

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL IACS
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

LIDYANNE TAVARES RIBEIRO

Uma breve análise do funcionamento da Lei de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro

Niterói

2023

LIDYANNE TAVARES RIBEIRO

Uma breve análise do funcionamento da Lei de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro

Monografia apresentada ao Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Produção Cultural.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Augusto Fernandes Rodrigues

Niterói

2023

LIDYANNE TAVARES RIBEIRO

Uma breve análise do funcionamento da Lei de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro

Monografia apresentada ao Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Produção Cultural.

BANCA EXAMINADORA:

Orientador: Prof. Dr. Luiz Augusto Fernandes Rodrigues
(Universidade Federal Fluminense)

Prof.^a Dra. Deborah Rebello Lima
(Universidade Federal do Paraná)

Prof.^a Dra. Maria Teresa Mattos de Moraes
(Universidade Federal Fluminense)

Niterói

2023

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

R484b Ribeiro, Lidyane Tavares
Uma breve análise do funcionamento da Lei de Incentivo à
Cultura do Rio de Janeiro / Lidyane Tavares Ribeiro. - 2023.
40 f.

Orientador: Luiz Augusto F. Rodrigues.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação)-Universidade
Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social,
Niterói, 2023.

1. Política Pública Cultural. 2. Lei de Incentivo à
Cultura. 3. Direito Cultural. 4. Projeto Cultural. 5.
Produção intelectual. I. Rodrigues, Luiz Augusto F.,
orientador. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de
Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD - XXX



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE PRODUÇÃO
CULTURAL

ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO E DEFESA DE TRABALHO FINAL II

Ao vigésimo dia do mês de julho do ano de 2023 , às catorze horas, realizou-se de forma remota (online), em conformidade com resoluções do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade Federal Fluminense - CEPEX/UFF nº 637/2022 e 1.59/2022 - a sessão pública de arguição e defesa do Trabalho Final II intitulado **Uma breve análise do funcionamento da Lei de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro**, apresentado por **Lidyanne Tavares Ribeiro** , matrícula **218033052**, sob orientação do(a) **Dr. Luiz Augusto F. Rodrigues**. A banca examinadora foi constituída pelos seguintes membros:

1º Membro (Orientador(a)/Presidente): **Dr. Luiz Augusto F. Rodrigues**

2º Membro: **Dra. Maria Teresa Mattos de Moraes**

3º Membro: **Dra. Deborah Rebello Lima**

Após a apresentação do(a) candidato(a), a banca examinadora passou à arguição pública. O(a) discente foi considerado(a):

Aprovado

Reprovado

Com nota final após arguição:

9,5 (nove e meio)

E para constar do respectivo processo, a coordenação de curso elaborou a presente ata que vai assinada pelo presidente da banca:

Presidente da Banca

AGRADECIMENTOS

“Tudo é um.
Ver a unidade - perceber a organicidade de tudo - e de todos -
significa pôr amor onde há medo”

Minha trajetória acadêmica pela Universidade Federal Fluminense tornou-se uma jornada significativa através das múltiplas formas de conhecimento adquiridas e pela possibilidade da entrada no mercado de trabalho do setor cultural. Agradeço ao curso de Produção Cultural, ao Instituto de Artes e Comunicação Social - IACS, incluindo todos os estudantes, professores e gestores da UFF que lutam por uma universidade pública de qualidade.

Agradeço a toda a minha família que me deu suporte para alcançar mais uma etapa acadêmica. Agradeço nominalmente meus avós Carlos Tavares e Sonia Tavares e minha mãe Cristiane Tavares por todo o apoio no início desta jornada. Agradeço também aos meus ancestrais, por todos que conheci e por aqueles que fortalecem meu caminho de outras formas.

Agradeço especialmente ao meu companheiro, Pedro Moraes, que viveu comigo durante os últimos anos, de verão a verão. Gratidão por fazer vibrar a energia do amor que impulsiona nossos sentimentos.

Agradeço a todos que conheci durante o tempo que trabalhei no Museu de Arte Contemporânea de Niterói - MAC e no Laboratório Horto Viveiro - LAHVI UFF: Morro do Gragoatá, ambos através de oportunidades da UFF. Agradeço a chance de ter sido estagiária e efetivada como Técnica no setor da Lei de Incentivo à Cultura da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro que me despertou o olhar da Gestão Cultural.

Quero agradecer também ao meu professor orientador Luiz Augusto Rodrigues, pelo empenho dedicado ao meu trabalho de conclusão de curso. Cada ensinamento foi de suma importância para a minha formação.

RESUMO

O estudo propõe uma breve contextualização do surgimento da Lei de Incentivo à Cultura no Brasil, como potencialidade de transformação na realidade social do país na atualidade. A pesquisa analisa a cultura como um direito fundamental de todo cidadão e compreende a política pública de cultura como um conjunto de ações para o incentivo democrático da produção cultural e artística do país. Será realizado o estudo de caso do funcionamento da Lei de Incentivo à Cultura do estado do Rio de Janeiro de 2019 a 2022, momento de enfrentamento da pandemia do COVID 19. Será apresentando alguns projetos culturais patrocinados e os resultados do alcance da política pública de cultura. Paralelamente busca-se investigar como o atual modelo de renúncia fiscal colabora para o mecenato com o protagonismo de empresas patrocinadoras e também pretende analisar qual é o papel do governo no fomento do setor cultural. Será apresentado o que é projeto cultural e quais são os trâmites necessários para a concessão do benefício fiscal. Os dados foram coletados durante a atuação da autora na Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro e usados como indicadores da promoção e produção da inclusão social e da diversidade cultural.

Palavras-chaves: Política Pública Cultural, Lei de Incentivo à Cultura, Direto Cultural, Projeto Cultural e Economia da Cultura.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1: Jair Bolsonaro com lideranças do Centrão, p. 9

Ilustração 2: Cirque Du Soleil, p. 27

Ilustração 3: Festival Varilux, p. 27

Ilustração 4: Festival de Verão, p. 30

Ilustração 5: Festival de Verão, p. 30

Ilustração 6: Projeto #Estudeofunk, p. 30

Ilustração 7: Projeto #Estudeofunk, p. 30

Tabela 1 - Projetos aprovados x patrocinados na LIC (2019 a 2022), p. 29

Tabela 2 - Valor x Quantidade de projetos patrocinados (2019 a 2022), p. 29

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO, 1.

CAPÍTULO I – A POLÍTICA CULTURAL BRASILEIRA, p. 4

1.1 Breve contexto histórico e a criação da Lei Rouanet, p. 4

1.2 Cultura como um direito, p. 10

1.3 Cultura e território, p. 14

CAPÍTULO II – O CASO: LEI DE INCENTIVO À CULTURA DO RIO DE JANEIRO, p. 17

2.1 A estrutura da Lei de Incentivo à Cultura, p. 17

2.2 Do processo de inscrição aos resultados da gestão, p. 22

2.3 Projetos Culturais e seus impactos, p. 31

CONCLUSÃO, p. 37

INTRODUÇÃO

Partindo do princípio de que a cultura está viva e em constante transformação, o encontro de duas culturas provoca transformações em ambas, assim como direcionamentos políticos partidários modificam as organizações políticas setoriais. A proposta central desta pesquisa é realizar uma breve análise do funcionamento da Lei de Incentivo à Cultura do estado do Rio de Janeiro de 2019 a 2022. A Lei de Incentivo à Cultura é um mecanismo pelo qual os governos podem promover e apoiar o desenvolvimento do setor cultural ao proporcionar o apoio financeiro através da renúncia fiscal. Este mecanismo fornece benefícios como o aumento das atividades econômicas, a capacitação de indivíduos e a conservação de sítios e patrimônios culturais.

A análise começa com um breve histórico do surgimento da primeira legislação de incentivo fiscal no Brasil, pela Lei nº 7.505 de julho de 1986, conhecida como Lei Sarney, passando pela sua reformulação e criação da Lei nº 8.313 de dezembro de 1991, também chamada de Lei Rouanet. A análise terá como foco a legislação vigente no mecanismo do estado Rio de Janeiro no período de 2019 a 2022, considerando a implementação da Lei nº 7.035 de julho de 2015 e a Lei nº 8.266 de janeiro de 2016, que autoriza a restituição do incentivo fiscal que trata a Lei Estadual nº 1.954 de janeiro de 1992, sobre a concessão de incentivos fiscais para a realização de projetos culturais e dá outras providências.

Em um continente estruturalmente marcado por desigualdade e violência é importante defender que a boa gerência da administração pública é fundamental na produção de uma nova realidade que combata toda forma de exclusão social, que gere verdadeiros espaços de participação cidadã, mediando as tensões do passado e os problemas do presente. Temos como objetivo no primeiro capítulo defender que cultura é um direito básico declarado para todos os cidadãos, como o direito à liberdade de opinião e expressão, direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal. Diante disso, o estudo propõe o olhar para a compreensão de que as formas de fomento estatais devem ser um caminho para a democratização do acesso na medida em que instituem diretrizes para a utilização de verbas públicas.

