



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
UNIDADE ACADÊMICA DE DIREITO
CURSO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS

ERALDO PORDEUS SILVA

CRÍTICA AS POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL: ANALISANDO AS
LEIS DE INCENTIVO CULTURAL

SOUSA - PB
2010

ERALDO PORDEUS SILVA

CRÍTICA AS POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL: ANALISANDO AS
LEIS DE INCENTIVO CULTURAL

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Jurídicas e Sociais do CCJS da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador: Professor Me. Lourdemário Ramos de Araújo.

SOUSA - PB
2010

ERALDO PORDEUS SILVA

CRÍTICA AS POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL:
ANALISANDO AS LEIS DE INCENTIVOS CULTURAIS

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como exigência parcial da obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador: Prof. Ms. Lourdemário Ramos de Araújo

Banca Examinadora: Data de Aprovação: _____ de _____ de 2010.

Orientador: Prof. Ms. Lourdemário Ramos de Araújo

Examinador – UFCG

Examinador - UFCG

A Painho.
Á Mainha
Aos irmãos Emanuel, Mimi, Dudu e
Mersinho.
E aos estimados sobrinhos Mateus, Artur
e Erich.

AGRADECIMENTOS

A todas as pessoas que contribuíram, direta ou indiretamente, na conclusão deste trabalho de pesquisa, em especial ao querido Orientador Mário Ramos, a quem agradeço gentilmente, minhas homenagens e meu respeito.

“Um revolucionário pode perder tudo: a família, a liberdade, até a vida. Menos a moral.” (Fidel Castro)

RESUMO

O presente trabalho monográfico tem como objetivo principal detectar as políticas culturais no Brasil, fundamentando-se no aspecto legal, a partir das primeiras Cartas Magnas até a Constituição de 1988 que tem em vista garantir a acessibilidade e mecanismo de incentivo nas manifestações culturais no Brasil. Toda pesquisa foi desenvolvida através de referências bibliográficas e análise de textos legais que mencionam as leis de renúncia fiscal, destacando-se a principal Lei de Fomento à Cultura, que é a Lei nº 8.313 de 1991, conhecida popularmente, como a Lei Rouanet, onde percebe-se algumas distorções e contradições que revelam a minoração do Estado, ou seja, atualmente o Poder Público repassa e delimita aos interesses do capital (iniciativa privada) a responsabilidade e a efetividade no exercício dos direitos culturais, desfavorecendo assim as regiões menos favorecidas economicamente, os artistas sem representação midiática, e principalmente o acesso democrático da população aos bens culturais, contrapondo ora os princípios do Plano Nacional de Cultura.

Palavras-Chave: Cultura. Constituição. Lei Rouanet.

RESUMEN

El presente trabajo monográfico tiene como objetivo principal detectar las políticas culturales en Brasil, fundamentándose en el aspecto jurídico, a partir de las primeras Cartas Magnas hasta la Constitución de 1988 que tiene por objeto garantizar la accesibilidad y mecanismo de incentive en las manifestaciones culturales en Brasil. Toda investigación fue desarrollada a través de referencias bibliográficas y análisis de textos legales que mencionan las leyes de renuncia fiscal, destacándose la principal Ley de Fomento a la Cultura, que es la nº 8.313 de 1991, conocida popularmente, como la Ley Rouanet, donde se percibe algunas distorções y contradicciones que revelan la minoração del Estado, o sea, actualmente el Poder Público repassa y delimita a los intereses del capital (iniciativa privada) la responsabilidad y la efetividade en el ejercicio de los derechos culturales, desfavoreciendo así las regiones menos favorecidas económicamente, los artistas sin representación midiática, y principalmente el acceso democrático de la población a los bienes culturales, contraponiendo ora dos principios del Plan Nacional de Cultura.

Palabras-Clave: Cultura. Constitución. Rouanet. Acessibilidade Cultural.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 ANÁLISE HISTÓRICA E LEGAL DAS POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL ...	11
2.1 Concepções acerca da cultura.....	11
2.1.1 Sociologia da cultura.....	13
2.1.2 Antropologia cultural.....	14
2.1.3 Filosofia na cultura.....	15
2.2 Cultura popular e cultura de dominação.....	16
2.3 Formação da cultura brasileira.....	18
2.4 Atuação do Brasil nas políticas de cultura.....	21
2.4.1 Análise Histórica Constitucional da Cultura no Brasil.....	25
2.4.2 A Cultura e a Constituição Federal de 1988.....	26
2.4.3 Constituição e as Leis de Fomento.....	27
3 ASPECTOS GERAIS DAS LEIS DE INCENTIVO CULTURAL	30
3.1 Lei Rouanet.....	30
3.1.1 Incentivo fiscal (Mecenato).....	32
3.1.2 Fundo Nacional de Cultura.....	34
3.2 Política de Fomentação à Lei do Audiovisual.....	36
3.3 Marketing cultural.....	38
4 CRÍTICA AS POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL	41
4.1 Visão crítica da Lei Rouanet.....	41
4.2 Minimização do Estado nas políticas culturais.....	44
4.3 O acesso cultural no Brasil.....	47
4.4 Projeto-lei Procultura.....	48
5 CONCLUSÕES	50
REFERÊNCIAS	52

1 INTRODUÇÃO

Um dos grandes avanços da Constituição Federal de 1988 quando tratou normativamente a cultura como um bem a ser protegido e incentivado pelo Estado, sendo também direito de todos os cidadãos o acesso às fontes de cultura, respeitando a igualdade e a diversidade cultural.

A Constituição Federal determinou também a elaboração do Plano Nacional de Cultura que formula e executa as diretrizes de cultura do país.

No entanto, ainda que as políticas de cultura ganhassem tardiamente solidez no âmbito legal e formal, persistem algumas distorções quanto à promoção cultural brasileira, pois o Estado através das leis de incentivo vem transmitindo a iniciativa privada o gerenciamento das políticas culturais, já que a principal fonte de recursos advém do mecenato, ou seja, as manifestações culturais ficam reféns ao interesse da iniciativa privada, também podendo oscilar os recursos de acordo com o momento financeiro mundial, uma vez que o Fundo Nacional de Cultura não é suficiente para suprir de maneira significativa a grande diversidade cultural brasileira.

Sendo assim, o estudo de pesquisa, através de referências legais, bibliográficas e conteúdos extraídos de sites que abordam esta temática, apontou consideravelmente as distorções que as leis de incentivo cultural geram, principalmente na concentração dos recursos e a minoração do Estado em face das políticas culturais.

No primeiro capítulo desta pesquisa vem abordar várias concepções acerca da Cultura, sob a prisma da sociologia como comportamento social, da antropologia, o homem e seus aspectos culturais, e da filosofia, a cultura como preceitos filosóficos. Em seguida identificar a cultura de elite e a cultura popular, com a finalidade de facilitar o entendimento de fazer cultura. Esse trabalho fará uma análise histórica da formação cultural brasileira, as influências e as contribuições, especialmente dos povos europeus e africanos na identidade cultural brasileira submergindo os costumes e hábitos dos povos nativos. Enfim, avaliar as políticas culturais do país ao longo da história, aproveitando para fazer um reexame das Constituições Brasileiras que especificavam diretrizes culturais, concluindo com atual Constituição Brasileira que estabelece a elaboração do Plano Nacional de Cultura.

O segundo capítulo deste trabalho irá identificar como o Poder Público atua, promove e incentiva as políticas culturais do país, considerando previsão constitucional e legal das leis de renúncia fiscal. Apresentação da principal lei de incentivo cultural do país, Lei Rouanet, que tem a finalidade de estimular e promover projetos culturais. Ainda abordar minuciosamente o Incentivo Cultural (Mecenato) e Fundo Nacional de Cultura (FNC), principais fontes de recursos públicos para realização das manifestações culturais no Brasil. Trataremos da Lei de Audiovisual investimento em obras cinematográficas, audiovisuais e infraestrutura de imagens e produção. Logo fazer uma análise da importância e os objetivos das empresas na utilização do Marketing Cultural, agregando o valor cultural à marca do produto, através das leis de incentivo.

No terceiro último capítulo desta pesquisa analisa criteriosamente a intervenção da iniciativa privada nas políticas de cultura do país através da Lei Rouanet, evidenciando o interesse das empresas em face do marketing cultural, bem como às desigualdades do repasse das verbas destinadas a cultura, concentrando tão somente no eixo Rio-São Paulo. Ainda neste capítulo, ressalta a importância do Estado como o agente responsável na difusão da cultura, desqualificando o dirigismo mercadológico, sendo o Poder Público legítimo para atuar nas políticas e diretrizes culturais. Em seguida, através de dados do IBGE demonstrar a inacessibilidade cultural do povo brasileiro, contrariando assim o preceito constitucional, onde o Estado deve garantir o acesso às fontes de cultura, logo um breve relato do projeto-lei, conhecido popularmente como a Nova Lei Rouanet que tramita no Congresso Nacional, onde prevê mudanças significativas na lei nº. 8.313, aproximando o Poder Público da responsabilidade nas garantias dos direitos culturais brasileiro.

Enfim, tendo em vista a precariedade das políticas de cultura do Brasil, faz necessária uma atuação mais decisiva do Estado nas diretrizes culturais, não que desconsidere absolutamente a iniciativa privada (mecenato), porém que não entregue tão somente ao interesse empresarial - como atualmente ocorre, uma vez que a manutenção do sistema cultural prevalecerá à desigualdade cultural nas regiões, conseqüentemente surgindo culturas de preferência, bem como a dificuldade de acessibilidade dos artistas e da sociedade às fontes de cultura.

2 ANÁLISE HISTÓRICA E LEGAL DAS POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL

2.1 Concepções acerca da cultura

Não existe um conceito exato e universal em relação à Cultura, as ciências humanas e sociais interpretam conforme suas pesquisas e análises.

Nesse contexto, Filho (2009, p. 2) ensina:

Tylor define Cultura como a expressão da totalidade da vida social do homem, caracterizada pela sua dimensão coletiva, adquirida em grande parte inconscientemente e independente da hereditariedade biológica, sem conceito pré-determinados.

O termo cultura ainda interliga a idéia de crenças, comportamentos, valores, instituições, regras morais, costumes e hábitos que aproximam e identificam uma sociedade. Orienta dando sentido à cosmologia social. É a formação cultural própria de um grupo em um território determinado, num período considerado.

Uma das maneiras de compreender o que é cultura emana de um conjunto comum de preocupações que podemos localizar concepções básicas.

Nesse aspecto, SANTOS (1994, p.21), apresenta duas concepções básicas de cultura. A primeira dessas concepções preocupa-se com todos os aspectos de uma realidade social. Dessa forma, cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação. Esse é o significado moderno do conceito que passa a ser assumido, notadamente no século XIX, atrelado ao desenvolvimento de teorias científicas sobre a vida e a sociedade e passa a tratar da totalidade das características de uma realidade social. A segunda concepção refere-se ao conhecimento, às idéias e crenças de um povo, assim como às maneiras como eles existem na vida social. A cultura, assim, diz respeito a uma esfera, a um domínio da vida social.

Pode-se assim compreender que na cultura francesa ou na cultura asteca, da mesma maneira devemos analisar a cultura camponesa ou a cultura urbana. A cultura refere-se então nas realidades sociais bem distintas, e não propriamente à idéia de cultura quanto à superioridade de uma, sendo diversa ou inferior.

