos. Estas narrativas, sufocadas pelo exercício de esquecimento imposto desde o início da ditadura, começam a aflorar e a inserir no espaço público brasileiro o olhar dos que sofreram a ação da mão pesada do Estado ditatorial. Um novo arquivo começou a ser formado. Um arquivo no qual as pessoas que resistiram à imposição brutal de um regime de força e arbítrio não são descritas como “subversivos” e “elementos



José Carlos Moreira da Silva Filho

perigosos”, um arquivo no qual o eufemismo da palavra “interrogatórios” cede lugar à narrativa quase impossível do sofrimento da tortura. Um arquivo no qual o “terrorista” é na verdade aquele que resiste ao terrorismo de Estado, exercendo o legítimo direito de resistência diante da tirania.

A Comissão percebeu que para que os direitos da lei de anistia possam ser devidamente atribuídos há uma condição básica a ser cumprida: o exercício da memória. Para que de fato exista uma reconciliação, os direitos humanos sejam respeitados pelas forças de segurança pública e pela sociedade de um modo geral, e para que aconteça a paz social, deve ser garantido o direito à memória e à verdade.

Os criminosos não foram os que resistiram ao arbítrio, mas sim os agentes do governo e seus superiores que depuseram um Presidente eleito de modo legítimo e democrático, torturaram, censuraram, mataram e desapareceram com as pessoas sob sua tutela. Quem deve pedir perdão não são os perseguidos políticos, mas sim o Estado brasileiro. É assim que a Comissão de Anistia tem agido. Nos julgamentos, sempre que o requerente está presente, a declaração de anistia é acompanhada por um forte e sonoro pedido de desculpas em nome do Estado brasileiro. Com este pedido não se espera que tudo esteja resolvido, mas sim que seja dado um passo importante no reconhecimento moral daqueles que lutaram contra a ditadura.

Ainda temos pela frente a necessidade de fazer justiça e promover o julgamento dos agentes torturadores. O Brasil foi praticamente o único país do Cone Sul que, atingido pela ditadura patrocinada e apoiada pelos Estados Unidos, não realizou nenhuma investigação ou julgamento por violações de direitos humanos cometidas pelos

agentes do governo. O resultado é que ainda não foi dito com todas as letras no espaço público que TORTURAR É ERRADO.

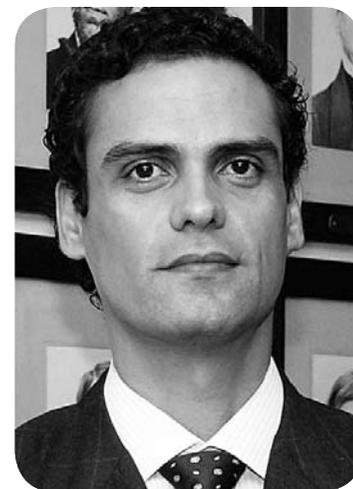
Expressiva parcela da opinião pública é a favor da tortura e boa parte das forças de segurança pública no país a praticam cotidianamente. No Brasil, os índices de tortura e execução sumária cometidas por agentes de (in)segurança pública, bem como a violência espalhada nas mais diversas relações sociais, são alarmantes. Eles refletem o fato de que a sociedade brasileira e suas instituições não realizaram o necessário luto diante das perdas geradas pelo regime autoritário. Quem não reconhece a perda da segurança, da liberdade, da existência de centenas de pessoas, da integridade física e psicológica de milhares, dos pensamentos de futuro para um país melhor e mais justo, de anos de trabalho perdidos e nunca mais recuperados, quem não reconhece nada



disto se recusa a fazer o luto. A consequência disto é que as condutas violentas continuam a ser repetidas, como se elas representassem a ordem natural das coisas. Não pode haver reconciliação sem o reconhecimento do erro cometido. Na Argentina, em 1995, o comandante das Forças Armadas veio a público pedir desculpas pelas nefastas ações militares durante a ditadura daquele país. No Brasil, os aniversários do golpe de Estado são comemorados com festas e bailes nos clubes militares.