Para o filósofo italiano Antonio Gramsci, a sociedade política é representada pelos aparelhos repressivos e aparelhos ideológicos do estado moderno. A sociedade política precisa

do apoio da sociedade civil para se legitimar no poder e para isso utiliza dos aparelhos privados como: igreja, família, partidos, associações e mídias, para criar a hegemonia cultural fazendo com que a classe dominante se torne a classe dirigente. No caso do ICMS do Rio de Janeiro, as empresas interessadas em patrocinar os projetos culturais possuem o poder de deliberação político-cultural, o que seria uma ação do estado pela lei, mas a decisão passa a caber aos departamentos de marketing e na medida em que escolhem o projeto que irão patrocinar, utilizam do mecenato e garantem 100% do abatimento no imposto do investido no projeto cultural.

A partir desta análise será possível compreender como ocorre o funcionamento da concessão do benefício fiscal e como o atual modelo colabora para que as empresas que investem na produção cultural se tornem muitas vezes protagonistas no projeto. Tem-se como objetivo investigar os problemas atuais do mecanismo de fomento à cultura, considerando a relação entre parceria privada e a produção cultural do Brasil.

Os projetos culturais devem estar pertinentes ao desenvolvimento artístico, educacional e cultural de uma sociedade em consonância com a Constituição de 1988 em seu Art. 215 "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". O estudo de caso tem também como objetivo apresentar o que é um projeto cultural e como o projeto é enquadrado na legislação. Serão descritas partes operantes do funcionamento administrativo da secretaria e apresentados os resultados da gestão do estado de 2019 a 2022. Também serão apresentadas as empresas que mais patrocinam os projetos aprovados pela Comissão de Avaliação dos Projetos (CAP).

O período escolhido para análise envolve a pandemia provocada pela transmissão do vírus SARS-CoV-2, declarada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em março de 2020. Todos os setores da sociedade foram impactados com o isolamento social e o setor cultural precisou se reinventar de todas as formas. Este período tem também como marca a ascensão da direita conservadora no país consolidada com a eleição presidencial de 2018, gerando retrocessos na produção cultural do país, como a extinção do Ministério da Cultura.

Por último serão apresentados dois projetos patrocinados pela LIC, a fim de responder os questionamentos levantados anteriormente. Portanto, o presente trabalho procura entender como o papel do gestor cultural pode contribuir para o funcionamento das políticas públicas de cultura. O termo gestão cultural é recente no universo acadêmico brasileiro e seu significado parte do entendimento de cultura como um conjunto de fatores éticos, estéticos e econômicos de uma sociedade.

CAPÍTULO I – A POLÍTICA CULTURAL BRASILEIRA

1.1 BREVE CONTEXTO HISTÓRICO E A CRIAÇÃO DA LEI ROUANET

As discussões sobre políticas culturais no Brasil se iniciaram em 1930 e não se tem registros de políticas públicas para a cultura de forma estruturada e abrangente no período anterior. É importante falar sobre a história do país, marcado pelo extermínio e pela exploração de povoamento desde a invasão em 1500, pela colonização portuguesa e o apagamento dos povos originários. Em decorrência do passado autoritário e elitista nos períodos do Brasil Colônia (1500 - 1822), no Segundo Império (1840 – 1889) e também na República Velha (1889 – 1930), foi tardio o desenvolvimento de ações governamentais para a cultura. (RUBIM, 2007, p.13-15)

Pouco antes de se começar a pensar nas políticas culturais no Brasil, a década de 1920 foi marcada pelo Movimento Modernista que buscava romper com o tradicionalismo, com a herança colonial, rural e escravista em busca da independência e da valorização da identidade cultural brasileira. O movimento também foi marcado pelo contato dos brasileiros com as vanguardas europeias, principalmente as elites do estado do Rio de Janeiro e de São Paulo. As vanguardas europeias determinaram, de certa forma, as tendências artísticas e criaram novas experimentações, servindo de inspiração para os artistas da elite e os intelectuais brasileiros. Podemos citar como exemplo os movimentos culturais: Futurismo, Surrealismo, Cubismo e Expressionismo.

A Semana de Arte Moderna ocorreu entre os dias 13 e 17 de fevereiro de 1922, na cidade de São Paulo e foi o marco inicial do movimento modernista no Brasil. O evento contou com a participação de nomes como Oswald de Andrade, Ronald de Carvalho, Anita Malfatti, Menotti del Picchia, Victor Brecheret, Di Cavalcanti e Villa-Lobos. No entanto, se trata de um evento idealizado e representativo de uma elite que ganhou status de marco cultural de um pensamento moderno e progressista. É importante pontuar que essa elite, certamente, não representa a população brasileira em sua abrangência, complexidade e desigualdade.

Mário de Andrade foi um dos organizadores da Semana de Arte Moderna, além de artista, escritor, poeta, professor, entre outras qualificações. Mario possui grandes projetos literários, entre eles está o grande romance Macunaíma, que traz um contraponto ao

racionalismo e a homogeneização da sociedade brasileira. No ano de 1936, ele foi convidado pelo presidente Getúlio Vargas que governou o país de 1930 a 1945 e de 1951 a 1954, para criar um projeto de preservação do patrimônio cultural em nível nacional, ficando conhecido por ser o primeiro a formular uma política cultural não apenas voltado para as elites. (RUBIM, 2007, p.151)

“Mário de Andrade foi quem desenhou nosso Iphan nos anos 30, que deu às suas ideias míticas uma forma institucional. Foi ele quem estabeleceu as balizas antropológicas e estéticas para a preservação da diversidade cultural brasileira. Pensou um modo de conservar a memória que a tornava viva, tirando o patrimônio das gavetas botando ela nas ruas, no atrito vivo da multidão, fazendo objetos sagrados experimentarem a incerteza do cotidiano. Autor de teorias e peças literárias que mostraram à nossa imaginação como poderíamos nos tornar aquilo que já éramos. E éramos, sem saber, uma cultura verdadeiramente brasileira. Mas tínhamos receio e preconceito de ser, medo da nossa afirmação, de nossa identidade de muitas identidades. Foi Mário, com suas fantasias, que nos libertou de nosso complexo de inferioridade simbólica. Grande abridor de trilhas.” (GIL, 2006)

Temos como traço do período a passagem de uma cultura predominantemente oral para uma cultura marcada pelos modernismos da Indústria Cultural, embora o momento fosse de 76% da população brasileira analfabeta. O pensamento cultural é guiado pelo progresso e a brasilidade que acabam por reforçar o ideal do nacionalismo. A Semana provocou uma quebra de paradigmas da sociedade e impactou muitas pessoas através da exploração de novas formas de arte (SCHWARCS, 2012, p.52). A Indústria Cultural segue até a atualidade com a lógica do capitalismo, na busca pela padronização dos produtos, para que possam ser consumidos pela maioria das pessoas.

“Se pensarmos nas camadas intermediárias (que aumentaram de volume e participação social depois de 1930) a melhora foi sensível graças à difusão do ensino médio e técnico que aumentou as suas possibilidades de afirmação e realização, de acordo com as novas necessidades do desenvolvimento econômico. Se, finalmente, pensarmos nas chamadas elites, verificaremos o grande incremento de oportunidades para ampliar e aprofundar a experiência cultural. [...] Além disso, depois de 1930 se esboçou uma mentalidade mais democrática a respeito da cultura, que começou a ser vista, pelo menos em tese, como direito de todos, contrastando com a visão de tipo aristocrático que sempre havia predominado no Brasil, [...]. Para esta visão tradicional, as formas elevadas de cultura erudita eram destinadas, apenas às elites, como equivoque (que se transformava em direito) para “a missão” que lhes competia, em lugar do povo e em seu nome. (CANDIDO, 2006, p.234–235)

O período pós 1945 foi marcado por disputas nas quais os grupos organizados e movimentos sociais passaram a defender diferentes projetos de sociedade: retomar a tradição

liberal com os princípios de não intervenção do Estado, ou dar continuidade às políticas públicas estatais intervencionistas. As crises republicanas fizeram parte da construção de uma sociedade em processo de organização e mobilização crescente, sobretudo pelo interesse de grupos políticos e sociais interessados em manter a democracia. (FERREIRA, 2003, p.304-306)

No Brasil, o golpe militar iniciado em 1964 durou 21 anos, e evitava a todo curso o avanço das organizações populares. Um exemplo de censura foram as interferências dos militares nos meios de comunicação e o controle do conteúdo circulado no país. O regime ditatorial estabeleceu a censura à imprensa, restrição aos direitos políticos, perseguições, torturas e o exílio. O fortalecimento e a ascensão de uma sociedade civil organizada fizeram surgir o movimento em oposição à ditadura pela “Campanha das Diretas Já”, em 1985. O período ficou conhecido como Nova República e José Sarney assumiu a presidência neste mesmo ano.