Na visão de Everaldo Rocha (2007, p. 20):

Cultura deve, portanto, considerar outros conceitos fundamentais como o relativismo e o etnocentrismo. Relativizar é ver as coisas do mundo como a relação entre elas. Ver que a verdade está mais no olhar que naquilo que é olhado. [...] é não transformar a diferença em hierarquia, em superiores e inferiores ou em bem e mal, mas vê-la em sua dimensão de riqueza por ser diferença.

Outra concepção elementar de cultura, quando reportamos em cultura estamos nos referindo mais especificamente ao conhecimento, as idéias e crenças, assim como vários aspectos como eles permanecem na vida social. Percebe-se que mesmo aqui a referência à totalidade de características de uma realidade preexistente social, já que não se pode falar em conhecimento, idéias, crenças sem pensar na sociedade à qual se referem. Percebe-se que mesmo aqui a referência à totalidade de características de uma realidade social reporta a uma esfera intrinsecamente, a um domínio, da vida social.

No entendimento lúcido de SANTOS (2004, p. 47):

Cultura é um território bem atual das lutas sociais. [...] É uma realidade e uma concepção que precisam ser apropriadas em favor do progresso social e da liberdade, em favor da luta contra a exploração de uma parte da sociedade por outra, em favor da superação da opressão e da desigualdade.

A cultura é essencial e necessária para o entendimento de múltiplos valores cidadãos, morais e éticos que orientam nosso comportamento social. Compreender como estes preceitos se conjugam no meio e como direcionam nossas intuições e a avaliação do outro, é um interessante desafio a ser questionado. São diversas atividades de como atuar e agir, costumes e instruções de um povo. É a condição

pelo qual o homem se adapta ao ambiente de existência transformando sua realidade.

Cascudo (2004, p.39) ensina:

A partir de investigações etnográficas, para fins primários de compreensão, pode-se dizer que cultura compreende o conjunto de técnicas de produção, doutrinas e atos, passível de apreensão pela convivência ou ensino.

Cultura é um permanente processo de progresso. É o desenvolvimento de um determinado grupo social, uma nação, uma comunidade; fruto do esforço coletivo pelo aperfeiçoamento de valores materiais e espirituais. É o conjunto de fenômenos ideológicos que caracterizam um grupo étnico ou uma nação (linguagem, rituais, costumes, gastronomia, vestuário, religião, etc), encontrando-se em permanente processo de adaptações.

2.1.1 Sociologia da cultura

Na sociologia, o conceito de cultura é o objeto de análises de estudo, uma vez que da mesma emana toda a natureza e aspectos da sociedade. A ciência social afirma, sabiamente, que não existe cultura superior ou inferior à outra, uma vez que isso não se compreende na sociologia, e sim admite o entendimento de culturas diversas. Na mesma orientação se aplica aos diferentes aspectos dessa cultura: organização política, religião, manifestações artísticas e costumes.

O entendimento mais acatado pelos sociólogos na compreensão de cultura é conforme ensina Giddens (2004, p.04):

Quando os sociólogos falam do conceito de cultura, referem-se a esses aspectos das sociedades humanas que são aprendidos e não herdados. Esses elementos da cultura são partilhados pelos membros da sociedade e tornam possível a cooperação e a comunicação. Eles formam o contexto comum em que os indivíduos de uma sociedade vivem as suas vidas.

Um dos maiores estudiosos da sociologia da cultura, Alexander (2003, p.05), esclarece que:

A sociologia cultural faz das idéias e emoções coletivas algo central para seus métodos e teorias precisamente porque são esses sentimentos subjetivos e internos que freqüentemente parecem controlar o mundo. Subjetividades socialmente construídas formam a vontade das coletividades; modelam as regras de organizações; definem a substância moral da lei; e promovem os significados e motivações para tecnologias, economias e máquinas militares.

A importância do estudo da cultura na Sociologia tem uma definição diversa do conceito comum. Resumindo esclarece tudo o que é aprendido e compartilhado pelos indivíduos de um determinado grupo e que confere a este uma identidade dentro do seu grupo que pertença, tendo assim a formação cultural.

Sabidamente SANTOS (2005, p.12) facilita na seguinte exposição da sociologia cultural que:

Mais especificamente ao conhecimento, às idéias e crenças, assim como às maneiras como eles existem na vida social. Observem que mesmo aqui a referência à totalidade de características de uma realidade social está presente, já que não se pode falar em conhecimento, idéias, crenças sem pensar na sociedade à qual se referem.

Ou seja, o estudo da sociologia compreende que a cultura está interligada diretamente aos hábitos, costumes e tradições de um grupo social que introduzem nos comportamentos dos demais membros, sendo que tais aspectos culturais adaptam-se intrinsecamente em determinado meio.

2.1.2 Antropologia cultural

O conceito mais aceito da Antropologia Cultural é o estudo do homem em sociedade, os seus sistemas simbólicos, a religião, comportamentos, usos e costumes.

A antropologia cultural é uma das quatro áreas da antropologia geral, diversa da antropologia social, diferenciando principalmente na perspectiva. Tem como finalidade o estudo do homem e das sociedades humanas no seu universo cultural. A representação, pela palavra ou pela imagem, é uma das suas questões centrais.

Os antropólogos defendem, em grande parte, que a cultura é parte fundamental da natureza humana. Logo, cada ser humano dispõe da possibilidade de adaptações de vivências, e assim convertê-las em códigos de forma simbólica e disseminar no meio existencial.

Quanto à questão da antropologia cultural, Boas (1932) define que o estudo é "a tentativa de compreender os passos pelos quais o homem tornou-se aquilo que é biológica, psicológica e culturalmente".

Antropologia Sócio-Cultural tenta evidenciar os diferentes saberes existentes na escala humana, ou seja, o conjunto da lógica e do sensível para cada agrupamento, isso sem isolá-los dos outros aspectos. Os gestos; as linguagens; os modos de fazer, de ser, de se organizar; as maneiras de falar, de olhar, de interagir; as formas de sentir; as manifestações artísticas; os valores; as crenças; as trocas e tudo aquilo que faz do humano um ser único.

2.1.3 A Filosofia na cultura

No âmbito da Filosofia, a cultura é o conjunto de manifestações humanas que conflitam com o comportamento natural e a natureza humana. Considerando as ciências biológicas a cultura é normalmente uma concepção específica de organismos para fins determinados. Dentro deste contexto no estudo da filosofia, a cultura é um conjunto de respostas para melhor satisfazer as necessidades e as precisões dos desejos humanos.

Chauí (2000, p.18) esclarece que:

A filosofia estuda a consciência em suas várias modalidades: percepção, imaginação, memória, linguagem, inteligência, experiência, reflexão, comportamento, vontade, desejos e paixões, procurando descrever as formas e os conteúdos dessas modalidades de relação entre o ser humano e o mundo, do ser humano consigo mesmo e com os outros. Finalmente, a Filosofia visa ao estudo e à interpretação de idéias ou significações gerais como: realidade, mundo, natureza, cultura, história, subjetividade, objetividade, diferença, repetição, semelhança, conflito, contradição, mudança, etc.

A cultura é o conjunto de conhecimentos ideológicos e práticos que se transmite aos contemporâneos de determinado grupo social e das gerações vindouras. A cultura é o processo de costumes de diversos grupos sociais, dos quais vão solucionando os seus problemas ao longo da existência. Cultura é invenção. O homem não somente é herdeiro cultural dos seus antepassados, no entanto, também cria e aprimora outros hábitos e tradições. O homem torna-se um ser humanizado porque está vivendo em um ambiente cultural. A cultura é um sistema de tradições e costumes que se explica a realidade de determinado grupo e que conferem sentido à existência dos seres humanos.

O Professor Geraldo D'Almeida Alves (2009, p.64) ensina que:

A cultura tem preceitos filosóficos, e dela necessita para fundamentar seus valores, crenças, costumes, ritos e práticas sociais, que formam um 'conjunto' chamado cultura. Existindo uma interdependência, entre filosofia e cultura, uma vez que a filosofia é uma área da cultura, ou seja, a cultura contém filosofia, e a filosofia nutre-se da cultura. Esse ciclo nunca é quebrado, por mais radicais que sejam as crises por que passem as pessoas, os povos e as nações.

2.2 Cultura Popular e Cultura de Dominação

Compreender a cultura dos povos e dos grupos sociais determinados é entender a formação das sociedades ao longo do tempo, a sua história, os seus hábitos e costumes. Cada grupo social possui a sua cultura própria e quando estas conflitam com outras culturas, ocorre o etnocentrismo, que é um entendimento do mundo em que um grupo é tomado como centro de tudo e todos os outros são pensados e sentidos por valores, modelos e definições desse grupo. É fácil imaginar que a nossa

cultura como a melhor e a mais sensata e que os outras, ou a menos a outras deveriam, ser iguais a nossa, e se não os são, estes são identificadas como inferiores segundo a nossa compreensão.

A Cultura popular advém do resguardo de produtos culturais como música, literatura, arte, dança, cinema, televisão e rádio, onde seu principal público não pertence à elite econômica e cultural, destacando-se apenas as classes populares, ou até mesmo alguns que fazem parte da classe média.

A concepção de cultura popular tem atraído a atenção dos estudiosos da sociologia por as seguintes razões: uma delas é a idéia de que a cultura popular é utilizada pela elite dominante, que pretende controlar a mídia e outros mecanismos da cultura popular, e a outra se diz respeito ao próprio conteúdo das manifestações culturais populares.

Não há a denominação de cultura impopular. Ainda que tente equiparar a terminologia popular na sua compreensão mais prosaica, pois toda cultura há uma contribuição, mesmo que pequena da parcela significativa do meio social. Considerando o próprio pensar que é impregnado aspectos histórico-sociais, as quais realizam na formação cultural e provoca aceitação de costumes e valores penetram nas sociedades.

A cultura popular ressalta numa tentativa de uma cultura mais tradicional de proteger das influências de dominação da elite. Tem por objeto e finalidade despertar a consciência dos artistas, políticos, líderes e formadores de opinião para aquilo que é a própria base de uma nação que é sua diversidade cultural.

Quando compreendemos cultura popular, não enquanto manifestação dos explorados, mas enquanto cultura dominada acerca conceito de observar tal cultura submergida, invadida pela cultura de massa ou indústria cultural, acrescida pelos valores dos dominantes, menosprezada intelectualmente pelas determinações impostas pela elite.

Chauí (1993, p.49) doutrina que Poder econômico das elites transmite a idéia da hegemonia cultural:

A elite está no poder, acredita-se, não só porque detém a propriedade dos meios de produção e o aparelho do Estado, mas porque tem competência para detê-los, isto é, detém o saber.

Assim sendo, a conclusão enquanto política cultural é definida pelo campo econômico-social. Ou seja, o poder econômico da elite colabora à hegemonia cultural.

A cultura e sobre as formas que a cultura se apresenta seja cultura da elite ou popular, chega-se a concluir que a cultura tem grande importância para a humanidade, já que foi construída historicamente pelo homem e a este é inerente, sendo é a marca indelével que a humanidade deixa para a posteridade. Neste sentido, a cultura é a herança material e não-material que o homem deixa para a geração que está por vir.