Diante da amnésia imposta desde o golpe, a Comissão de Anistia tem clara consciência e sentimento da necessidade de planejar, instituir e executar políticas de memória. E é isto que ela tem feito, seja através das Caravanas da Anistia, quando a Comissão promove julgamentos nos Estados onde as perseguições ocorreram, seja através dos projetos educativos, culturais e de publicações.

As Caravanas da Anistia já passaram por inúmeros Estados brasileiros. Nestes grandiosos eventos da memória, vive-se uma experiência inesquecível. Uma verdadeira aula de humanidade e civismo. Nada substitui a oportunidade de testemunhar o testemunho de quem lutou e sofreu pelos seus ideais e ousou postar-se no caminho da força bruta, da intolerância, da desumanidade e da ignorância. Nenhum livro ou termo escrito consegue transmitir o olhar, os gestos, a voz embargada e emocionada. Já são quase 30 Caravanas realizadas.



Paulo Abrão Pires Junior

Um outro projeto que deve ser destacado é a construção do Memorial da Anistia Política do Brasil, prevista para 2010 na cidade de Belo Horizonte-MG, em parceria com a prefeitura e com a Universidade Federal de Minas Gerais. Este será um autêntico lugar de memória, que abrigará as narrativas contidas nos autos dos requerimentos de anistia e nos testemunhos registrados durante as sessões. O Memorial será um espaço interativo e provocativo, evocando em cada um dos seus visitantes a memória coletiva sufocada do país em suas lutas pela liberdade e em seus sonhos de futuro e justiça social.

Todas essas políticas de memória encontraram abrigo pleno e suporte na gestão do Ministro Tarso Genro e são fundamentais para que possamos ter realmente uma democracia sólida e solidária. 

1 Paulo Abrão Pires Junior é presidente da Comissão de Anistia do Brasil e professor de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS).

2 José Carlos Moreira da Silva Filho é conselheiro da Comissão de Anistia do Brasil e professor titular no Programa de Pós-Graduação em Direito e na Graduação em Direito da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos-RS).

Cultura: Arte ou Mercadoria?

“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.”

Art. 215 da Constituição Federal

Não há dúvidas sobre a importância da cultura ao se tratar do desenvolvimento de uma nação. Assim como em outras áreas sociais, como saúde e educação, a cultura também é garantida pela Constituição, mostrando que é papel do Estado proporcionar aos indivíduos o direito de se beneficiar e exercer a cultura.

Neste espaço, propomos a reflexão e o debate sobre o tema através da disponibilização dos dados orçamentários referentes aos municípios do Rio e de Niterói.

A primeira questão que surge no debate sobre políticas culturais é como o Estado pode agir no sentido do fomento à cultura se esta é uma expressão que nasce espontaneamente do povo. Afinal, a resposta para a pergunta sugerida no título vai muito além de simplesmente arte ou mercadoria; cultura é a identidade de um povo (Eduardo Tornaghi), que passeia pelos hábitos cotidianos até as mais excêntricas formas artísticas. Desta forma, a subjetividade está sempre presente.

Nesse sentido, o papel do Estado é garantir que seu terreno seja um espaço aberto e livre para as manifestações do povo, apoiando política e financeiramente tais movimentos, assim como democratizar o acesso àquilo que é um patrimônio público. Ele deve agir como reflexo da sua nação e, assim, atender seus anseios e o imaginário popular, suas demandas e próprias produções, sempre considerando a diversidade que ela abraça. Com o devido apoio, as demonstrações culturais acabam sendo estimuladas, ao invés de serem abafadas pela falta de espaço e incentivo. A iniciativa é popular, mas o Estado pode e deve oferecer as condições para sua realização.

Indicadores de Cultura

É necessário destacar a dificuldade de se reduzir cultura a números, apesar do objetivo do Fórum ser o de tratar o aspecto orçamentário das políticas públicas. Isso se deve ao caráter intangível e imaterial do assunto e a consequente dificuldade de mensuração. Não há orçamento suficiente para a cultura – é muito mais uma questão política do que orçamentária. Os índices e números podem não retratar fielmente realidade alguma; qualquer análise clama por estudos qualitativos que devem con-

siderar o tipo da produção cultural financiada, as pessoas que ela atinge, entre outros aspectos muito mais complexos que números e medidas. Tão importante quanto discutir o que está no orçamento é atentar para as expressões culturais que não são contempladas pela política oficial (Maurício Siqueira).