Em dois de julho de 1986, é criada a Lei nº 7.505 também conhecida como Lei Sarney - primeira lei brasileira de incentivos fiscais. No ano anterior, o presidente havia criado o Ministério da Cultura - MinC, desmembrando-o do Ministério da Educação. A lei recebeu esse nome em homenagem ao próprio criador, José Sarney. A criação da Lei Sarney foi um movimento paradoxal, rompendo com os moldes vigentes do financiamento da cultura no país, que anteriormente sempre esteve vinculada ao Estado. Com essa lei, se tornou possível a realização de ações culturais financiadas por meio de renúncia fiscal.

A política de incentivo estava fundada na ideia da renúncia fiscal para o investimento em projetos culturais, no qual o governo conseguiria criar uma relação entre as empresas privadas e a sociedade. Cabe ressaltar que essa não deve ser a única forma de movimentação do estado a fim de difundir a cultura e promover a economia do país. A grande crítica sobre essa lei era o fato do pouco acesso da população na utilização do mecanismo. Essa legislação foi reformulada em 1991, no governo de Fernando Collor, para a Lei nº 8.313 de dezembro de 1991. A lei popularmente conhecida como Lei Rouanet é sancionada com o objetivo de fomentar a atividade cultural no Brasil. A lei instituiu o Programa Nacional de Incentivo à Cultura (Pronac) para captar e canalizar os recursos para o setor.

O governo passou a dividir sua responsabilidade no investimento do campo cultural com empresas e pessoas físicas que estivessem interessadas em financiar a cultura, o que dá margem para que interesses privados se confundam com o investimento público. A construção da legislação de incentivo colabora para que os patrocinadores assumam uma grande responsabilidade de escolher o projeto que será realizado com o recurso público e disso surge a grande saga da captação de recursos para os produtores independentes idealizadores dos projetos.

“Em síntese isso significa que o capital investido pela empresa, que gera um retorno de marketing, é todo constituído por dinheiro público, aquele que seria pago como impostos. O resultado final é a aplicação de recursos que eram públicos a partir de uma lógica do investidor do setor privado. Esta passou a ser a política cultural do ministério.” (RUBIM, 2007, p.95)

O mecanismo é um dos pilares da tríade do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que também conta com o Fundo Nacional de Cultura (FNC) e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART), ainda não regulamentado. A Lei Rouanet é um mecanismo de renúncia fiscal para a realização de projetos culturais. O FNC é um fundo de natureza contábil utilizado por todas as esferas governamentais, por tempo indeterminado. Como exemplo, o fomento direto pela Lei Aldir Blanc e a Lei Paulo Gustavo, recém-criadas durante a pandemia de COVID-19 (2020 e 2022).

Os estados e os municípios no país podem instituir a Lei de Incentivo à Cultural em sua gestão administrativa, que se estruturam a partir de renúncias fiscais e incentivos de diversas naturezas. De acordo com o Programa Nacional de Incentivo à Cultura (Pronac), a lei possui os seguintes objetivos:

1. Contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais.
2. Promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais.
3. Apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores.
4. Proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional.
5. Preservar os bens materiais e imateriais do Patrimônio Cultural Brasileiro.”

Em uma perspectiva neoliberal, com a criação da Lei Rouanet, o Estado repassa grande parte do poder da decisão da produção cultural brasileira para o terceiro setor e transforma profundamente o papel do governo com a cultura no país.

“As áreas que fornecem aos seus patrocinadores pouco retorno de marketing são preteridas, criando também um processo de investimento desigual entre as diversas áreas artístico-culturais, mesmo nos grandes centros urbanos. Essa foi a juntura herdada pelo Ministro Gilberto Gil, no governo do Presidente Lula.” (RUBIM, 2007, p. 95-96)

Mas foi durante os primeiros quatro anos de gestão do Ministro Gilberto Gil, de 2003 a 2008, a real construção de um Ministério da Cultura, com o planejamento da criação de secretarias, buscando uma racionalização do trabalho dentro do sistema de governo. O órgão desde sua criação em 1985, passou por uma série de crises e processos de descontinuidades. A base de um novo modelo de gestão está no reconhecimento da diversidade cultural dos distintos agentes sociais e na criação de canais de participação democrática. (RUBIM, 2007, p.98 -101)

O cenário político do período escolhido para análise de 2019 a 2022, tem como presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro. Conforme matéria do jornal BBC News, em que define o estilo do novo governo como conflituoso e o protagonismo militar como marco da gestão, o período é marcado por uma controvérsia na política externa brasileira, substituindo o tradicional multilateralismo, por um maior alinhamento com os Estados Unidos, então governado por Donald Trump e outros países comandados por líderes conservadores de direita, como Israel e Hungria. (SCHREIBER, 2023)

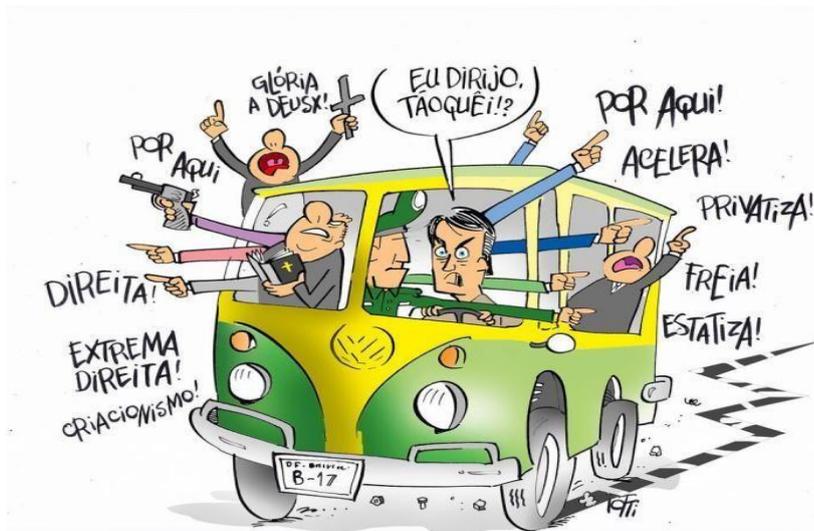
O governo ficou marcado por inúmeras polêmicas, como por exemplo: o movimento constante dos ministérios e a troca de duas pastas antes dos cem dias iniciais do mandato, algo inédito até então. Bolsonaro transferiu a Secretaria de Cultura para o Ministério do Turismo e também foram transferidos o Conselho Nacional de Política Cultural, a Comissão do Fundo Nacional de Cultura e outras seis secretarias não especificadas na matéria do BBC News.

O período também foi marcado pela pandemia de COVID-19 que só no Brasil dizimou mais de 700 mil pessoas, de acordo com o Ministério da Saúde, desde 2020. Todos os setores da sociedade foram afetados, pela necessidade de quarentena, a economia foi fortemente abalada. Podemos dizer que o setor cultural foi um dos mais afetados, já que todos os tipos de espetáculos, shows, teatro, cinema e qualquer atividade que fosse em locais fechados e que causasse aglomerações foram suspensas.

A charge abaixo do Iotti (Zero Hora), expressa bem como foi o governo de Bolsonaro, marcado por extremismos, privatizações e composto por diferentes alas e bancadas com

interesses diversos, que definiam os rumos da então gestão. De um lado a bancada evangélica que foi peça fundamental, desde a eleição até se tornar a principal sustentação do governo, de outro a crescente evocação do nacionalismo brasileiro, como exemplo temos uma frase que se tornou slogan do governo: “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”.

Ilustração 1 – Jair Bolsonaro com lideranças do Centrão



(Fonte: IOTTI)

No que diz respeito a Lei Rouanet durante este governo, de acordo com o jornal CNN, o Ministério da Cultura (MinC) anunciou na primeira semana de 2023, com a volta democrática do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a liberação de recursos bloqueados pela gestão anterior. A pasta afirma que identificou mais de 1.900 projetos artísticos cujos recursos já haviam sido captados, mas estavam bloqueados desde o início de 2022. O montante liberado para essas propostas foi de quase R\$ 1 bilhão.

1.2 CULTURA COMO UM DIREITO

Afinal, como definir a cultura do Brasil? Responder essa pergunta pode ser algo bem difícil pelas infinitas formas de representações e significados. A cultura pode ser definida como um conjunto de crenças, valores, símbolos e de todas as demais manifestações humanas. Pode ser definida como o modo de vida de um grupo de pessoas, incluindo suas ideias, comportamentos e práticas transmitidas de geração em geração. A cultura é moldada geograficamente, possuindo história, religião, idioma e outros aspectos que influenciam a identidade de um grupo ou comunidade e passam de geração em geração.