2.3 Formação da cultura brasileira

A Formação da Cultura Brasileira é resultado de uma combinação de muitas outras culturas e povos, que desde o início do descobrimento em 1500, sofreu intensas influências de culturas estranhas aos dos nativos.

A cultura brasileira evidenciou-se durante os séculos de colonização, quando ocasionou a mistura entre as culturas dos europeus, dos indígenas, sobretudo os portugueses, e dos escravos africanos. No século XIX, com a chegada de europeus e povos de outras culturas, como árabes e asiáticos, contribuíram de maneira significativa na formação cultural brasileira.

Vale também considerar a grande influência dos países dominantes da época, a exemplo da França, a Inglaterra e, atualmente, dos Estados Unidos, nações que transferem costumes e bens culturais para outros países condicionados ao controle de mercado e riqueza, normalmente através dos veículos de comunicação e da informática.

A cultura brasileira caracterizada por meio de vários povos e hábitos que predominam a demografia do país. Resultante da óbvia miscigenação e costumes dos povos que contribuíram na construção do Brasil, surgindo então uma realidade cultural própria, que contém vários aspectos de culturas.

Considerando as diversas nações que contribuíram na formação cultural do país, vale mencionar os portugueses e espanhóis que exerceram maior influência na cultura brasileira.

No período em que o Brasil foi colônia de Portugal existiu uma transferência da cultura da metrópole (Europa) para terras brasileiras. Os povos portugueses chegaram em maior número à colônia a partir do século XVIII, onde o Brasil neste mesmo século já era um país onde predominava o catolicismo e de língua dominante portuguesa.

Como explica Freitas (1995, p. 38) “é com base no caráter português, marcado pela plasticidade, flexibilidade, antagonismos e contrastes, que se compreende a cultura que caracterizou a colonização do Brasil e a formação da sociedade brasileira”.

As primeiras décadas de colonização possibilitaram uma significativa composição entre a cultura dos portugueses e a dos indígenas, permitindo à formação de cultura peculiar no país, isso considerando influência de nosso idioma que difere da língua portuguesa própria e vários aspectos de costumes indígena-portuguesa herdadas pela atual civilização brasileira.

Destaca Azevedo (1996, pág.199) que:

Apesar de haver grande coexistência entre brancos, negros e nativos, foi a cultura do primeiro que sobrepôs em praticamente todos os pontos. A cultura negra e indígena, ao invés de mostrar o que realmente era, passou a idéia que os negros e os índios eram pessoas apagadas e tristes, por causa da escravidão, mas na realidade era exatamente o contrário.

Destarte houve a ação da catequese dos colonizadores que permitiu o desaparecimento de alguns hábitos e costumes dos nativos, além da política de dizimação da metrópole que contribuiu para que muitos desses aspectos culturais fossem perdidos. A influência indígena ainda se faz mais presente principalmente na região norte do Brasil, em que esses grupos conseguiram fugir da ação colonizadora.

Segundo alguns historiadores, séculos de dominação árabe e relação com outras civilizações facilitaram o contato entre os colonos portugueses e os indígenas brasileiros, todavia isso não impediu que os nativos fossem dizimados pela ação colonizadora.

A cultura africana surgiu através dos escravizados trazidos para o Brasil no período aproximadamente de 1550 a 1900. A diversidade dos povos africanos

refletiu na cultura brasileira trazidas pelos escravos, onde os mesmos sendo de várias etnias, expressando em línguas diferentes e de costumes diversos. Do mesmo modo da cultura dos nativos, a cultura africana foi reprimida pelos dominadores. Na colônia os escravos eram obrigados a apreender o idioma português e eram batizados com nomes portugueses e forçados a se converter ao catolicismo.

Mesmo diante de tanta repressão existiam também alguns escravos das etnias male e hauçá, por exemplo, de religião islâmica, que detinham uma herança cultural identificada e dominavam a escrita árabe e outros idiomas. Verificava-se que alguns eram monoteístas constituindo os candomblés que são uma reprodução das aldeias africanas. Por meio do sincretismo religioso, os escravos adoravam seus orixás através de santos católicos, dando origem às religiões afro-brasileiras como o umbanda e batuque.

De acordo com Paiva (2001, p. 185):

As trocas culturais e os contatos entre os povos de origem muito diversa é algo que, então fazia parte do dia – a – dia colonial, desde a chegada dos portugueses. Isto, porque, era ampla a vivência cultural da população negra no Brasil colonial, refletindo amplamente na sociedade do período.

Os negros contribuíram para a cultura brasileira, com significativos costumes e hábitos culturais, a exemplo da música, da culinária, da dança, da religião e na lingüística. A influência africana é praticamente perceptível com seus aspectos em todas as regiões do país, em especial nos estados da Bahia e do Maranhão.

A imigração dos povos europeus não foi apenas oportuna e interessante para compensar a mão-de-obra escrava, no entanto também foi interesse do governo, que tinha o objetivo de trazer os costumes da Europa para o Brasil, uma forma de “europeizar” a cultura brasileira, pois a maioria da população no século XIX era composta por negros e mestiços. Dentre os diversos grupos de imigrantes que aportaram no Brasil, entre os anos de 1870 a 1950 foram os italianos que chegaram em maior número. Eles se fixaram principalmente no sul de Minas Gerais indo até o estado do Rio Grande do Sul, considerando que a maior parte dos italianos ingressou na região do estado de São Paulo.

Esclarece Trento (1989, p.184) que:

Apesar do elevado número de italianos no Brasil, em sua grande maioria tratava-se de analfabetos ou semi-analfabetos, e, de qualquer modo, de pessoas cujo horário de trabalho ou cujos compromissos eram tão pesados que não lhes permitiam qualquer tipo de aproximação com os jornais, tanto em língua italiana quanto em português.

Além dos italianos, no intermédio de 1830 destacaram-se os alemães, que chegaram de forma sucessiva. Permaneceram na região sul do Brasil, onde diversas regiões do país herdaram influências germânicas desses imigrantes.

Os europeus que se resolveram residir na zona rural do Brasil meridional, vivendo em pequenos lotes, principalmente os italianos e os alemães, mantiveram seus hábitos e costumes do país de origem, convivendo no Brasil com o mesmo padrão dos territórios rurais da Europa. Em compensação, os imigrantes que se fixaram nos grandes centros urbanos, como: portugueses, italianos, espanhóis e árabes, integraram-se subitamente à cultura brasileira, perdendo suas tradições culturais do país de origem.

A contribuição Asiática surge com a imigração japonesa, porém de forma mais restrita, principalmente no estado de São Paulo.

O mestre antropólogo Darcy Ribeiro (1995, p.20) ensina que:

Que a sociedade e a cultura brasileiras são conformadas como variantes da versão lusitana da tradição civilizatória européia ocidental, diferenciados por coloridos herdados dos índios americanos e dos negros africanos. O Brasil emerge, assim, como renovo mutante, remarcado de características próprias, mas atado genesicamente à matriz portuguesa, cujas potencialidades insuspeitadas de ser e crescer só aqui se realizariam plenamente.

2.4 Atuação do Brasil nas Políticas de Cultura

Aproximadamente 300 anos de colonização verificou-se a tentativa de transferência dos interesses, costumes e hábitos da Metrópole para a colônia, ou

seja, dentro desta óptica, prevalecia o aspecto de dominação, sem importar, obviamente, introduzir uma política de cultura no país, considerando ainda a repressão cultural da metrópole diante das tradições nativas.

Somente a partir da metade do século XVIII com a vinda da Corte Lusitana atrelada ao surgimento dos ideais Iluministas que objetivava autonomia política e cultural, sobretudo nos estados de Pernambuco, Bahia, Rio de Janeiro e Minas Gerais, surgem os primeiros meios de cultura institucionalizada, como: a imprensa, o jornal impresso, bibliotecas e cursos superiores, que impulsionavam algumas atividades culturais no país, por isso alguns historiadores que consideram nesta época as primeiras políticas culturais do país.

A Constituição Imperial de 1824, a primeira Carta Magna do Brasil denota o termo cultura na mesma compreensão de cultivo, de produção agrícola, um entendimento claro de seu sentido etimológico, de *cultum*, conjunto de técnicas para se obter do solo os vegetais semeados. A idéia de cultura aparece adicionada aos termos de indústria, trabalho e comércio, o que lhe reforça ainda mais o sentido manual de "trabalho da terra".

Somente na Constituição de 1934 a terminologia cultura apresenta-se como característica intelectual, com a finalidade de desenvolver o ensino das letras, ciências e artes.

No entanto, falar em políticas culturais no Brasil de fato no período republicano, iniciando nas décadas de 1930 a 1945, no governo de Getúlio Vargas, onde foram implementadas as primeiras políticas de cultura do Brasil, que tinha o objetivo de institucionalizar o setor cultural, destacando a criação do primeiro Conselho Nacional de Cultura, em julho de 1938.

Predominou-se sempre dos governos brasileiros não elaborarem suas diretrizes e estratégias na efetivação de uma política cultural para o país de forma permanente. Priorizaram basicamente a ordem política e econômica como as principais preocupações dos governantes, bem como o mesmo pensamento das pessoas que faziam os meios de produção e da sociedade que ainda desconhecia a importância cultural.

Durante a época da década de 1940 a 1970, há pouca informação e dados em relação à gestão cultural no Brasil, ou seja, mais de três décadas aproximadamente, sem nenhuma política direcionada as questões culturais do país de grandes relevâncias sociais.

Vale enfatizar que, de 1945 a 1964 observa-se o grande crescimento do setor cultural no Brasil, destacando os meios de comunicação de massa, a rádio e a TV, logo após a II Segunda Guerra Mundial, para se ter uma idéia, as emissoras de rádio cresceu na ordem de 100%, neste período a gestão cultural foi voltada praticamente à iniciativa privada.

As primeiras políticas voltadas as questões culturais estabeleceram no período do governo de Geisel entre os anos de 1974 a 1978, que introduziu o Plano Nacional de Cultura, implantado e concretizado pelo então Ministro da Educação Ney Braga.

Miceli (1984, p.18) assevera que:

Não é nada casual que, em 1975, o governo Geisel tenha lançado sua Política Nacional de Cultura, o "PNC da ditadura", produzido em reuniões fechadas no Conselho Federal de Cultura do MEC com o objetivo de estabelecer os códigos de controle sobre o processo cultural.

Apesar da existência do Plano Nacional de Cultura, na década de setenta o Brasil não atendia as expectativas dos intelectuais e artistas, ou seja, o governo repassava os recursos sem critérios e normativas democráticas somente beneficiavam aqueles que eram simpáticos ao regime.

Menciona Silva (1986, p.39) que: "toda esta política de incentivo esteve atrelada à censura que se instaurou no país, principalmente depois do AI-5 (Ato Institucional número 5) em 1968".

No entanto, vale reconhecer, que a partir da criação do Plano Nacional de Cultura, os estados federativos e os municípios passaram a adotar, através de Secretarias Estaduais ou municipais, políticas voltadas a cultura, ainda que timidamente. Neste mesmo período houve em Brasília o primeiro Encontro dos Secretários de Cultura do Brasil.