Entretanto, a nossa intenção é fornecer os dados para fundamentar na realidade institucional qualquer tipo de debate e ponderação. A priori, destacamos os equipamentos culturais (tabela 1) sob responsabilidade da prefeitura carioca nos anos de 2004 e 2008.

Os números refletem uma evolução pouco expressiva, mas sem estagnação. Há de se considerar que construir um novo aparato cultural nem sempre significa efetivamente um estímulo à cultura. É preciso considerar se os já existentes alcançam os objetivos almejados pela política cultural.

Alarmante é o fato das regiões administrativas de Jacarezinho, Complexo do Alemão, Maré e Cidade de Deus não possuir nenhum equipamento cultural até 2008. Essa carência representa uma dificuldade a mais dessa população considerada de baixa renda no acesso às fontes culturais.

É importante destacar a concentração geográfica dos equipamentos culturais na cidade. Verifica-se que 82% dessas instalações estão localizadas no Centro da cidade, na Zona Sul e na Grande Tijuca (19% da população¹), demonstrando o desequilíbrio na distribuição dos aparelhos culturais.

Observados os equipamentos culturais que a cidade do

Rio abriga, analisamos a estrutura da destinação de gastos com cultura nesse município e em Niterói.

A Cultura no Orçamento

No Rio de Janeiro, a Função Cultura aponta uma tendência de queda, tanto na previsão, quanto em sua execução de fato (Gráfico 1). A projeção para o valor liquidado de 2009, baseada no ritmo de execução da função no período analisado (2006 a 2009), aponta um montante de R\$74,9 milhões, superando em quase R\$6 milhões a previsão – no entanto, representando menos da metade do valor executado em 2006. Salientamos que a Função Cultura se encontra entre as beneficiadas por remanejamentos, uma vez que seu valor liquidado habitualmente supera a previsão.

Em Niterói, apesar do movimento de aumento contínuo na previsão, nota-se a mesma tendência de queda na execução, o que acaba por inflar o orçamento niteroiense. O valor projetado de R\$ 6,9 milhões (pouco acima da metade daquele executado em 2006) fica muito abaixo da previsão da Prefeitura, de mais de R\$ 17 milhões, um disparate orçamentário constante nas contas niteroienses.

A subdivisão da Função explicita gastos majoritariamente com Difusão Cultural no Rio de Janeiro (86%), deixando as despesas com Patrimônio Histórico, Artístico e Arqueológico com pouco mais de 1% da função, sendo o restante composto por gastos administrativos. Já em Niterói, os gastos com cultura são principalmen-

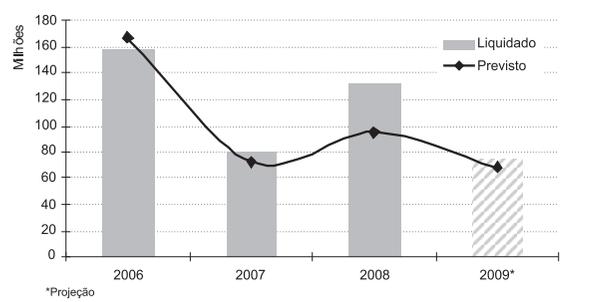
Tabela 1

Equipamentos Culturais

	2004	2008	Variação
Total	508	513	5
Museus	89	81	-8
Bibliotecas Populares e Especializadas	72	78	6
Escolas e Sociedades Musicais	33	33	0
Espaços e Centros Culturais	76	82	6
Galerias de Arte	105	106	1
Teatros e Salas de Espetáculo	133	133	0