Para o pesquisador peruano Víctor Vich, a cultura deve ser entendida como um dispositivo socializador e distante da compreensão restrita a uma instância encarregada de simbolizar o existente. A cultura produz e reproduz relações sociais e nesse sentido as políticas públicas culturais devem estar voltadas para a produção popular, posicionando a cultura como um agente revelador e abrindo espaço para que as identidades excluídas acessem o poder de representar-se e participar como verdadeiros atores na esfera pública. (VICH, 2022 p.114-120)

“Somos irremediavelmente mestiços. A lógica da homogeneização nos oprime. Por isso gingamos o corpo, damos um passe e seguimos adiante como num drible de futebol ou numa roda de capoeira que, sem deixar de ser luta, tem alma de dança e de alegria. Como formular um projeto de Políticas Públicas de Cultura que contemple esse mosaico imperfeito? Como abrir janelas e portas e dizer: Brasil, mostra a tua cara! como na canção de Cazuza?” (PARTIDO DOS TRABALHADORES, 2002, p.9)

Pode-se apontar que a cidade é espaço de construção de símbolos, prazeres, instintos e também de relações de poder. A cultura desempenha um papel crucial na formação de todos os aspectos da sociedade. Diferentes fatores, tais como tecnologia, globalização, migração e mudanças climáticas podem impactar na cultura de um local. A partir desse entendimento é preciso pensar na construção das políticas públicas de cultura como um conjunto de ações, medidas e programas implementados pelo governo para fomentar, promover e proteger a cultura em uma sociedade.

A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 215, assevera: “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.” Sendo um direito assegurado pela Constituição de 1988, é também um dever do Estado criar políticas públicas que a tornem

acessível, divulgando-a, fomentando-a e também formulando meios de produzi-la. (SIMIS, 2007, p.134-152)

“A diversidade cultural coloca em pauta a questão da democratização cultural. Um processo contínuo de democratização cultural deve estar baseado em uma visão de cultura como força social de interesse coletivo, que não pode ficar dependente das disposições do mercado. Numa democracia participativa a cultura deve ser encarada como expressão de cidadania, um dos objetivos de governo deve ser, então, o da promoção das formas culturais de todos os grupos sociais, segundo as necessidades e desejos de cada um, procurando incentivar a participação popular no processo de criação cultural, promovendo modos de autogestão das iniciativas culturais.” (RUBIM, 2007, p.102)

De acordo com Lia Calabre, doutora em história e ex-presidente da Casa Rui Barbosa, existem duas questões centrais que compõem a pauta das políticas de cultura: a da diversidade cultural e a da economia da cultura. Para a elaboração de políticas é preciso conhecimento sobre o tema. O planejamento estratégico demanda a existência de um mínimo de dados. O Estado não deve ser um produtor de cultura, mas pode e deve ter a função de democratizar as áreas de produção, distribuição e consumo. Cultura é um fator de desenvolvimento. (CALABRE, 2007, p.103-106)

Pensando cultura como um direito, mas também como um produto, é possível chegarmos ao conceito de gestão cultural: possibilitar a conexão entre a identidade de uma sociedade e a produção, no sentido representativo e econômico, a partir de seus ativos culturais. Para isso, são necessárias as criações de políticas públicas que fomentem e estimulem a potencialização de uma indústria cultural. Tratar a cultura como um fator de desenvolvimento, como falado acima por Rubim, abre espaço para que as diversas identidades de uma sociedade participem como verdadeiros agentes no cenário cultural.

O documento “A Imaginação a Serviço do Brasil”, redigido em 2002, como programa de governo na campanha de Lula para presidente, cria o estruturado Programa de Políticas Públicas de Cultura, que se preocupa em atingir as diferentes expressões culturais de cada região do país. Pensar políticas públicas de cultura é disponibilizar, a serviço da população, uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento do país, especialmente quando a serviço da solução de problemas e criação de novas oportunidades. É possível dizer que se o desenvolvimento econômico expressa o bem-estar material de uma nação é o desenvolvimento cultural que define a sua qualidade.

A agenda buscou contemplar um conjunto de temas que propiciaram orientar a formulação de um projeto de políticas públicas de cultura para o Brasil, entendendo a cultura a partir dos valores simbólicos, materiais e imateriais. Dentre os temas citados podemos destacar:

“Gestão Democrática: Concepção e estrutura do Ministério da Cultura/MinC; descentralização político-administrativa; regionalização das Políticas Públicas de Cultura; mecanismos de participação popular; conselhos; implantação de um Sistema Nacional de Política Cultural; ampliação do orçamento do MinC compatível com as suas tarefas constitucionais.

Economia da Cultura: Cultura como fator de desenvolvimento humano; geração de emprego e renda; fator de inclusão social; financiamento das Políticas Públicas de Cultura: fundos públicos; leis de incentivo fiscal; proposta de ampliação das linhas de crédito das agências financeiras públicas à produção e difusão cultural.

Transversalidades das Políticas Públicas de Cultura: Planejamento das Políticas Públicas de Cultura entendidas como direito básico do cidadão e sua relação com as políticas sociais numa sociedade fraturada: educação, ciência e tecnologia, comunicação, esporte, políticas ambientais e turismo.” (PARTIDO DOS TRABALHADORES, p.9)

Esse é um modelo de gestão cultural a que defendo, uma gestão democrática, descentralizada do eixo de maior poder aquisitivo, que alcance todas as esferas sociais; economicamente incentivada, que gere empregos, desenvolvimento social e diminuição da desigualdade e que garanta ao cidadão a execução e o acesso, na prática, ao seu direito de expressar livremente suas culturas.

O objeto teórico e político realizado pelo PT, é um importante preâmbulo de uma política cultural que tem como norteadores os seguintes aspectos: gestão, pensamento crítico, planejamento, remanejamento financeiro, implementação pragmática; cultura como produto econômico e, portanto, um segmento que demanda investimento. Para que isso seja alcançado é necessária a participação do maior número de diferentes segmentos da população. As instâncias políticas precisam ser preenchidas e contempladas por novas parcelas da sociedade, é necessário que se faça uma transformação, em harmonia, no poder legislativo, executivo e judiciário.

Desta forma, Política Pública de Cultura se entende e se aplica como Política: as três instâncias, junto à população; Público: a população em sua maior abrangência participando da esfera pública e por fim, Cultura: cultura como uma identidade, uma manifestação e um direito assegurado a todo cidadão por meio da constituição.

“Artigo 22: Todo ser humano, como membro da sociedade, tem direito à segurança social, à realização pelo esforço nacional, pela cooperação internacional e de acordo com a organização e recursos de cada Estado, dos direitos econômicos, sociais e culturais indispensáveis à sua dignidade e ao livre desenvolvimento da sua personalidade.” (DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS, 1948)

Portanto, garantir o acesso à cultura e preservar a diversidade cultural é fundamental para a construção de uma sociedade mais justa, democrática e inclusiva. Para que este direito seja garantido, foram criadas as Leis de Incentivo à Cultura, como já abordamos, por exemplo, a criação da Lei Rouanet no item anterior. As Leis de Incentivo são a manutenção do direito à cultura assegurado ao cidadão, mas é importante pontuar que não devem ser a única forma, nem única fonte de fomento. É importante que todas as esferas da sociedade participem ativamente da indústria cultural, pois todas elas não só a consomem, como também são diretamente afetadas por ela.

Partindo desse princípio de que a cultura se transformou em uma indústria, seu fomento precisa aliar os dois interesses, o da economia e o da sociedade civil. Se pensarmos em Leis de Incentivo apenas como um mecanismo de financiamento, pouco será visto dos impactos sociais derivados da construção de políticas públicas. No entanto, o principal objetivo de uma política cultural deve ser a construção de uma realidade menos desigual de maneira a reorganizar cotidianos a criar possibilidades. A economia passou a se interessar pela cultura quando passou a ser vista como consumo corrente, através da Indústria Cultural. (VICH, p. 123-124)

As Leis de Incentivo não podem ser pensadas de forma isolada como um mecanismo de financiamento por meio de dedução fiscal. Até porque, pensar isoladamente a lógica da dedução fiscal, nos dá margem para pensar a hipótese da congruência entre os interesses públicos e privados, o que pode ser levantado como a principal questão na ação da gestão pública cultural. É preciso que haja interesse das esferas privadas na indústria cultural, no entanto o objetivo final do financiamento, seja ele por meio da instância pública ou privada, de fomento direto ou da dedução fiscal, do patrocínio ou do mecenato, deve ser a valorização dos ativos culturais da sociedade e a manutenção da sua história.

1.3 CULTURA E TERRITÓRIO

Todo território se refere a uma área física delimitada por fronteiras políticas, geográficas e culturais. Diante disso, uma gestão de políticas eficaz é um importante aspecto que define a relação entre a população e o território. Por exemplo, um território com política de segurança eficaz e humana, propicia uma relação da população com o espaço de forma muito diferente de um território que vive uma constante guerra civil entre a polícia, o tráfico de drogas e os cidadãos. Ou um território abandonado pelo estado, em que sua população vive sem acesso a direitos básicos como saneamento, urbanização e saúde. Pensar em acesso à educação e cultura em territórios vulneráveis como esses é ainda mais desafiador.

A lógica do acesso à cultura, como acesso a determinados locais em que se produz cultura, como por exemplo, teatros, museus, bibliotecas e cinemas, nos dá a dimensão de que o território está diretamente ligado à noção de status social. Indissociavelmente status é também uma manifestação de cultura. Podemos então afirmar que o território e o olhar que se tem sobre ele determina a identidade de um determinado grupo social? E não somente sua identidade, como também seu valor?