Mesmo assim, não exista uma política cultural com características de comando centralizado, metas definidas e aferição de resultados, como na política econômica. Ou seja, haviam várias ações realizadas por órgãos culturais das três esferas do governo, sem relação entre si. Nas décadas de 70 e 80 a cultura fazia

parte do Ministério da Educação. Nem todos os órgãos de cultura estavam vinculados à Secretaria de Cultura nem às dotações orçamentárias.

O Poder Público estava mais voltado à conservação do patrimônio cultural e histórico. Tornou-se assim estratégica, e foi bastante incentivada, porque se tratava e trata de atividade na qual não há possibilidade de conflito com a classe artística.

O Estado adotou, neste período, uma atuação conservadora e patrimonialista, ou seja, protegeu a conservação do acervo histórico e viabilizou eventos culturais que somente conseguiam se reproduzir à custa de proteção governamental, criando uma relação assistencialista.

A partir dos anos 80 fica demonstrado um aspecto mais neoliberal da cultura - preferível pelo Estado, interligado com a política econômica. Esta tendência submete o fomento da produção cultural às normas de mercado. O mercado assume a decisão de viabilizar as manifestações artísticas. Os órgãos públicos de cultura são colocados a serviço dos padrões da indústria de cultura.

Em 1985 foi criado o Ministério da Cultura, no Governo de José Sarney, tendo como primeiro titular o Ministro José Aparecido de Oliveira que, embora tenha sido um dos grandes articulistas de sua criação, abandonou o cargo para assumir o governo do Distrito Federal. Nos primeiros cinco anos da criação do Ministério foram quatro Ministros, mostrando o desprestígio do novo cargo para seu preenchimento. Entre os anos de 1985 a 1993 foram nomeados 9 Ministros para o cargo, o que corresponde um Ministro por ano.

Nos primeiros meses de 1990, o então Presidente Fernando Collor de Melo extinguiu todas as instituições culturais vinculadas ao Governo Federal e transformou o Ministério da Cultura em Secretaria diretamente ligada a Presidência da República, condição de cargo que foi revertida ainda em seu governo no final 1992.

Estes aspectos históricos das políticas culturais no Brasil demonstram que não implantou políticas culturais amplas que pudessem atender a diversidade cultural, atualmente o principal mecanismo das políticas de cultura do Estado estão voltadas as leis de fomentos, ou seja, o Poder Público ainda é tépido quanto a proporcionar a acessibilidade da cultura, conforme reza o texto constitucional.

Doria (2003, p.54) relata que:

As transformações das leis culturais brasileiras indicando que começam com a garantia da liberdade de expressão em 1891, seguida pelo direito do autor e pelas obrigações do Estado na defesa do patrimônio histórico e natural em 1946 e na Constituição de 1988, quando a cultura ganha um capítulo só seu a respeito das obrigações do Estado, incluindo a defesa do patrimônio; a difusão e o acesso público; o fomento da produção; e, em especial, a preservação dos traços de identidade cultural dos povos formadores da nacionalidade.

2.4.1 Análise Histórica Constitucional da Cultura no Brasil

A Constituição de 1891 apresentou-se bastante tímida no que se refere à cultura, estabelecendo tão somente, em seu art.32, § 2º, que cabia ao Congresso, mas não privativamente, animar o País, o desenvolvimento das letras, das artes e ciências, bem como a imigração, a agricultura, a indústria e o comércio, sem privilégios que obstam a ação dos governos locais.

Na Carta Magna de 1934 dedicou-se à cultura e à educação um capítulo especial, o de número II, "Da Educação e da Cultura", inserido no Título V, "Da Família, da Educação e da Cultura". Ela estabelecia, em seu art.148, que à União, aos Estados e aos Municípios cabia favorecer e animar o desenvolvimento das ciências, das artes, das letras e da cultura em geral, proteger os objetos de interesse histórico e o patrimônio artístico do País, bem como prestar assistência ao trabalhador intelectual.

A Constituição de 1937 dispunha apenas, no art.128, que a arte, a ciência e o seu ensino eram livres à iniciativa individual e à de associações ou pessoas coletivas, públicas ou particulares, sendo dever do Estado contribuir, direta ou indiretamente, para o estímulo e o desenvolvimento de umas e de outro, favorecendo ou fundando instituições artísticas, científicas e de ensino. Seu art.134 determinava que os monumentos históricos, artísticos e naturais, assim como as paisagens ou locais particularmente dotados pela natureza, gozariam de proteção e cuidados especiais da Nação, dos Estados e dos Municípios.

Bosi (1987, p.41) esclarece lucidamente que:

A Constituição de 1946 ressentia-se de certa 'timidez' no trato da democracia econômica e social. Este instrumento normativo verticaliza a

feição ilustrada da cultura, homologando 'missões culturais' a 'missões diplomáticas'. Em dispositivos vizinhos, faz menção à liberdade das ciências, letras e artes, bem como outorga à lei a competência para a criação de institutos de pesquisa, "de preferência junto aos estabelecimentos de ensino superior.

Os crimes contra o patrimônio cultural seriam comparados aos cometidos contra o patrimônio nacional. A Constituição de 1946 estipulava, em seus arts. 173 a 175, respectivamente, que as ciências, as letras e as artes eram livres e que o amparo à cultura era dever do Estado; a lei promoveria a criação de institutos de pesquisas, de preferência junto aos estabelecimentos de ensino superior. As obras, os monumentos e documentos de valor histórico e artístico, bem como os monumentos naturais, as paisagens e os locais dotados de particular beleza ficariam sob a proteção do Poder Público.

Ainda na Carta Magna, sob a Emenda Constitucional n. 1/69, no art.180, que o amparo à cultura era dever do Estado e que ficaria sob proteção especial do Poder Público os documentos, as obras e os locais de valor histórico ou artístico, os monumentos e as paisagens naturais notáveis, bem como as jazidas arqueológicas.

2.4.2 A Cultura e a Constituição Federal de 1988

A Constituição de 1988 trata a cultura no conceito de "bem" a ser protegido e alcançado, de competência comum da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, que devem proporcionar aos cidadãos os adequados meios de acesso, observando as noções de "formas de expressão", "modos de viver" e a própria idéia de "formação do povo brasileiro", reafirmando a cultura como objeto de direito, já que os bens jurídicos compreendem toda utilidade física ou ideal.

Ainda na Carta Magna de 1988 passa a desfrutar de um tratamento normativo específico, incluído no capítulo III do Título VIII, da Constituição Federal, junto à educação e ao "desporto", e possui secção própria que estabelece minúcias até então esquecidas pelas constituições anteriores, existindo de tal forma a criação de novas realidades acerca das políticas de cultura no Brasil.

A atual Constituição Federal, ao mencionar cultura, anuncia sua importância e necessidade de proteção, bem como define o papel do Estado como incentivador e fomentador das atividades culturais.

O Art. 215 da CF/88 estabelece que: "O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso as fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais".

Orienta Discini (2007, p. 284) que:

Construída a realidade segundo a qual a cultura é um tema associado a formas de existência social tão elevada. A Constituição Federal de 1988 atua num imaginário social resultante de compacta formação ideológica, herdeiro de uma organização jurídica e social trançada em preto e branco.

Por meio da Emenda Constitucional da atual constituição nº 48/2005 foi acrescentado o § 3º ao art. 215, determinando a elaboração do Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando o desenvolvimento da cultura do país, por meio de ações integradas do Poder Público, devendo ser ressaltado que o texto do Plano se encontra em fase de discussão entre o Poder Público, representado pelo Ministério da Cultura e a Sociedade Civil Organizada.

Contudo, a Constituição Federal de 1988, ao determinar a elaboração do Plano Nacional de Cultura, definindo a elaboração de lei com o intuito de incentivar a produção cultural, buscou as bases em que se firma a política de garantia da efetividade dos direitos culturais, valendo então ressaltar que o aspecto legal é um dos instrumentos de efetividade desses direitos. Cumpre esclarecer ainda, que, em matéria de cultura, a Constituição estabeleceu uma competência comum entre os entes da Federação, no que concerne à proteção do patrimônio cultural e viabilização do acesso à cultura.

2.4.3 Constituição e as Leis de Fomento

A Constituição Federal de 1988 quando se refere ao Estado como incentivador para o exercício das atividades culturais, abre a possibilidade do Poder Público, incluindo também os entes federativos e os municípios, a disponibilizarem recursos originários ou leis de incentivos fiscais que pudessem favorecer projetos culturais.

A primeira lei que estabeleceu a parceria entre o Governo e a iniciativa privada, vigorou no ano de 1986, a Lei nº 7505, conhecida popularmente como Lei Sarney, uma vez que sua promulgação foi durante o governo do Presidente José Sarney, que tinha a finalidade de disponibilizar verbas adicionais para o custeio das produções culturais, também com o objetivo de repassar as empresas à possibilidade de patrocinar atividades culturais, na modalidade de mecenato, havendo assim a contrapartida tributária.

Ensina Olivieri (2004, p.73) que:

A primeira lei de incentivos fiscais à cultura pecou pelo descontrole da aplicação efetiva das verbas. Todavia, parece razoável dizer que teve o mérito de semear entre os empresários a idéia de vinculação de sua marca a um bem cultural como forma de comunicação da empresa, bem como de apresentar aos governantes a possibilidade de viabilizar as produções culturais através das leis de incentivo.

Pereira (2008, p.01) esclarece que:

O advento da Constituição Federal de 1988 trouxe a promessa de fomentar e proteger o "patrimônio cultural" brasileiro, dando a deixa para a atuação decisiva das chamadas leis de incentivo à cultura. O fomento visto de relance, alcançaria todo bem simbólico atinente à identidade do povo brasileiro. Já a proteção, item mais complexo, voltar-se-ia em sentido amplo, contra toda engrenagem que pudesse desregular ou mesmo descaracterizar a cultura nacional.

Percebeu-se então a necessidade que as leis de incentivo cultural seriam o mais adequado para o Estado atuar como gestor das políticas culturais, já que historicamente, apesar do reconhecimento da cultura essencialmente indispensável

na formação intelectual, os recursos públicos destinados à cultura sempre foram bastante inócuos em face da grande diversidade cultural do país.

Atualmente os recursos provenientes para os projetos culturais são através das leis de renúncia fiscal, enquanto às verbas diretamente do Poder Público, previstas em orçamentos destinadas às políticas de cultura são atenuadas, sobressaindo incentivo financeiro à cultura do país por meio do mecenato.

3. ASPECTOS GERAIS DAS LEIS DE INCENTIVO CULTURAL

3.1 Lei Rouanet

A Lei nº. 8.313 de 1991, mais conhecida como Lei Rouanet, instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que canaliza recursos para o desenvolvimento do setor cultural, através da renúncia fiscal.

É conhecida como Lei Rouanet em homenagem ao seu criador, o diplomata Sérgio Paulo Rouanet, atual membro da Academia de Letras do Brasil, exerceu o cargo de secretário de cultura no governo do então presidente Fernando Collor de Melo.

Os objetivos conforme descritos na Lei Rouanet são de caráter estritamente nacional, democrático e popular: garantir o livre acesso às fontes e meios de cultura e o pleno exercício dos direitos culturais; promover e incentivar a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização e promoção de recursos humanos e conteúdos locais; apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores; proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira responsáveis pelo pluralismo e a diversidade da cultura nacional; salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade; preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico; estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores de conhecimento, cultura e memória; priorizar o produto cultural originário do país.