Fonte: Instituto Pereira Passos/ Armazém de Dados

Gráfico 1 – Função Cultura



Fonte: Prestação de Contas e CGM - 2006 a 2009

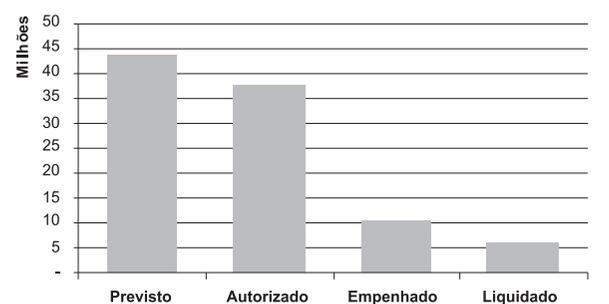
tem com Administração. No entanto, a subfunção Difusão Cultural vem representando uma parcela cada vez maior chegando a ultrapassar os gastos administrativos em 2008.

Para melhor dimensionar a ação da Prefeitura do Rio na área cultural, foram desconsiderados os gastos da RIOTUR, órgão responsável pelas despesas do carnaval² carioca, pois distorceria proporcionalmente os demais projetos culturais. Assim sendo, observamos que as despesas encontram-se concentradas na própria Secretaria Municipal de Cultura e não nos órgãos da administração indireta (RioFilme e Planetário). Optamos então por elencar as ações cujas atividades ou projetos fossem, de certa forma, finalísticos. Foram também

desconsideradas as ações cujos objetivos estivessem relacionados com a manutenção da estrutura da administração pública, direta e indireta.

Isso não quer dizer que os gastos com as atividades meio tenham sido completamente esterilizados – e não seria esta a nossa intenção – já que sabemos que a cada ação correspondem diversos modos de despesa³, como gastos com manutenção de pessoal e material de consumo. Além disso, dentre as ações selecionadas, estão, por exemplo, as atividades de divulgação de programação cultural e manutenção dos espaços culturais, ou seja, atividades que não se referem ao espetáculo em si, mas que colaboram para a sustentação das diversas manifestações culturais registradas.

Gráfico 2 – Execução das ações culturais



Fonte: FINCON/acesso em 18/08/2009

O Gráfico 2 mostra o processo de execução orçamentária (previsão, autorização, empenho e liquidação) para o subconjunto de ações selecionadas até 18 de agosto.

Até a data do estudo foram cancelados R\$ 5,9 milhões do total das ações. Devemos destacar o cancelamento de quase R\$ 2 milhões (33% do total de cancelamentos) em um único programa de trabalho. Trata-se da atividade intitulada “Expressões Culturais da Cidade” que tem por objetivo “promover espetáculos musicais, teatrais e de artes em geral em espaços públicos”, com previsão de realização de 36 destes eventos na cidade. Detalhe: a dotação resultante é de apenas R\$ 1,00. Em consequência foram reforçados outros quatro programas de trabalho de cunho administrativo, tais como: manutenção do Palácio da Cidade e Cerimonial do Palácio. Discordamos da prioridade dada pela prefeitura. A Secretaria luta dentro do governo pelo aumento de seu orçamento (Randal Farah).

Outro destaque é a realização de Projetos Culturais com base na renúncia fiscal, Lei nº 1940/1992. Esta lei identifica a cultura como segmento estratégico, e propõe estímulo tributário às pessoas jurídicas que apoiem projetos culturais, de forma a canalizar recursos públicos indiretamente para essa área. Por essa via identificamos 22% do total previsto de todos os programas de trabalho selecionados. Se os incentivos fiscais injetam fortes recursos na área cultural, é discutível o seu alcance em termos de política pública.

Em 2007 foi regulamentado, em Niterói, o Conselho Municipal de Cultura que conta hoje com 11 câmaras setoriais, organizadas por agentes culturais,

para elaboração de políticas específicas e o fomento do debate com a sociedade. Ainda este ano se realizará a II Conferência de Cultura de Niterói que definirá as diretrizes que deverão nortear a construção do Plano Municipal de Cultura e a atuação do Conselho.

No Rio de Janeiro, em 2007, foi aprovada a criação do Conselho Municipal de Cultura, mas ainda não foi instalado esse importante espaço democrático entre Estado e Sociedade para a efetivação de uma política pública à altura da criatividade carioca.