O conceito de distinção social teorizado pelo filósofo francês Pierre Bourdieu demarca que as posições sociais estão diretamente associadas com o gosto, através de hábitos e disposições adquiridas por sistemas de representações. O autor decifra sociedades através dos processos de aprendizagem que fazem com que se adquiram hábitos, criando formas de existir em um mundo demarcado. Esse processo está diretamente ligado ao poder de impor novas representações e realidades, sendo feito por aquele que possui dispositivos que trilham os sistemas de aprendizagem (BOURDIEU, 2007, p. 54-102)

Bourdieu defende que o processo de distinção social está diretamente ligado ao poder de impor representações, realidades e aprendizagem, ou seja, as esferas sociais que detém poder aquisitivo, detém também o poder de ditar hábitos, de acordo com seus gostos e costumes, impondo sua cultura e demarcando territórios. A desigualdade na sociedade brasileira perdura há séculos, desde a invasão de seu território até a imposição de uma nova cultura, através de um longo processo de colonização. Nosso território é demarcado por distinções e acepções das mais diversas, que se escancaram nos dias atuais em uma enorme desigualdade social.

Adentrando mais especificamente o território do Rio de Janeiro, que será o objeto de estudo da aplicação da Lei de Incentivo à Cultura por meio da dedução do ICMS, podemos observar um território marcado e demarcado pela lógica da desigualdade social. Considerando o período entre 2021 e 2022, dados do IBGE apontam que este foi diagnosticado como o terceiro estado mais desigual do Brasil, caindo três posições neste período. É o que mostra o índice Gini, usado pelo IBGE para avaliar a desigualdade no Brasil: a renda média do trabalhador fluminense também é pior do que a média nacional.

“Então, a gente tem um Rio de Janeiro, não só cidade, mas estado, muito segregado. Segregação social, racial. Quem tem acesso às oportunidades que são geradas aqui e sendo essas oportunidades muito aquém da potência que tem esse estado”, diz o economista e coordenador da Casa Fluminense, Vitor Mhessen. (BISPO, 2023)

Em um território como o Rio de Janeiro, que é tomado pela desigualdade social, como pudemos ver acima, é fundamental que as políticas públicas de cultura se atenham em atuar ao máximo nos locais mais afetados, como favelas, periferias e zonas rurais, por exemplo. É importante que a gestão cultural do estado se responsabilize por propiciar aos seus mais diferentes tipos de territórios a democratização do acesso, não somente aos centros culturais, como também o acesso ao fazer cultura. É necessário que se tenha investimento em projetos que proponham formação de novos agentes culturais e que estes possam pleitear nos editais o fomento direto para a manutenção da produção de cultura em seus territórios.

Outro ponto importante para análise é a existência de uma indústria cultural hegemônica, em contraponto a uma produção de cultura independente. De um lado composto pela elite social, com acesso a investimentos, centros culturais e capacidade de influência, nos territórios mais ricos e centrais, e de outro, composto por agentes culturais sem acesso a fomento, formação e poder de decisão, em sua maioria nas regiões mais afastadas da metrópole, favelas e periferias. No período de 2019 a 2022, de acordo com a Planilha de Concessão do Benefício Fiscal, disponível no site da SECEC - RJ, a maioria dos projetos contemplados na LIC foram executados na região metropolitana do estado pelos agentes e fazedores de cultura pertencentes à indústria hegemônica e que já ocupam este lugar há anos, numa manutenção deste contraponto.

Descentralizar o poder de acesso destes grupos hegemônicos em detrimento dos grupos independentes é urgente e demanda uma gestão de cultura ocupada por diferentes

parcelas da população, com diversidade cultural, racial, de classe social e gênero. No próximo capítulo, será analisada mais detalhadamente a gestão de cultura do estado do Rio de Janeiro, por meio da Lei de Incentivo à Cultura.

CAPÍTULO II - O CASO: LEI DE INCENTIVO À CULTURA DO RIO DE JANEIRO

2.1 A ESTRUTURA DA LEI DE INCENTIVO À CULTURA

No Rio de Janeiro, em 2018, ocorreu a eleição para governador do estado e foi eleito o ex-juiz federal Wilson Witzel e seu vice, Cláudio Castro, ambos do Partido Social Cristão (PSC), no segundo turno com 59,87% dos votos. Em 2019, após assumir o governo, Witzel liberou a lista dos Secretários e a pasta da Cultura e Economia Criativa passou a ser comandada por Ruan Lira (PSC- Partido Social Cristão), até dezembro do mesmo ano, quando passou a nomeação para Danielle Barros (PS - Partido Solidariedade) para assumir a gestão da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa - SECEC., local da Lei de Incentivo à Cultura em análise, nos três anos restantes do mandato.

Uma das estratégias utilizadas pela administração pública é por meio de programas de fomento como a Lei de Incentivo à Cultura- LIC. A LIC é um mecanismo de renúncia fiscal que se diferencia da Lei Rouanet, anteriormente citada, pela abrangência e por ser usufruída por patrocinadores que pagam o ICMS no RJ. Os programas de fomento impulsionam iniciativas culturais a partir do patrocínio, por fomento direto ou indireto. No fomento direto, o dinheiro é oriundo de verbas públicas; a secretaria utiliza a verba do Fundo Estadual de Cultura - FEC para lançar os editais, por exemplo. No caso da LIC, o fomento é indireto, ou seja, o dinheiro é captado obrigatoriamente pela renúncia fiscal de um contribuinte do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços - ICMS.

Conforme a lista disponível no site oficial da SECEC, são exemplos de patrocinadoras as seguintes empresas do RJ: Oi Móvel S.A, Ampla Energia e Serviços S.A, VIBRA Energia S.A, Claro S.A, Light Serviços de Eletricidade S.A, Ri Happy Brinquedos S.A, Souza Cruz Ltda. e Parco Comércio e Serviços LTDA. No final das contas, ambos os mecanismos de fomento são estratégias que utilizam a verba pública. O que as modifica são as legislações e os dirigentes do patrocínio. No caso em análise, os dirigentes são as empresas incentivadoras que possuem o poder de escolha pelo projeto que querem patrocinar.

As empresas geralmente possuem o setor de Marketing para criar uma identidade da marca e promover as ações de conexão com o cliente. Dessa forma, elas buscam incentivar os projetos que tenham mais coerência e conexão com a identidade e os valores estabelecidos para a marca. Um exemplo de projeto são os da Oi Futuro, que é um instituto de inovação e criatividade criado pela empresa Oi com impacto social, atuando como um laboratório para cocriação de projetos transformadores nas áreas de educação e cultura. O instituto inscreve projetos na legislação e esses projetos são patrocinados pela própria Oi S.A, como estratégia de realização.

Diante do exemplo citado acima, podemos ver na prática todos os conceitos e aspectos apresentados no capítulo anterior, o que explicita o questionamento levantado, sobre quais os verdadeiros beneficiados pelas políticas públicas na gestão de cultura brasileira, com especificidade no Rio de Janeiro? É evidente a conexão entre a esfera pública e privada, que por vezes se confundem, e principalmente, entre os interesses de empresas privadas na manutenção de suas marcas em detrimento de um verdadeiro fomento à produção de cultura, por parte da população que precisa de investimento para conseguir realizar suas manifestações culturais.

Cabe destacar que os projetos para receberem o patrocínio precisam estar inscritos na lei, através de um sistema criado em 2020 chamado Sistema Desenvolve Cultura. Conforme matéria no site da SECEC: “Com o objetivo de tornar o acesso à Lei Estadual de Incentivo à Cultura mais democrático em todo o estado”, alterações foram feitas na legislação como por exemplo: a não mais existência de editais, o processo de inscrição fica aberto de março a novembro, de acordo com a Resolução nº 89 de 10 de agosto de 2020, publicada no Diário Oficial.

É possível afirmar que o sistema online de inscrição torna o processo mais democrático? De certa forma, é possível dizer que existe uma facilidade na inscrição, considerando que antes era necessário a ida à secretaria para a entrega da documentação. Mesmo com esse dinamismo na entrega documental, para fazer a inscrição no sistema é necessário já ter um conhecimento prévio do uso da internet, o que pode não ser uma realidade para todas as pessoas do estado. Além disso, o fato de não existir mais o lançamento de um

edital que contenha um maior detalhamento sobre cada área e especificidade de cada projeto, torna o processo de pleito de um projeto menos democrático, do ponto de vista de não contemplar as mais variadas manifestações artísticas e diferentes agentes culturais.