A Lei Rouanet proporciona às empresas interessadas o abatimento de até 4% do Imposto de Renda, dentro da alíquota de 15% incidente sobre o lucro líquido, quando essas empresas incentivadoras destinam recursos para projetos culturais previamente analisados e aprovados pelo Ministério da Cultura.

A Lei Rouanet funciona principalmente pelos seguintes mecanismos, através: do Fundo Nacional de Cultura (FNC) e Incentivos Fiscais (Mecenato). A legislação prevê que recursos do Fundo Nacional de Cultura poderão ser realizados em uma série de ações, a exemplos: concessão de prêmios; apoio para a realização de intercâmbios culturais e outros programas divulgados por edital; apoio para

propostas que não se enquadram em programas específicos, mas que tenham afinidade com as políticas públicas e relevância para o contexto onde irão se realizar.

Enquanto os recursos do Mecenato serão por meio de titulares de iniciativas que não se enquadram nos programas do Ministério da Cultura e nas políticas públicas determinadas em algum período, mas que têm consistência e relevância para competir no mercado, podem buscar apoio junto a pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) e empresas tributadas com base no lucro real, que por sua vez terão benefícios fiscais sobre o valor incentivado.

A Lei 8313/91 surgiu para educar as empresas e cidadãos a investir em cultura, ainda que desconsiderando a renúncia fiscal, mas para isso, seria interessante, inicialmente oferecer incentivos fiscais, pois com o benefício no recolhimento do imposto a iniciativa privada se sentiria estimulada a patrocinar eventos culturais, uma vez que o patrocínio além de fomentar a cultura, valoriza a marca das empresas junto ao público.

O projeto cultural somente poderá ser beneficiado de recursos incentivados pela Lei Rouanet, projetos culturais que visem à exibição, utilização e circulação pública dos bens culturais deles resultantes, vedada à concessão de incentivo a obras, produtos, eventos ou outros decorrentes, destinados ou circunscritos a circuitos privados ou a coleções particulares.

O texto legal ainda indica que nenhuma aplicação de recursos poderá ser feita por meio de qualquer tipo de intermediação. Todavia, a contratação de serviços necessários à elaboração de projetos para obtenção de doação, patrocínio ou investimento, bem como a captação de recursos ou a sua execução por pessoa jurídica de natureza cultural, desde que não configura intermediação.

Ainda que a lei ter sido criada no Governo de Fernando Collor de Melo, a sua implantação e regulamentação aconteceram a partir de 1995, sendo os resultados obtidos com sua utilização, de responsabilidade da gestão do Governo de FHC e de seu Ministro da Cultura, Francisco Weffort. Na óptica de exigüidade e instrumentalização da lei ocorreu em sua maior parte neste período, no governo de Fernando Henrique Cardoso.

A Lei Rouanet passou então a ser o principal instrumento do Governo de Fernando Henrique Cardoso para as políticas de cultura, seja na utilização da estrutura e dos funcionários do Ministério da Cultura, seja na divulgação massiva de

seus mecanismos, principalmente na modalidade de mecenato, como fonte de recursos para a produção cultural. As diretrizes culturais apresentavam na mídia na maioria das vezes, concentrado a parceria Estado-empresa para financiamento das atividades culturais.

Já que a lei permite às pessoas físicas e jurídicas deduzirem do imposto de renda devido, as doações e os patrocínios feitos a projetos culturais. A vantagem do incentivo é que o contribuinte pode investir parte do seu tributo a pagar num projeto que considera relevante, ao contrário do imposto a ser recolhido que não tem uma vinculação específica.

O Ministério da Cultura resumiu-se à quantificação dos projetos apresentados, aprovados e realizados, e à análise contábil e financeira na prestação de contas de cada projeto realizado, seja pelo mecenato seja pelo Fundo Nacional de Cultura.

3.1.1 Incentivo Fiscal Como (Mecenato)

A origem do termo “mecena” vem dos países de línguas neolatinas, que significa uma pessoa investida de poder que patrocina a produção de certas atividades artísticas e culturais. Ou seja, num aspecto geral, quando denota o mecenato é designar o incentivo financeiro as manifestações culturais, como apresentações musicais, ensaios literários, produções, obras de arte e museus.

Esse mecanismo de incentivo cultural tornou-se prática corriqueira no período renascentista, que buscava inspiração na antiguidade grega e romana, ao mesmo tempo que vivenciava um bom momento econômico com o surgimento da burguesia, também tinha o objetivo de melhorar a imagem do governante ou administrador perante a população.

Na lei 8313/91 o mecenato é o investimento em projetos culturais, mediante doações, patrocínios, contribuições ao Fundo Nacional de Cultura, com a possibilidade de abatimento no Imposto de Renda devido do contribuinte investidor. O contribuinte pessoa física pode aplicar em projeto culturais até 6% do imposto de renda devido, já o contribuinte sendo pessoa jurídica poderá ter o abatimento em projetos culturais até 4% no imposto de renda.

O mecanismo do Incentivo Cultural não admite a transferência direta de recursos para o projeto, diferente do Fundo Nacional de Cultura (FNC).

De acordo com a Lei Rouanet, no mecenato a doação é a transferência definitiva e gratuita de recursos bens ou serviços, em favor de projetos culturais, sendo proibido o uso de publicidade paga para a divulgação deste ato. Podem receber doações pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural sem fins lucrativos e o Fundo Nacional de Cultura.

Já a transferência definitiva e gratuita de numerário para a realização de projetos culturais. Tem o objetivo da promoção e da publicidade para o incentivador e pode ser realizado na forma de cobertura de gastos do projeto ou na forma de uso de bens móveis ou imóveis do patrimônio do patrocinador, sem transferência de domínio. Podem receber patrocínio as pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos.

Ainda conforme a Lei 8313/91 para que o patrocinador ou doador possa abater os investimentos em cultura a primeira condição é que os projetos sejam previamente aprovados pelo MINC (Ministério da Cultura) e se encontrem dentro do prazo para captação de recursos concedidos em portaria ministerial, exclusivamente.

O doador ou patrocinador não poderá ser vinculado ao proponente por parentesco de até terceiro grau, ou participar simultaneamente da empresa patrocinadora e da proponente como dirigente, sócio, quotista, acionista ou administrador, a única exceção é quando a entidade patrocinada é uma entidade de natureza cultural sem fins lucrativos oficialmente criada pela empresa patrocinadora, devendo ser constituída e em funcionamento, e portadora do registro no Conselho Nacional de Assistência Social - CNAS ou do Título de Utilidade Pública conforme a área de atuação da entidade.

O patrocinador somente poderá receber 25% dos produtos gerados pelo projeto se custeá-lo integralmente. Se o patrocínio foi de metade do valor do projeto, por exemplo, sua cota será de até 12,5%, que é metade de 25%. Se houver mais de um patrocinador, esse percentual deverá ser rateado entre eles.

A única diferença entre patrocínio e doação está tão somente na possibilidade de utilização de marketing cultural ou publicitário por parte do incentivador no caso do patrocínio, o que é proibido na doação.

A Lei Rouanet ainda menciona que somente poderão receber patrocínio e doação os projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura e os recursos deverão ser depositados e movimentados em conta bancária específica em nome do beneficiário.

A Lei 9.874/99 alterou a Lei Rouanet e beneficiou alguns segmentos específicos da área cultural que podem receber doações e patrocínios integralmente dedutíveis do Imposto de Renda, como: doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas; produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem; artes cênicas, livros de valor artístico, literário ou humanístico; música erudita ou instrumental; preservação do patrimônio cultural material e imaterial.

Em 2009, de acordo com dados do Ministério da Cultura, através do Mecenato o valor captado atingiu R\$ 733.095.363,91, o que equivale a 23% a menos do que em 2008, quanto a Lei Rouanet obteve o resultado de R\$ 951.524.432,60. Em 2007, último ano de Gilberto Gil no governo, o valor atingiu o valor recorde de R\$ 986.564.704,54.

O mecenato solidificou-se como principal instrumento de financiamento por representar, na esfera cultural, a tendência da política neoliberal. Onde há a minimização do Estado e o repasse da gestão cultural aos interesses particulares, atuando em setores de responsabilidade pública. Assim, origina-se financeiramente a promoção da cultura brasileira através da política de iniciativa privada, através da renúncia fiscal.

3.1.2 Fundo Nacional de Cultura

De acordo com a parte introdutória da Lei 7.505/86, O Fundo Nacional da Cultura é a nova denominação dada ao Fundo de Promoção Cultural, e tem o objetivo de captar e destinar recursos para projetos culturais compatíveis com as finalidades do Programa Nacional de Cultura.

O Fundo Nacional da Cultura (FNC) é um fundo orçamentário constituído de recursos genuinamente públicos destinados de forma exclusiva à execução de programas, projetos ou ações culturais. O Ministério da Cultura poderá conceder os

recursos, obrigatoriamente, através de programas setoriais realizados por edital por uma de suas secretarias.

Dos vários objetivos da Lei nº7.505/86, o Fundo Nacional de Cultura tem os seguintes objetivos: estimular a distribuição regional eqüitativa dos recursos a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos; favorecer a visão interestadual, estimulando projetos que explorem propostas culturais conjuntas, de enfoque regional; apoiar projetos dotados de conteúdo cultural que enfatizem o aperfeiçoamento profissional e artístico dos recursos humanos na área da cultura, a criatividade e a diversidade cultural brasileira; contribuir para a preservação e proteção do patrimônio cultural e histórico brasileiro; favorecer projetos que atendam às necessidades da produção cultural e aos interesses da coletividade, aí considerados os níveis qualitativos e quantitativos de atendimentos às demandas culturais existentes, o caráter multiplicador dos projetos através de seus aspectos sócio-culturais e a priorização de projetos em áreas artísticas e culturais com menos possibilidade de desenvolvimento com recursos próprios.

Ainda esclarece o texto legal do Fundo Nacional de Cultura, que os recursos do FNC serão aplicados em projetos culturais após aprovados, pelo Ministério da Cultura, com parecer do órgão técnico competente, por um comitê constituído por membros do Ministério da Cultura e suas entidades vinculadas, sendo homologados pelo mesmo.

O FNC poderá apoiar pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural, públicas ou privadas, que apresentem projetos culturais para análise e aprovação.

Os proponentes que podem apresentar projetos ao Fundo Nacional de Cultura, pessoa jurídica de natureza cultural, de direito privado sem fins lucrativos, que tenha no mínimo 3 anos de atividade cultural e de direito público, e as pessoas físicas de natureza cultural, porém mediante apenas de concessão de passagens e bolsa de estudos, este último encontra-se suspenso.

O Fundo Nacional de Cultura será administrado pelo Ministério da Cultura e gerido por seu titular, para cumprimento do Programa de Trabalho Anual, de acordo com os princípios estabelecidos na Política Nacional de Cultura.

O Fundo Nacional de Cultura é constituído principalmente de recursos oriundos das loterias federais, do Tesouro Nacional, de Fundos de Desenvolvimento Regional (FINOR, FINAM e FUNRES), legados, subvenções e doações, além de

saldos ou devoluções oriundos de projetos de Mecenato, saldos de exercícios anteriores e resgate de empréstimos.