Por fim, como diria Yacoff Sarkovas⁴, “instituições, processos e projetos culturais não nascem, nem existem, para serem canais de comunicação de marcas (...) precisam, sim, é fazer sentido cultural, independentemente de patrocínio.” Nesse sentido, se torna urgente pensar nos processos municipais das políticas culturais.

Obs.: Eduardo Tornaghi, ator e agitador cultural, Maurício Siqueira, pesquisador da Casa Rui Barbosa, e Randal Farah, subsecretário da Secretaria Municipal de Cultura, citados no texto, participaram como debatedores em nossa apresentação mensal.

1 População: Total projetado (2007). Estatística obtida no “Rio Como Vamos: Indicadores da Cidade” (2008)

2 Evidentemente o carnaval é uma expressão cultural, porém o trato governamental é turístico.

3 Classificação por “elemento de despesa”, que tem por finalidade identificar o objeto de gasto que a administração pública utiliza para a consecução de seus fins (a concretização da ação). Essa classificação de despesa, assim como a classificação funcional-programática da ação, são duas codificações orçamentárias.

4 Yacoff Sarkovas é especialista em patrocínio empresarial e escreveu o artigo O incentivo fiscal à cultura no Brasil em 2005. O artigo está disponível no site: <http://www.canalcontemporaneo.art.br/blog/archives/000355.html> (acesso em 06 de agosto de 2009)

Corecon lança livro com coletânea de entrevistas do JE

■ O evento de lançamento do livro “Dez Anos de Economia Brasileira - Decifrando Enigmas. Coletânea de Entrevistas do Jornal dos Economistas” aconteceu em 10 de setembro na sede do Corecon-RJ, e contou com uma palestra de Nildo Ouriques, presidente do Instituto de Estudos Latino-Americanos da UFSC, que é um dos entrevistados da edição, sobre a independência do Brasil.

Organizado por Paulo Passarinho e Reinaldo Gonçalves, o livro reúne uma seleção de entrevistas publicadas no *JE* nesta primeira década do Século XXI. Ao longo deste período, o jor-



nal manteve sua linha editorial de independência e visão crítica sobre temas de interesse dos

economistas do Rio de Janeiro, servindo de contraponto à cobertura pasteurizada da grande imprensa.

A coletânea compreende as entrevistas de Juvenal Osório, Celso Furtado, Franklin Serrano, Jayati Ghosh, Paulo Passarinho, Marcos Arruda, Wilson Cano, Marcio Pochman, Fábio Konder Comparato, Leda Maria Paulani, Ignacy Sachs, Nildo Ouriques, Chico de Oliveira, Luis Fernando Novoa Garzon, Pedro Paez, Dércio Garcia Munhoz, João Pedro Stédile, Reinaldo Gonçalves, Fernando Siqueira, Lucia Fattorelli, João Paulo de Almeida Magalhes e Carlos Lessa.

O Corecon-RJ oferece a economistas e pessoas jurídicas uma seleção das principais notícias econômicas publicadas nas edições impressas dos maiores jornais do país. Caso você ou sua empresa ainda não estejam recebendo o serviço e tenham interesse em recebê-lo, favor entrar em contato através do e-mail corecon-rj@corecon-rj.com.br para solicitar o seu cadastramento.