O termo etimológico da palavra edital vem do latim *edictum* que significa proclamar. O edital tem o papel de proclamar uma ordem e em 2020, foi substituído na LIC por uma resolução. Seguindo a hierarquia das leis no direito brasileiro, que serve, por exemplo, para resolver eventual conflito intertemporal, um edital possui uma maior flexibilidade quanto a correções ou retificações. As alterações podem ser necessárias por possíveis erros cometidos durante a elaboração, quanto para esclarecer alguma informação ou palavra. Para alterar uma resolução é necessário publicar uma nova. De 2020 até o atual momento, se manteve a mesma resolução e cabe o questionamento sobre o motivo de não haver necessidade da criação de uma nova resolução para correções ou melhorias.

O formato atual da lei estabelece o teto limite de até 3 milhões de reais para o patrocínio a projetos culturais. Outro ponto importante apresentado na matéria da SECEC é que a nova resolução também estabelece a regulamentação para o uso da renúncia fiscal para projetos excepcionais, que possuem o valor maior que 3 milhões de reais, ficando condicionado a realização em datas específicas, com apelo turístico-cultural como Carnaval, Natal e Réveillon. A porcentagem mínima de captação de recurso exigida para realização do projeto agora é de 25% do orçamento aprovado, quando antes era exigido 40% do total pelo projeto patrocinado.

Para compreender a estrutura da LIC é fundamental o conhecimento organizacional da SECEC por onde será realizado todo o trâmite administrativo dos projetos inscritos na lei. A Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro é dividida em Subsecretarias, Assessorias, Superintendências, Departamentos e Fundações. Dessa forma, a secretaria é um ambiente de negócios em constante evolução, dividido em setores criativos e culturais com cadeias produtivas diversas, que dão origem a bens, produtos e serviços inovadores que geram emprego, renda, sustentabilidade e desenvolvimento humano e regional.

Essa classificação, estrategicamente desenhada e disponibilizada no site oficial da secretaria, possibilita uma melhor compreensão dos setores tradicionais empregados como

“criativos”, bem como interações e contexto geral. Atualmente o setor da Lei de Incentivo à Cultura faz parte do grupo de Assessorias que serão desmembrados abaixo acompanhadas de suas respectivas funções:

1. Comunicação e Marketing: Apoiar o Secretário de Estado de Cultura e Economia Criativa nos assuntos relativos à comunicação e divulgação, coordenando a publicidade, imprensa e eventos da SECEC; estabelecer contato com jornalistas credenciados e órgãos de imprensa em geral e mantê-los informados sobre as atividades da SECEC; organizar e coordenar entrevistas coletivas ou exclusivas do Secretário de Estado de Cultura e Economia Criativa; acompanhar e analisar as notícias veiculadas na Imprensa, selecionar matérias e elaborar resenhas dos assuntos de interesse da SECEC, colocando-as à disposição de suas unidades administrativas.
2. Cultura e Sociedade: Responsável pela formulação, fomento, execução e acompanhamento de políticas públicas no âmbito da diversidade cultural e da ação cultural junto à juventude de territórios populares do estado. Com ênfase nos Pontos de Cultura e nas Juventudes do território Fluminense, suas ações são voltadas especialmente para os segmentos sociais mais vulnerabilizados, reconhecendo sua potência criativa, e buscando auxiliá-los no desenvolvimento de ações culturais pautadas pelos princípios da autonomia e do protagonismo local. Estimulando a criação artística em todas as suas formas de expressão, bem como a integração cultural, a pesquisa de novas linguagens, a formação/capacitação e o aprimoramento pessoal voltado para todas as manifestações em sua área de atuação.
3. Gabinete: Planejar, dirigir, orientar e coordenar a execução das atividades do Gabinete; assessorar o Secretário de Estado de Cultura e Economia Criativa e Subsecretários em suas atividades internas e externas e em suas atividades de representação; executar serviços de relações públicas nacionais e internacionais e de eventos e cerimonial; receber, analisar e processar as solicitações de audiências, convites e demais compromissos, preparando a agenda do Secretário; receber todos os expedientes oficiais oriundos dos órgãos integrantes das Justiças Federal e Municipal, Ministérios Públicos das esferas Federal, Estadual e Municipal, bem como dos Tribunais de Contas ou qualquer órgão de controle externo, e encaminhá-los à Assessoria Jurídica da Secretaria.
4. Jurídica: Como órgão integrante do Sistema Jurídico do Estado, conforme o disposto na Lei 5.414, de 19 de março de 2009 e como cargo privativo da carreira de Procurador de Estado do Rio de Janeiro, nos termos de Decreto Estadual nº 40.500, de 01 de janeiro de 2007, compete: assessorar o Secretário de Estado de Cultura e Economia Criativa, no controle interno da legalidade dos atos da Secretaria e dos entes da Administração Indireta a ela subordinada.
5. Planejamento e Gestão: Assessorar ao Subsecretário de Planejamento e Gestão no desenvolvimento das atividades de planejamento, gestão e execução orçamentária da SECEC; assessorar o planejamento e a execução do processo de elaboração dos instrumentos legais de planejamento e gestão orçamentária (Plano Plurianual - PPA, Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO, Lei Orçamentária - LOA) bem como assessorar a revisão do PPA com base em informações prestadas pelas áreas.
6. Programa Estadual de Fomento e Incentivo à Cultura: Tem por finalidade o planejamento estratégico e a implementação de políticas culturais no Estado do Rio de Janeiro em alinhamento com o estabelecido no Sistema Estadual de Cultura e legislação vigente. Setor responsável pelo gerenciamento dos projetos inscritos na LIC.

7. Recursos Humanos: Coordenar, orientar e fiscalizar através dos setores de Direitos e Vantagens (SECEC e Vinculadas) e da Folha de Pagamento, a aplicação e o cumprimento da legislação e das normas aplicáveis à gestão de pessoas; planejar, organizar, coordenar e controlar as atividades de cadastro e registros funcionais dos servidores, procedimentos relativos ao processamento da folha de pagamento, atos de nomeação e vacâncias, proposições e concessão de aposentadorias, benefícios, direitos e vantagens previstos na legislação vigente; planejar, organizar, coordenar e controlar as atividades relacionadas com as políticas, programas e projetos de desenvolvimento de recursos humanos, sua assistência e capacitação, inclusive as relativas a programas de estágio de estudantes no âmbito da SECEC; analisar e avaliar os autos dos processos administrativos referentes a pessoal. Controlar todas as demandas de pessoal da SECEC e vinculadas.
8. Relações Internacionais: A unidade se encarrega de promover o diálogo cultural atuando junto a repartições Consulares Estrangeiras, Escritórios Comerciais, Institutos Culturais, Assessorias Internacionais de Secretárias correlacionadas e a Sociedade Civil no Estado do Rio de Janeiro.
9. Relações Institucionais: Planejar, coordenar, integrar e executar as ações da SECEC em consonância com as do Governo do Estado do Rio de Janeiro no auxílio aos 92 municípios para execução de política cultural pública em parceria com as Secretarias municipais e demais órgãos da administração estadual, do governo federal, das prefeituras e entidades do setor privado.
10. RJ Criativo: Elaboração de políticas públicas para fomento aos setores criativos por meio do empreendedorismo e inovação, com ações voltadas ao ecossistema empreendedor criativo nos 92 municípios do Estado. Visando à articulação entre as cadeias produtivas nos setores criativos, a geração de empreendimentos criativos inovadores, a promoção da sustentabilidade por meio da cultura e da interlocução e ações integradas entre o poder público, a sociedade civil, as universidades e as entidades privadas.
11. Tecnologia da Informação: Coordenar, supervisionar e executar as ações relativas à produção, armazenamento e divulgação de informações atinentes às atribuições da SECEC e de suas entidades vinculadas; preservar a integridade, confidencialidade, autenticidade e disponibilidade das informações sob gestão da SECEC; elaborar o plano de investimento e emitir parecer técnico prévio quanto à utilização e aquisição de novos equipamentos, softwares, soluções de segurança, sistemas, suprimentos e serviços; dar suporte técnica às atividades, quando solicitado.

O posicionamento estrutural da secretaria define as ações dos setores e diante disto podemos analisar o porquê de a LIC ter sido trocada de setor dentro da SECEC-RJ, passando de Superintendência para Assessoria, o que pode ser destacado como uma espécie de rebaixamento de funções dentro da gestão de cultura do estado, pela perspectiva da importância que ela tem como mecanismo de política pública. Se a lei fosse tratada como uma Superintendência, que por definição trata-se de um organismo responsável pelo controle e pela vigilância de um determinado setor econômico ou social, certamente teria mais autonomia e potencialidade para atuar em toda a sua completude como um importante mecanismo de transformação social e cultural, que são os motivos pelos quais ela foi criada.

2.2 DO PROCESSO DE INSCRIÇÃO AOS RESULTADOS DA GESTÃO

Existem muitos desafios na elaboração e na gestão de um projeto cultural que utiliza verba pública para a realização. O conhecimento da legislação, expertises nos sistemas de inscrição, o preenchimento de planilhas e a prestação de contas, que exigem funcionários com competências específicas são exemplos disso. O primeiro passo para qualquer interesse em utilizar o mecanismo de renúncia fiscal é o entendimento da legislação vigente que traçará linhas para a inscrição e o desenvolvimento do produto cultural. Todo projeto possui uma cronologia e seu tempo de execução é dividido entre as etapas de pré-produção, produção (realização) e pós-produção.