A Lei nº7.505/86 prevê o financiamento até 80% do custo total de cada projeto, mediante comprovação, por parte do proponente, ainda que pessoa jurídica de direito público, da circunstância de dispor do montante restante ou estar habilitado à obtenção do respectivo financiamento, através de outra fonte devidamente identificada, exceto quanto aos recursos com destinação especificada na origem.

Haja vista que, o FNC faz o financiamento de até 80% do valor do projeto apresentado junto ao Ministério da Cultura, o proponente precisa dispor, pelo menos, dos 20% restantes para integralizar o valor total. Ou seja, essa parte, que é de responsabilidade do proponente, é conhecida por contrapartida.

Ainda tratando da contrapartida poderá ser através de recursos monetários ou em bens e serviços necessários para realização do projeto e deverá estar especificada na planilha das despesas. Ainda assim, o proponente precisa comprovar a disponibilidade de contrapartida.

Verificar as despesas quanto ao projeto, podendo ser: os gastos de pessoal, material de consumo, contratação de serviços de terceiros, encargos e outros serviços (passagens aéreas, hospedagem, etc.) necessários à execução do projeto chamados despesas de custeio do projeto e as despesas de capital de projeto que são aquelas demandadas em obras civis de construção, aquisição de equipamentos e de material permanente necessários à execução do projeto e que farão parte do patrimônio da instituição.

Contudo, a Lei do Fundo Nacional de Cultura tem a finalidade de destinar recursos para projetos culturais que “atendam às necessidades da produção cultural e aos interesses da coletividade”, considerando a qualidade e a quantidade do atendimento às demandas culturais existentes, caráter multiplicador dos projetos e a priorização de projetos em áreas artísticas e culturais com menos possibilidade de desenvolvimento com recursos próprios.

3.2 Política de Fomentação à Lei do Audiovisual

Lei Federal nº8685/93, conhecida pela Lei do Audiovisual, é uma lei brasileira de investimento na produção e co-produção de obras cinematográficas e audiovisuais e infra-estrutura de produção e exibição. Concede incentivos fiscais às pessoas físicas e jurídicas que adquirem os chamados Certificados de Investimento Audiovisual, ou seja, títulos representativos de cotas de participação em obras cinematográficas.

De acordo com a referida lei entende-se obra audiovisual aquela resultante da fixação de imagens, com ou sem som, onde tem como finalidade principal criar, por meio de sua reprodução, a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado inicial ou posteriormente para fixá-las, bem como dos meios utilizados para sua veiculação.

A Lei do Áudio Visual previa o incentivo até o exercício fiscal de 2003, conforme o seu artigo primeiro, imaginando que o setor poderia alcançar a autossustentabilidade, sendo que este fora revogado e prorrogado até este ano de 2010, permitindo as pessoas físicas e jurídicas apoio a projetos de curta, média e longa metragem.

O Art. 1º da lei determina que "Até o exercício fiscal de 2010, inclusive, os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias referentes a investimentos feitos na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente, mediante a aquisição de cotas representativas de direitos de comercialização sobre as referidas obras, desde que estes investimentos sejam realizados no mercado de capitais, em ativos previstos em lei, e autorizados pela Comissão de Valores Mobiliários, e os projetos tenham sido previamente aprovados pela Ancine, na forma do regulamento. Lei 8685/93".

Poderão ser deduzidos do imposto de renda os investimentos realizados na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente, mediante a aquisição de quotas de seus direitos de comercialização, de projetos aprovados pelo Ministério da Cultura, sendo 3% de pessoas físicas e 1% de pessoas jurídicas.

Poderão também receber os benefícios da Lei projetos de exibição, distribuição e infraestrutura técnica, específicos da área audiovisual, sendo vedada, entretanto, a aquisição, reforma ou construção de imóveis.

Já em seu Art. 1º-A, regulamentado em 13 de março de 2007, estabelece que pessoas jurídicas podem patrocinar filmes nacionais com até 4% do Imposto de

Renda devido, sem, no entanto, a possibilidade de lançar o valor do patrocínio como despesa operacional no livro de apuração do lucro real. Contudo, o valor pode ser descontado integralmente do Imposto de Renda a pagar.

A empresa investidora torna-se sócia patrimonial do filme, podendo o produto ou marca do investidor aparecer no decorrer do filme, com prazo de duração dessa aparição previamente acordados entre o investidor e a produtora.

3.3 Marketing Cultural

No Brasil o Marketing Cultural teve seu início na década de 90, e desde então vem ganhando cada vez mais espaço e importância empresarial, pois sinaliza soluções relativamente menos onerosas, ganhando ainda o mercado como a diferenciação da marca diante do público consumidor, transparecendo na sociedade como uma empresa responsável socialmente.

Segundo Mendes o Marketing Cultural (1992) “é um mecanismo muito recente, talvez até mais que o marketing esportivo e ecológico”.

Analisa Kotler (1995, pág.653) a estratégia do marketing visando a cooptação de consumidores: “Acreditamos que o sucesso da empresa e a ação continuada dos consumidores e outros públicos está intimamente relacionada com a adoção e implementação de padrões elevados de negócio e conduta de marketing”.

No instante em que uma empresa patrocina uma atividade cultural está atuando na ação de marketing, usando como mecanismo a cultura, ela está fazendo marketing cultural. Não necessariamente o patrocínio vem em forma de dinheiro, pode ser uma troca por passagens aéreas, estadias e refeições, por exemplo.

Já de acordo com Muylaert (1994, p.62) o “Marketing Cultural é o conjunto de ações de marketing utilizadas no desenvolvimento de um projeto cultural”.

Por isso o marketing cultural é um dos instrumentos de comunicação mais interessantes para que a empresa associada ao projeto cultural tenha reforço à imagem desejada pela empresa-incentivadora.

Marketing cultural é aquela ação que utiliza a cultura como mecanismo de comunicação para difundir o nome, produto ou fixar a imagem de uma empresa.

Para a empresa alcançar o público alvo, o idealizador do projeto, além mostrar a qualidade da atividade cultural, tem que ser criativo, ou seja, tem que administrar adequadamente as verbas financiadas disponíveis de maneira a atender as finalidades da empresa incentivadora.

É essencial que a ação de marketing se adeque ao perfil da empresa, ao público alvo e ao objetivo buscado. As empresas investem em marketing cultural tendo em vista às leis de incentivo, que financeiramente é excelente negócio para o mercado, pois beneficiam a imagem institucional da empresa e dão visibilidade para a marca, além obviamente da dedução fiscal.

Muitas empresas investem em marketing cultural, porém algumas não investem pelos seguintes motivos, o principal é o falta de conhecimento das leis de incentivo e dos benefícios que uma ação de marketing cultural pode trazer para a empresa. As empresas consideram que com o volume baixo de recursos que elas movimentam não poderiam custear um projeto cultural. Portanto, há projetos culturais que se acomodam com a contabilidade de cada empresa.

Os empresários cada vez mais têm noção de que tanto a ampliação das vendas como a manutenção dos clientes depende da imagem que a empresa transmite para o público consumidor, ou seja, o marketing cultural agrega valor artístico à marca da empresa, considerando que marketing não substitui a publicidade.

Há casos por uma identificação com o consumidor, em que a iniciativa privada vem preferindo patrocinar e realizar ações culturais muito além dos benefícios oferecidos por leis de renúncia fiscal, pois o interesse das empresas é promover suas finalidades de mercado em conjunto, ligando à marca com atividade cultural, que muitas vezes tais projetos não são protocolados no Ministério da Cultura, por razões burocráticas ou de conteúdo dos projetos.

Não há uma grande diferença entre o mecenato e o marketing cultural, ambas tem objetivos particulares, a primeira tendo em vista a dedução fiscal e a segunda busca retorno propriamente na atividade cultural, já que a mesma dará visibilidade à marca da empresa incentivadora.

As empresas preferem obviamente patrocinar projetos culturais ligados às pessoas famosas, para ter o produto da empresa ligada ao artista, aumentando assim confiabilidade do projeto e da própria empresa.

É praticamente impossível indicar alguma atividade artística que não esteja recebendo incentivo de alguma empresa, que geralmente pretendem criar ações de relacionamento exclusivas para seus clientes, e também na possibilidade de atrair novos clientes para a empresa financiadora.

Assevera Mendes (1992, p.29) em relação ao marketing cultural diante à falta de políticas voltadas a cultura, analisando que:

A existência do marketing cultural no Brasil é uma consequência da pauperização das verbas tradicionalmente disponíveis para a cultura, as verbas públicas, ao longo dos últimos cinquenta anos.

As empresas não apenas oferecem ao público consumidor atividades culturais com o nome ou a marca, mas também estimula entre os funcionários descontos ou acessórios e brindes contendo o nome da apresentação cultural junto com a marca da empresa, isso caracteriza o endomarketing que tem a finalidade incentivar os funcionários, consequentemente atingir melhores resultados.

Fischer (2002) assevera que “a interferência cada vez maior das empresas, e que não é maior por ausência de disseminação de conhecimentos acerca à lei”.

4. CRÍTICA AS POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL

4.1 Visão Crítica da Lei Rouanet

Os projetos culturais captados pela Lei Rouanet estão sendo aplicados majoritariamente nas regiões sul e sudeste do país, onde centralizam em quase 85% da verba captada de 1996 a 2009, sendo que o estado do Rio de Janeiro e São Paulo, o chamado eixo Rio-São Paulo concentram aproximadamente quase 90% destes recursos, isso denota que as regiões mais desenvolvidas economicamente detêm praticamente os benefícios das leis de incentivo cultural.

Verifica-se também desde sua criação, a Lei Rouanet, demonstra que as empresas que mais incentivaram em projetos culturais através do mecenato representa em torno de 90% as empresas localizadas na região sudeste do país, para se ter uma idéia, no ano de 2000, as empresas da região nordeste investiram apenas 1% em projetos culturais, enquanto no mesmo ano, as empresas do sudeste investiram 93%.

O Fundo Nacional de Cultura, ainda que seja administrado pelo Estado, apresenta a mesma tendência da destinação de verba do mecenato aos projetos culturais, lógico que menos expressiva que os incentivos fiscais, no entanto, ainda sinaliza desde 1996 que mais de 50% dos recursos do FNC estão distribuídos na região sudeste do País, sendo que 50% restante ficam a ser distribuídos nas 23 unidades federativas, incluindo que este percentual poderá ser investido em projeto cultural no exterior.

O instrumento da lei do incentivo fiscal cultural é intrinsecamente ligado aos interesses, lucro e a vantagens das empresas incentivadoras. A cultura do País não pode ficar a mercê majoritariamente da performance das empresas.

Nas regiões sul e sudeste são que apresentam maiores índices econômicos, maior renda familiar, maior nível educacional e maior público de consumidores, isso esclarece que as verbas aplicadas pelas empresas ficam atreladas aos objetivos do marketing e na exposição da marca, sendo óbvio, não é interessante logisticamente para uma empresa de bebidas alcoólicas incentivar uma apresentação de uma peça

teatral que retrata os acidentes no trânsito, ou mesmo, uma empresa patrocinar um artista sem sólidas referências midiáticas.