EDITAL DE ELEIÇÃO

Em estrita observância aos preceitos das Leis n.ºs. 1.411/51 e 6.537/78, do Decreto n.º. 31.794/52 e a Resolução COFECON n.º. 1.786/07, no que couber, faço saber que no dia 27 de outubro de 2009, com início às 09h e término às 18h, serão realizadas eleições para renovação do 3º Terço de conselheiros regionais efetivos e suplentes do CORECON-RJ e de delegados-eleitores efetivo e suplente junto ao Colégio Eleitoral do COFECON, da seguinte forma: 1. 03 (três) conselheiros efetivos e 03 (três) conselheiros suplentes para integrar o Plenário do CORECON-RJ com mandato de 03 (três) anos (2010/2012); 2. 01 (um) delegado eleitor efetivo e 01 (um) delegado eleitor suplente para integrar o Colégio Eleitoral do COFECON; 3. Presidente e Vice-Presidente para a gestão de 2010, em regime de consulta a ser ratificada pelo Plenário do CORECON-RJ nos termos de sua Resolução n.º. 24/09. O prazo para registro de chapas será de 30 (trinta) dias, contados a partir da data desta publicação, encerrando-se às 17h do dia 30 de setembro de 2009. O registro das chapas será feito na sede do Conselho, no horário das 10 às 17 horas. A eleição será realizada em REGIME MISTO, conforme dispõe a Resolução CORECON-RJ n.º. 25/09. Poderão votar os economistas registrados na jurisdição deste Conselho, portadores de inscrições definitivas, quites com suas anuidades ou com o parcelamento dos débitos referentes às mesmas, até a data da realização do pleito, não sendo permitido o voto por meio de procuração. No caso do voto por correspondência o economista deverá enviar seu voto utilizando o envelope padronizado enca-

minhado previamente pelo CORECON-RJ. Somente serão aceitos os votos postados na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, encaminhados à Caixa Postal do CORECON-RJ e recebidos antes do encerramento dos trabalhos de votação. Para o voto presencial, o economista que não tenha votado por correspondência, deverá comparecer ao local de votação, exibir junto à mesa eleitoral documento hábil de identificação e assinar a folha de votação que obedecerá a ordem numérica ou alfabética dos economistas registrados no CORECON-RJ. LOCAL DA VOTAÇÃO PRESENCIAL: Conselho Regional de Economia 1ª Região- RJ, localizado na Av. Rio Branco, 109 – 16º andar – Centro – Rio de Janeiro-RJ. O horário de votação será das 09 às 18h. Os trabalhos de apuração serão realizados no dia 27 de outubro de 2009, na sede do CORECON-RJ, imediatamente após encerrado o período de votação. COMISSÃO ELEITORAL: Fica designada, para executar e responder pelo processo eleitoral, da seguinte forma: Efetivos: Economistas: Presidente: César Homero Fernandes Lopes, Jorge de Oliveira Camargo e João Manoel Gonçalves Barbosa. Suplente: Economista Gilberto Caputo Santos. A primeira reunião desta Comissão Eleitoral para análise e julgamento do registro da (s) chapa (s) inscrita (s) juntamente com seus respectivos candidatos será realizada na sede do CORECON-RJ, em 05/10/2009 às 18:00.

Rio de Janeiro, 01 de setembro de 2009
Paulo Sergio Souto
Presidente

Agenda de cursos

CURSO TEORIA DOS JOGOS

Prof. Ronaldo Fiani (IE-UFRJ).
16 de setembro a 18 de novembro,
quartas, das 18h45 às 21h30

MATEMÁTICA FINANCEIRA

Prof. Sílvia Duarte (UFF e IBMEC).
17 de setembro a 10 de dezembro
de 2009, quintas, das 19h10 às 21h50

CURSO ECONOMIA DA ENERGIA

Prof. Adriana Fiorutti (EPE).
1 de outubro a 3 de dezembro,
quintas, das 18h45 às 21h30

TÓPICOS DA ECONOMIA BRASILEIRA RECENTE EM QUATRO ENCONTROS

Prof. Renaut Michel (IPEA).
5 de outubro a 9 de novembro,
segundas, das 18h45 às 21h30

CURSO ECONOMIA INTERNACIONAL

Prof. Carlos Maximiliano Monteiro
(FACEV e FAA). 6 de outubro a 8 de
dezembro, terças, das 18h45 às 21h30

AValiação DOS MECANISMOS DE PRIVATIZAÇÃO DO SISTEMA PÚBLICO DE SAÚDE

Prof. Carlos Octavio Ocké Reis
(IPEA – ANS). 14 de outubro a 4 de
novembro, quartas, das 18h30 às 20h

Veja os conteúdos e preços dos cursos, e faça sua inscrição na página www.economistas.org.br