A etapa de pré-produção compreende o momento no qual são planejados todos os aspectos do produto cultural. Inclui no caso de uma obra audiovisual, por exemplo, a formação de equipe, elaboração do roteiro, seleção de locações, definição do elenco, escolha de equipamentos, dentre outros aspectos. A pós-produção é a fase que vem após a realização, envolvendo a edição, a finalização do material gravado e a prestação de contas, por exemplo. De qualquer forma, mesmo sendo etapas distintas elas estão conectadas e interligadas em uma única unidade, que é o produto cultural.

Os proponentes - responsáveis legais pelo projeto- muitas vezes optam por inscrever os projetos através de agências que possuam as expertises e contatos para a agilidade na captação de recursos. Na Resolução nº 89 de 2020, que dispõe sobre as apresentações dos projetos culturais, existe o limite de pagamento do item de captação a 10% do projeto ou em até 50 mil reais. Na lógica atual, o maior desafio é a venda do projeto para o setor de marketing de uma empresa para a obtenção da verba.

Até o momento está vigente a Resolução SECEC nº 89 de agosto de 2020, no qual dispõe sobre a apresentação de projetos culturais a serem realizados com recursos de renúncia fiscal e formaliza que podem receber recursos de incentivo fiscal os projetos de caráter estritamente culturais. Os projetos precisam estar inscritos dentro de uma das áreas culturais: música e dança; teatro e circo; artes plásticas e artesanato; folclore e ecologia; cinema, vídeo e fotografia; informação e documentação; acervo e patrimônio histórico-cultural; literatura, com prioridade à língua portuguesa; e gastronomia.

Como citamos anteriormente, os proponentes são os responsáveis legais pelos projetos e podem ser pessoas jurídicas, desde que tenham no seu Contrato Social ou Estatuto fins Culturais e também podem se inscrever pessoas físicas. Os projetos culturais são parte de diretrizes da lei para promover a cultura como um direito de todos os cidadãos e aumentar os acessos aos bens culturais, ampliando e qualificando espaços culturais no estado. De acordo com o Artigo 12 desta resolução:

“Art. 12. Os projetos inscritos no Sistema Desenvolve Cultura deverão ser apresentados com, no mínimo, 90 (noventa) dias úteis de antecedência da data prevista para o início da sua realização, sendo possível prazo menor, em caráter extraordinário, desde que devidamente justificado.

Parágrafo único. A inscrição, a tramitação e o acompanhamento dos projetos inscritos se darão por intermédio do Sistema Desenvolve Cultura.”

O tipo de proponente influencia apenas no valor máximo para cada projeto sendo o teto de duzentos mil reais para pessoas físicas e microempreendedor individual, e um milhão e meio para pessoa jurídica. A Resolução também permite a inscrição de projetos em caráter excepcional, no qual o valor ultrapassa os valores citados acima, conforme parágrafo único do artigo 11:

“Parágrafo único. Os projetos inscritos no Sistema Desenvolve Cultura a partir R\$ 1.500.000,00 (um milhão, quinhentos mil reais) até R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) terão que, além de cumprir o disposto nesta Resolução, apresentar plano anual de atividade cultural contínua e/ou cumprir os seguintes requisitos: a realização do projeto em mais de 01 (uma) cidade, o desenvolvimento de etapas em equipamento público cultural e a garantia de ampliação da política de acesso à cultura e formação de plateia da SECEC disposta nas alíneas a) e b) do art. 32 desta Resolução.”

Um exemplo de projeto excepcional é o Carnaval de Rua do Rio de Janeiro que se constitui na mais genuína das manifestações culturais populares do Brasil, tendo nascido ainda no século XIX. Nas últimas décadas o seu crescimento fez com que surgissem novas manifestações, através de bandas, blocos, fanfarras, entre outras. O Carnaval é o maior exemplo de economia criativa do país.

No dia 23 de fevereiro de 2022, foi publicada a Resolução SECEC Nº 195 que altera a obrigatoriedade de os projetos excepcionais serem voltados para o Carnaval, Natal e Réveillon, conforme estava previsto no artigo 14. As alterações foram feitas considerando os seguintes itens abaixo:

- “A necessidade de elaborar estudos e coordenar ações culturais e de economia criativa em áreas de grande concentração populacional e de baixa renda no Estado do Rio de Janeiro em atenção ao interesse público;
- A necessidade de implementar políticas públicas com intervenções culturais, aliadas à participação social, visando a transformação e melhoria da qualidade de vida da população que vive em áreas carente da cidade;
- Que o Programa Cidade Integrada tem como premissa intervir em comunidades de baixa renda de todo o Estado do Rio de Janeiro, através de investimentos em diversas áreas, incluindo cultura e economia criativa como criação de renda para famílias em situação de vulnerabilidade;
- A necessidade de assegurar condições dignas de vida à população de baixa renda e que vive em comunidades;
- Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável adotada pelos 193 Estados Membros da Organização das Nações Unidas (ONU), entre eles a República Federativa do Brasil, e por derradeiro, projetos excepcionais para todas as áreas culturais dispostas na legislação vigente.”

É importante analisarmos a mudança na resolução com o objetivo de não existir mais restrição para projetos excepcionais, ou seja, aqueles que podem buscar patrocínio acima de 3 milhões de reais. As justificativas para tal mudança foram as citadas acima e cabe pontuar que o texto publicado no Diário Oficial em 23 de fevereiro de 2022, não esclarece as reais necessidades para que tais projetos possam ser contemplados. Quais devem ser as justificativas para buscar patrocínio de tal valor? Sendo necessário ainda, somente a apresentação do projeto junto com a Declaração de Patrocínio - DEP e sendo levado para aprovação direto com o chefe da pasta, não sendo necessário passar pela avaliação da CAP - Comissão de Avaliação dos Projetos Culturais.

Ainda sobre o processo de inscrição de projetos, a DEP é um documento emitido pela empresa patrocinadora, no qual formaliza o compromisso em patrocinar o projeto cultural aprovado pela Secretaria de Estado de Cultura e solicita concessão de benefício fiscal, com detalhamento de prazos e forma de repasse de valores de incentivo e contrapartida a serem aplicados no projeto. A aprovação do projeto na lei é homologada pela Comissão de Aprovação de Projetos - CAP, instância colegiada composta por representantes da SECEC e da sociedade civil. Os projetos que apresentarem Declaração de Intenção de Patrocínio - DIP, documento emitido por uma empresa patrocinadora com intenção de patrocinar o projeto, terão prioridade de análise pela SECEC. Os demais projetos culturais a serem analisados deverão seguir a ordem cronológica de inscrição.

O setor da Lei de Incentivo à Cultura da SECEC atua como responsável pela tramitação dos projetos culturais durante a análise documental e todo o gerenciamento após a aprovação até a prestação de contas, proporcionando também suporte técnico ao desenvolvimento das atividades da CAP. Os projetos com deliberação da CAP, conforme inciso IV, serão publicados no DOERJ, em até 10 (dez) dias úteis a partir da avaliação proferida. Os projetos aprovados pela CAP recebem a Certificação de Mérito Cultural que será renovado automaticamente pela SECEC, por até 03 (três) períodos anuais e consecutivos, a partir de sua concessão. A publicação possui um formato determinado pela Resolução:

“Art. 18 - O Certificado de Aprovação de Projeto Cultural será publicado no DOERJ, sendo considerado o documento legal de aprovação do projeto cultural e conterá as seguintes informações:

- I - Título do projeto;
- II – número do projeto;
- III - nome/razão social do proponente;
- IV - CPF/CNPJ do proponente;
- V- valor total do projeto;
- VI – valor aprovado para captação;
- VII - produção cultural nacional/produção cultural estrangeira

Parágrafo único. A SECEC manterá em seu site a relação dos projetos culturais aprovados, como forma de transparência e de estímulo ao patrocínio.”

O projeto com patrocínio, DEP, deve abrir uma conta bancária específica no Banco Bradesco para que seja publicada a Concessão do Benefício Fiscal e conseqüentemente receber o aporte. A conta deverá ser cadastrada na cesta de serviço e a isenção limita-se apenas à Cesta negociada com a Secretaria, sendo o custo de qualquer valor excedente de inteira responsabilidade do titular da conta. O titular não poderá contratar nenhum produto bancário de crédito (Cheque Especial, empréstimos, etc.) e os recursos devem permanecer aplicados no Investimento Invest Fácil/Plus (de acordo com a natureza da conta - PF ou PJ).

Estando o patrocinador e o proponente habilitados, havendo disponibilidade da renúncia fiscal a que se refere o § 4o, art. 1o, da Lei no 8.266/2018, o Secretário Estadual de Cultura e Economia Criativa, usando do poder discricionário, visando à conveniência e oportunidade para o interesse público, autorizará a publicação no DOERJ, ato concessivo contendo as seguintes informações na publicação de Concessão do Benefício Fiscal, conforme artigo 23:

1. Título do projeto;
2. Número do processo;
3. Produção cultural nacional ou estrangeira;
4. nome/razão social do proponente;
5. CPF/CNPJ do proponente;
6. nome/razão social do patrocinador;
7. CNPJ do patrocinador;
8. Valor de incentivo;
9. destinação obrigatória FEC (1/5 do valor incentivado).”