Faz compreender que a diversidade cultural brasileira no sentido mais amplo encontra-se desprestigiada ou excluída quanto aos incentivos, subentendendo que a cultura de preferência é de exclusividade das regiões sul e sudeste, enquanto nas outras regiões brasileiras, levando em consideração dados e estatísticas da Lei Rouanet dos últimos anos, que indicam serem as menosprezadas regiões de cultura subsidiária.

A Lei Rouanet que deveria prestigiar o maior número possível de integrantes da classe artística e dos artistas que pretendem entrar no mercado de cultura, no entanto, os incentivos fiscais beneficiaram em 50% de todos os recursos públicos, apenas 3% dos artistas, enquanto a grande maioria dos artistas pouco dos incentivos receberam para seus projetos. Sem levar em consideração que uma parte significativa dos artistas sequer apresentaram algum projeto ora por falta de conhecimento ou de informações acerca da obtenção dos incentivos.

Denota que, as empresas que querem patrocinar algum projeto cultural preferem investir nos artistas que já tenham renome no mercado de cultura, e geralmente esses artistas conseguem com facilidade patrocínio para seus projetos, já que possuem público alvo e geralmente são ligados as grandes empresas de mídia e TV, o que ocasiona a certeza do marketing garantido da empresa investidora, dando maior visibilidade à marca, já que são as empresas que decidem como e onde o dinheiro público será investido.

Os índices demonstram que a renúncia fiscal não estimulou a diversidade, seja cultural, regional ou estético. Tampouco se baseou em critérios e análises públicas, na proporção da escolha do patrocinador muitas vezes se pauta pelo reforço de marca da empresa.

O Estado desnorтеia o objetivo inicial do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) de captar e canalizar democraticamente as verbas para o setor cultural através dos incentivos fiscais, já que a finalidade da lei além de promover as políticas culturais, também prever a iniciativa privada estimular independentemente o setor de cultura, não apenas prevalecendo a isenção fiscal, pois de fato, não existe mais qualquer captação de verba adicional por parte das empresas, ou seja, praticamente todos os projetos são custeados pelos cofres públicos.

A empresa incentivadora apenas adianta os recursos necessários para realização dos projetos culturais, recuperando o valor deste investimento no desconto do Imposto de Renda, além da possibilidade do nome da marca da empresa surgir no decorrer da realização, vinculando a marca à apresentação cultural.

Compreende Sá (2003, p,02) que:

Incentivos fiscais são estímulos criados pelos governos para impulsionar determinados setores da atividade econômica. Isto constitui um mecanismo moderno, criado para os moldes do Estado Liberal, em que o governo interage com a iniciativa privada, desenvolvendo uma verdadeira "parceria" no intuito de estimular determinado segmento, normalmente deficiente e estratégico para a estruturação do Estado. A partir desse investimento, a sociedade adquire consciência de sua importância e passa a contribuir voluntariamente. No entanto, a contribuição voluntária dificilmente surge sem um estímulo paralelo dado pelo Estado.

A Lei Rouanet verifica-se na maioria dos projetos financiados por recursos públicos, seja através do FNC ou do mecenato, a inacessibilidade das classes econômicas menos favorecidas, pois além de receberem recursos mediante incentivos as grandes produções artísticas e culturais cobram taxas de valor significativo ao público, ou seja, o contribuinte paga uma outra vez, caso queira usufruir de uma apresentação cultural financiada por verbas públicas, ocasionando assim, uma discriminação de acesso às atividades culturais.

Ainda é interessante observar que em quase duas décadas de sua criação a Lei Rouanet não estimulou uma discussão crítica acerca das políticas de cultura no País, resumindo apenas o Ministério da Cultura com a responsabilidade tão somente pelo controle, verificação, fiscalização e realização das leis de incentivo.

A Lei Rouanet foi regulamentada, em 1995, no governo de Fernando Henrique Cardoso, o Ministério da Cultura lançou uma cartilha enunciando "Cultura é bom negócio". O conteúdo explicava aos empresários que o MinC aprovava uma série de projetos de interesse público que poderiam ser de interesse das empresas. Intensificou-se então, as atividades de marketing cultural, interligando a marca empresarial aos projetos culturais.

O que estimulou que a maioria das empresas investissem em departamentos próprios de marketing para selecionar projetos que dessem visibilidade as empresas,

sendo mais adequado à sua política de comunicação, isso fez com que os projetos de interesse público, ou seja, do Estado acabasse cedendo à iniciativa privada os critérios de escolha dos projetos culturais, agindo tão somente como gestor na execução das políticas de cultura influenciadas diretamente pelo setor privado.

Demonstrando assim que o Estado fica inerte diante às diretrizes culturais, repassando as empresas incentivadoras à responsabilidade, que deveria ser do Estado, das manifestações culturais do país, possibilitando evidentemente preferências de marketing quanto aos projetos culturais, minorando a difusão e a diversidade cultural.

4.2 Minimização do Estado nas Políticas Culturais

Numa interpretação neoliberal a sociedade de consumo, as relações sociais são consideradas em valores econômicos. Avalia o indivíduo pelos bens que mesmo possui, e também sua capacidade de consumir.

Os valores sociais e políticos estão equivocadamente de acordo ao poder econômico. O clientelismo e o paternalismo são práticas comuns nas gestões municipais, estaduais e federais, às quais conduzem a ausência de espírito público, bem como a desvalorização da política do associativo na formação social.

E o Estado passa a ser apenas um mecanismo a serviço dos interesses econômicos dos grupos empresariais.

A grande problemática das leis de incentivo é que o Poder Público transfere as decisões dos recursos públicos para os interesses da iniciativa privada. Mesmo que haja previsão constitucional que o Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais, no entanto, o que observamos é o Poder Público repassando ao mercado a responsabilidade de gerir as políticas de cultura no país.

A Lei Rouanet identifica-se ao “dirigismo mercadológico”, já que o objetivo das empresas investidoras não é a promoção artística ou cultural, mas sim a visibilidade da marca ou do produto, conseqüentemente o lucro.

Anis (2009, p.06) elucida claramente que:

A intervenção pública na cultura serve para torná-la livre, explica. Livre não apenas de uma cultura oficial, em que o Estado controle e dirija a produção, a exemplo das ditaduras. Mas livre também de qualquer possibilidade de vinculação das manifestações artísticas aos interesses mercadológicos, restringindo a sua liberdade de criação para atender a anseios comerciais.

Os governos tanto a União, os estados e os municípios passaram utilizar apenas o mecanismo da renúncia fiscal em detrimento dos demais instrumentos de promoção cultural. Criou-se o mercado cultural, as verbas oriundas do mecenato passaram a serem planejadas pelos departamentos de marketing das empresas.

O conceito de cultura conforme o Estado vem adotando desde a Constituição de 1937 é um entendimento patrimonialista, onde os “bens culturais” aparecem como um dever do Poder Público e direito de todos os cidadãos, e não compreendido como uma das dinâmicas da vida econômica e financeira da sociedade.

Coelho (2004, p. 293) assevera que:

No campo da cultura, o Estado atua orientado pelas diretrizes de sua política cultural, que compreende um conjunto de iniciativas que visam promover a produção, a distribuição e o uso da cultura, a preservação e divulgação do patrimônio histórico.

Na visão de Canclini (2001, p.66) a política cultural é o resultado das intervenções realizadas pelo Estado: “O Poder Público tem a finalidade de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem ou transformação social”.

Chauí (1984, p.14) alerta para o fato do Estado como sendo legítimo para atuar nas diretrizes de cultura:

É através da política cultural que a classe dominante dissemina, conserva e difunde a sua ideologia. Junto com a Indústria Cultural, totalmente determinada “pelo jogo do mercado e da competição”, a política cultural praticada pelo Estado, é um importante instrumento de sua legitimação e de perpetuação da ideologia dominante.

Fleury (2001, p.35) nos reporta o dirigismo mercadológico instaurado no Brasil:

No Brasil, a Constituição de 1988 forjou as bases para a construção de um Estado democrático que avançava no campo da participação popular e incorporação do valor da cidadania. No entanto, na década de 90 ocorreu forte pressão por reformas que atendessem ao projeto neoliberalizante instaurado no mundo capitalista, em face à crise mundial do modelo de Estado de bem estar social, capitaneada pela globalização dos mercados e da sociedade civil.

Os países que alcançaram bons índices de desenvolvimento humano investem diretamente, através de dotações orçamentárias muito mais na cultura do que o Brasil.

Não seria bom-senso amedronta-se diante um eventual dirigismo estatal, é necessário compreender que já existe um óbvio dirigismo. A Lei Rouanet e o mecenato que existe atualmente transparecem o dirigismo do mercado

Uma política de cultura nacional não pode ser atrelada com política cultural empresarial, pois o bem-cultural estratégico não poderá ser instrumento de ascensão de interesses particulares.

O Estado não opera como intervencionista nas políticas de cultura, não existe uma ameaça propriamente à liberdade de expressões culturais, apenas o Poder Público atuará conforme orienta o texto constitucional que é promover, incentivar, apoiar a difusão cultural, garantindo a maior acessibilidade da sociedade, já que o produto do neoliberalismo é a exclusão.

Chauí (1989, p. 48) critica a ausência do Estado e a liberalidade do mercado nas atividades culturais:

Nele, o Estado opera como agenciador, isentando-se totalmente do processo em prol do mercado, repetindo a lógica da sociedade de consumo. Neste caso, obedece à racionalidade do mercado cultural, adotando os padrões do consumo e da mídia, da consagração daquilo que já está consagrado.

Ou seja, as políticas relacionadas à cultura devem ou deveriam ser compreendidas como atuação do Estado em conjunto com a sociedade que produz e a absorve, contudo como sinalizam as leis de incentivo cultural, o Poder Público repassa à iniciativa privada as decisões culturais, correndo o risco, das atividades terem que descaracterizar para obedecer aos padrões midiáticos e dos interesses empresariais.

Obviamente, se há recursos públicos é obrigação do Estado prestar contas à sociedade como está sendo utilizado o erário, no entanto não há o que questionar se a iniciativa privada queira investir em algum projeto cultural, desde que seja com recursos próprios e não públicos.

4.3 Acesso Cultural no Brasil

O acesso à cultura ainda é muito desigual no Brasil. Os dados do IBGE mostram que os 10% mais ricos são responsáveis por cerca de 40% de todo o consumo cultural. E, além da desigualdade de renda, há também a desigualdade espacial: as regiões metropolitanas concentram 41% desse consumo.

De acordo com IBGE, apenas 13% dos brasileiros freqüentam cinema alguma vez no ano. 92% dos brasileiros nunca freqüentaram museus. 93,4% dos brasileiros jamais freqüentaram alguma exposição de arte. 78% dos brasileiros nunca assistiram a um espetáculo de dança. Mais de 90% dos municípios não possuem salas de cinema, teatro, museus e espaços culturais multiuso.

Mostrou ainda a pesquisa que, o brasileiro lê em média 1,8 livros per capita/ano, avaliou também que preço médio do livro de leitura corrente é de R\$ 25,00, elevadíssimo quando se compara com a renda do brasileiros, principalmente os que recebem baixos salários. Dos cerca de 600 municípios brasileiros nunca receberam uma biblioteca, 405 ficam no Nordeste, e apenas dois no Sudeste.

O IPEA (Instituto Pesquisa Econômica Aplicada) retratou que o acesso à cultura ainda é muito desigual no Brasil. Os dados demonstram que os 10% mais ricos são responsáveis por cerca de 40% de todo o consumo cultural. E, além da desigualdade de renda, há também a desigualdade espacial: as regiões metropolitanas concentram 41% desse consumo.

Apesar da Constituição Brasileira prevê que o acesso à cultura é direito de todo cidadão, no entanto, diante de tal situação não favorece o Estado esse acesso à sociedade, impedindo o público a ter seu direito ora garantido constitucionalmente, já que maior parcela da sociedade não tem condições financeiras para acompanhar o ritmo da indústria cultural.

4.4 Projeto-lei Procultura

O Ministério da Cultura (MinC) encaminhou ao Congresso Nacional a reforma na atual Lei Rouanet, onde pretende mudar as formas de captação e distribuição dos recursos de incentivo à cultura. O Procultura analisado pelo Ministério da Cultura é mais democrático e dinâmico a lei 8313/91, e tem como principais objetivos ampliar os recursos para a cultura e diversificar os mecanismos de financiamento.

Os objetivos gerais da Nova Lei Rouanet são desenvolver as políticas culturais do País, através de recursos públicos, fazendo que tenham melhor aplicabilidade, financiando todas as dimensões da cultura em todo o território nacional, dando mais autonomia e evitando a concentração de incentivo em determinadas área, pois atualmente os recursos públicos concentram nos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro, enquanto os outros entes federativos usufruem de uma parcela muito pequena das verbas destinadas à cultura.

A nova lei transformará o Fundo Nacional de Cultura (FNC) no instrumento central de financiamento ao setor cultural, criando outras formas mais modernas de fomento e captação a projetos.

Contudo, em vigência a nova lei, as verbas chegarão diretamente aos proponentes, sem intermediários e com maior participação da sociedade, por meio da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), que irá analisar criteriosamente os projetos culturais, com a possibilidade de representantes da sociedade civil participarem do comitê. As comissões serão subdivididas conforme o setor cultural.

Será mantida renúncia fiscal, o que apenas muda, é que em vez de ter duas faixas – de 30% e 100% de dedução, passarão então a ter de acordo com a

proposta três diferentes tetos de renúncia: 40%, 60% e 80% do benefício fiscal, as empresas devem colocar ao menos 20% de recursos próprios num projeto.

Além disso, há a criação de cinco novos fundos de financiamento direto à cultura: Artes, Patrimônio, Cultura e Diversidade e Audiovisual, sendo mantido e mais valorizado o Fundo Nacional de Cultura (FNC), tornando-o principal mecanismo de financiamento, e não mais o mecenato.

Outros avanços do projeto é o estabelecimento de critérios objetivos e transparentes para a avaliação das iniciativas culturais que buscam se viabilizar, o aprofundamento da parceria entre o Estado e a sociedade civil para uma melhor destinação dos recursos públicos e o estímulo à cooperação federativa, com a possibilidade de repasses do Fundo Nacional de Cultura para os fundos estaduais e municipais.

O Projeto ainda prevê a criação, em lei específica, do "Vale-Cultura", um cartão magnético com saldo de até R\$50, podendo ser corrigido de acordo com a inflação, com intuito dos trabalhadores, aposentados e estagiários terem este benefício, sendo mecanismo de incentivo ao consumo e acesso à cultura. A Nova Lei através do "Vale-Cultura" espera atingir 12 milhões de trabalhadores-beneficiados, o que representa 6,2% da população brasileira, injetando na economia cerca de 7 bilhões ao ano.

A Constituição Federal estabelece, em seu artigo terceiro, a redução das desigualdades sociais e regionais do país entre os objetivos fundamentais do Estado brasileiro. A Nova Lei Rouanet, apenas ratifica o papel do Estado, fazendo com que a cultura seja mecanismo legítimo no processo e fortalecimento da democracia e do Estado de direito.

5. CONCLUSÃO

De acordo com análise histórica referida no primeiro capítulo deste trabalho de pesquisa, evidenciou-se que as políticas culturais do país sempre foram consideradas como não prioridade imediata do Poder Público, somente na Constituição de 1934 o termo cultura passa ter a interpretação como um bem da nação. No entanto, apesar de algumas diretrizes culturais desenvolvidas até a promulgação da Constituição de 1988, o Estado não implantou uma estratégia de políticas culturais permanentes e democráticas, considerando apenas, ainda que controlada pelo Regime Militar, a criação do Plano Nacional de Cultura, onde iniciaram as primeiras discussões acerca do fazer cultura, já que nesta época surgiram as primeiras Secretarias de cultura nos estados e nos municípios.

Somente a partir da Constituição de 1988 onde trata a cultura especificamente, prevendo a garantia e a proteção do Estado no exercício dos direitos culturais, tendo em vista possibilitar o acesso e a difusão democrática, além de buscar meios de apoio, incentivo e valorização das manifestações culturais.

Entretanto, o Poder Público adotou as leis de fomentos (Lei Rouanet) visando estimular a prática cultural no Brasil. Porém, o que atualmente denota-se, infelizmente, é o distanciamento da responsabilidade do Poder Público para atuar como gestor das diretrizes culturais, sendo assim este, legítimo constitucionalmente.

Fica também evidenciado no segundo capítulo desta pesquisa que a Lei Rouanet teve seu apogeu no período do governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso, apesar de ser instituída no governo do Presidente Fernando Collor de Melo, pois no governo de FHC surgiram os primeiros resultados significativos dos recursos advindos da iniciativa privada, através da renúncia fiscal.

Durante todo o trabalho de pesquisa demonstrou que o Poder Público vem garantindo a promoção cultural apenas por meio da Lei Rouanet, já que os recursos do Incentivo Fiscal (Mecenato) superam aos do Fundo Nacional de Cultura, ou seja, o Estado para cumprir o que é devido, norteia-se aos recursos oriundos da iniciativa privada.

No terceiro capítulo desta pesquisa revelou que os recursos advindos da Lei Rouanet concentram-se praticamente em dois estados, Rio de Janeiro e São Paulo,

aproximadamente 80% das verbas, desde o ano de 2003 ao de 2007, ferindo assim a diversidade cultural brasileira.

Ou seja, não que a Lei Rouanet seja em si viciada pelo marketing cultural, entretanto não foi capaz de minorar antigos problemas culturais, como por exemplo: a valorização de espetáculos culturais resguardados e a distribuição de bens culturais especialmente ao público elitizado, contrapondo acessibilidade democrática.

O Estado conforme foi apresentando neste trabalho de pesquisa tem a responsabilidade e o compromisso de garantir o acesso cultural, que atualmente apenas uma parcela minúscula da sociedade brasileira usufrui dos bens culturais.

Outro fato importante é considerar que, estabelecendo relações de empresa, marketing e mídia poderá os objetivos do Plano Nacional de Cultura ser prejudicado em face dos interesses do capital, restringindo o livre exercício da criatividade artística.

O Projeto-lei Procultura que tramita no Congresso Nacional viabiliza alguns aspectos importantes nas diretrizes culturais, pois orienta-se na idéia do Estado como gestor principal nas políticas de cultura, com a intenção de democratizar o acesso e descentralizar as ações de cultura, repassando também aos entes-federativos a responsabilidade na cooperação das atividades culturais.

Contudo, necessária seria uma política de cultura mais abrangente, não desconsiderando a importância em alguns aspectos da Lei Rouanet, porém inevitável é fazer algumas alterações e modificações da lei, tendo em vista suprir as distorções e as injustiças que a lei causa, onde o Estado possa assumir o seu papel como gestor-cultural conforme reza nossa Carta Magna.

REFERÊNCIAS

ANTHONY, Giddens. **Sociologia**, Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

AZEVEDO, Fernando de, "**A psicologia do povo brasileiro**", 6ª Edição, Cultura Brasileira, Brasília: Editora da UnB.1996.

BOSI, Alfredo. **Cultura Brasileira – Temas e Situações**, São Paulo, Companhia das Letras,1995.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 05 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em 11 out. 2010.

_____. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Lei Rouanet. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 dez. 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8313cons.htm>. Acesso em: 15 abr. 2010.

_____. Lei nº 8685, de 20 de julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 21 jul. 1993. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L8685.htm>>. Acesso em: 15 abr. 2010.

_____. Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986. Dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2 jul. 1986. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L8685.htm>>. Acesso em: 15 abr. 2010.

_____. Projeto de Lei nº 6.722, apresentado em 29 de janeiro de 2010. Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura, e dá outras providências. Disponível em: http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=465486>. Acesso em: 16 abr. 2010.

CASCUDO, Luiz Câmara. **Civilização e Cultura**, editora Global, São Paulo, 2001.

CANCLINI, Nestor. **Cultura e Comunicação**. Editora Saraiva. 2001.

CHAUÍ, Marilena. **Convite a Filosofia**. Ed. Ática, São Paulo, 2000.

CHAUÍ, Marilena. **Política Cultural**. Ed. Mercado Aberto, 1984.

CHAUÍ, Marilena. **Revista Teoria e Debate**. Editora Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 1989.

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural. Cultura e imaginário**. 3a. ed. São Paulo: Iluminuras, 2004.

DORIA, Carlos Alberto. **Os Federais da Cultura**. Editora Biruta, São Paulo-SP, 2003.

CESNIK, Fábio de Sá. **"Incentivo público à cultura"** In BRANT, Leonardo (org.) Políticas Culturais. Barueri, vol. 1, 2003.

DISCINI, Norma. **A comunicação nos textos**. São Paulo, 2007.

FLEURY, Sonia. **Reforma del Estado**. Rio de Janeiro, Set/Out. 2001.

FISCHER, Fernando. **Marketing Cultural: uso e prática em empresas brasileiras**. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro 2004.

FREITAS, Alexandre Borges de. **Traços brasileiros para uma análise organizacional. Cultura organizacional e cultura brasileira**, Editora Atlas, São Paulo 1997.

MELANDER FILHO, Eduardo. **A Cultura Segundo Edward B. Tylor e Franz Boas**. Gazeta de Interlagos, São Paulo, 2009.

MENDES DE ALMEIDA, **Marketing Cultural ao vivo**, livraria Francisco Alves Editora, RIO DE JANEIRO, 1992.

MICELI, Sérgio. **Estado e Cultura no Brasil**, Companhia das Letras, São Paulo: 1984.

MUYLAERT, Roberto. **Marketing cultural e comunicação** dirigida. 3.ed. São Paulo: Globo, 1994.

OLIVIERI, Cristiane Garcia, **Cultura Neoliberal - Leis de Incentivo Como Política Pública de Cultura**, Editora Escrituras, São Paulo, 2004.

PAIVA, Eduardo França. **Escravidão e Universo Cultural na Colônia**. Minas Gerais: UFMG, 2001.

ROCHA, Everardo. **O que é etnocentrismo**. Editora Brasiliense, São Paulo, 2007. Campinas, 2004.

SANTOS, José Luiz. dos. **O que é cultura**. Editora Brasiliense, São Paulo, 1994.

SILVA, Carlos Eduardo Lins. **As brechas da indústria cultural brasileira**. In: Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1986.

TRENTO, Angelo. **Do outro lado do atlântico: um século de imigração italiana no Brasil**. São Paulo: Nobel, 1989.