O ato concessivo será publicado no DOERJ quando for apresentada a DEP, declaração emitida pelo patrocinador confirmando o patrocínio, no valor correspondente a, pelo menos, 25% (vinte e cinco por cento) do orçamento aprovado para sua realização. Adequações ao projeto poderão ser solicitadas à SECEC, via Sistema Desenvolve Cultura, após a publicação da aprovação do projeto e antes do término da realização do(s) produto(s) do projeto. De acordo com o artigo 29 da Resolução SECEC nº89/2020:

“§ 1º - A solicitação de adequação será aceita nas hipóteses seguintes:

1. alteração do título do projeto;
2. adequação ao orçamento do projeto no que se refere a item orçamentário previsto, quando da variação de valor superior a 20% do valor aprovado;
3. adequação dos objetivos;
4. adequação ao orçamento do projeto que impliquem no não atendimento ou atendimento parcial às ações previstas;
5. alteração do local de realização, mantida a abrangência geográfica aprovada;
e
6. alteração das condições de comercialização e distribuição do produto cultural.”

De acordo com a Lei nº 8.266 de 2018 art. 1 parágrafo 1, fica determinado que as empresas contribuintes interessadas em patrocinar os projetos culturais precisam estar sediadas no estado e podem destinar até 3% do imposto devido e obter a renúncia fiscal:

§ 1º - O incentivo fiscal de que trata o “caput” deste artigo corresponde a até 3% (três por cento) do ICMS a recolher em cada período para patrocínio de projetos culturais e até 3% (três por cento) do ICMS a recolher em cada período para patrocínio de projetos esportivos tais como eventos, produções culturais, de autores e intérpretes nacionais, atividades desportivas, assim como projetos de natureza socioculturais ou socio esportivos, e 1% (um por cento) para patrocínio de produções culturais estrangeiras.

Para ser patrocinadora é preciso entrar em contato com a Secretaria de Fazenda - SEFAZ para consultar a viabilidade legal da empresa. Após essa verificação, a lista de projetos inscritos fica disponível no site da SECEC, junto com os contatos do proponente, responsável legal do projeto. O desconto para a empresa só terá início após o segundo mês da data da

realização do pagamento dos recursos empregados no projeto cultural pela empresa incentivada e findará quando o total dos abatimentos corresponder ao total investido, conforme o segundo parágrafo do mesmo artigo. O artigo 3º parágrafo 4º, define o percentual de 100% (cem por cento) do benefício fiscal para o patrocínio a projetos culturais, na forma desta Lei. Os projetos inscritos para receber o aporte das empresas precisam possuir obrigatoriamente a Certificação de Mérito Cultural, publicada no Diário Oficial pela SECEC.

De acordo com o art. 4 parágrafo 2º - O Certificado de Aprovação de Projeto, após concedido, será renovável automaticamente pela secretaria, por até 3 (três) períodos anuais e consecutivos, a partir de sua concessão. A empresa que se aproveitar indevidamente do benefício de que trata esta Lei, por conluio ou dolo, estará sujeita a multa correspondente duas vezes o valor do crédito presumido. Conforme o art. 3º parágrafo 2º - Fica vedada a utilização do incentivo fiscal em relação a projetos de que sejam beneficiários a própria empresa incentivada, seus sócios ou titulares e suas coligadas ou controladas.

Fica estabelecido conforme a Resolução SECEC nº 89/2020 artigo 1º:

“§ 1o - A empresa contribuinte que utilizar o mecanismo de patrocínio a projetos culturais deverá destinar, obrigatoriamente, o valor de $\frac{1}{5}$ (um quinto) do total patrocinado ao Fundo Estadual de Cultura - FEC, conforme estabelecido no § 1o, art. 33, da Lei no 7.035/2015.”

O Fundo Estadual de Cultura - FEC é um mecanismo de financiamento para projetos culturais desenvolvido pelos governos estaduais - o fomento direto utiliza a verba armazenada neste fundo, que é formado por recursos financeiros provenientes principalmente de impostos, taxas e multas, que são direcionados para a promoção, fomento e desenvolvimento da cultura local. A gestão do FEC geralmente é realizada por uma equipe técnica e um conselho ou comitê composto por representantes governamentais e da sociedade civil ligados à área cultural. Os recursos disponíveis no Fundo são destinados a projetos como teatro, cinema, dança, música, literatura, patrimônio histórico e artes visuais, entre outros. O objetivo é apoiar iniciativas culturais em todo o Estado e promover a diversidade cultural e o acesso à cultura para todos. Conforme resolução número 89/2020, citada acima, todos os projetos concedidos deverão obrigatoriamente destinar ao FEC $\frac{1}{5}$ do valor aportado com o patrocínio.

O patrocinador que, após a publicação do ato concessivo do benefício fiscal, desistir de disponibilizar a cota de patrocínio deverá protocolar na SECEC pedido de cancelamento da DEP com justificativa, que poderá ou não ser deferido. Em qualquer hipótese, a não realização do projeto implicará o recolhimento, pelo proponente, do valor de patrocínio ao FEC, devidamente corrigido. Cabe ressaltar que de acordo com o artigo 36, bens permanentes adquiridos em função do projeto deverão, ao final da execução do produto, ser doados à instituição pública ou sem fins lucrativos que realize trabalho congênere do abordado pelo projeto, devendo os termos de doação e de recebimento fazer parte da prestação de contas.

Figura 2: Cirque Du Soleil e Figura 3: Festival Varilux.



(Fonte: Material de divulgação enviado para aprovação da SECEC)

Toda divulgação sobre o projeto deverá obrigatoriamente informar que se trata de projeto apresentado e patrocinado pelo Governo do Estado do Rio de Janeiro e Secretaria de Cultura e Economia Criativa. Quando a patrocinadora contar com outras parcerias, cada conjunto de marcas deve estar identificado apropriadamente (realização, apoio, patrocínio etc.) Os projetos culturais patrocinados precisam submeter todo o material gráfico para aprovação da SECEC, utilizando a régua de marcas no modelo fornecido. Seguem exemplos de artes gráficas que estiveram em circulação.

Os dados abaixo fazem parte de um relatório criado pela autora no final do ano de 2022, durante a atuação como funcionária do estado do Rio de Janeiro. Os dados constam no portal de transparência da secretaria e nesta análise estão baseados no início da posse da Secretária Danielle Barros no dia 06 de dezembro de 2019 até dezembro de 2022. Para falar sobre os resultados é necessário destacar os processos envolvidos da criação da ideia até a concessão do benefício fiscal. Conforme a resolução vigente, estão divididas as seguintes fases do projeto para a aprovação:

“Art. 17 - A análise dos projetos culturais terá as seguintes etapas e prazos:
I até 15 (quinze) dias úteis para análise documental do proponente, elencadas no Anexo I, e dispostas no art. 13 desta Resolução, cabendo à habilitação ou inabilitação nesta etapa;
II até 30 (trinta) dias úteis para análise técnica do projeto inscrito; III na etapa de análise técnica, caberá diligência ao proponente, com prazo de resposta, no máximo, 05 (cinco) dias úteis, via Sistema Desenvolve Cultura, sob pena de inabilitação;
IV até 45 (quarenta e cinco) dias úteis para deliberação da Comissão de Avaliação de Projetos - CAP/SECEC quanto à aprovação total, parcial ou reprovação do projeto;
V 05 (cinco) dias úteis para apresentação de recurso à deliberação da CAP, via Sistema Desenvolve Cultura, a partir da data de publicação no DOERJ.

Dessa forma, estão definidas as seguintes etapas para aprovação do projeto na LIC: análise documental, análise técnica, deliberação da CAP, única fase com possibilidade de recurso, desta mesma resolução. Ao todo desde a criação do projeto até a aprovação podemos definir mais 6 etapas, ficando disposta na seguinte ordem e função:

7. Ideia: criação do produto cultural;
8. Projeto: estratégia de construção;
9. Patrocínio: estratégia da captação de recursos na venda/apresentação de projetos;
10. Inscrição: fundamental para receber a aprovação do projeto na LIC;
11. Adimplência: conferência da situação legal do responsável legal do projeto;
12. Análise documental: entrega da documentação do proponente, pessoa responsável legal pelo projeto na lei;
13. Análise técnica: responsável por fazer diligências antes do envio do projeto à CAP
14. CAP: comissão responsável pela deliberação da situação do projeto apresentado no Diário Oficial e em ATA;

15. Publicação da Certificação de Mérito Cultural: certificado de aprovação publicado no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro.

Mesmo com a necessidade de adaptar um projeto à legislação vigente, tendo de enquadrá-lo nos moldes da resolução, os dados do relatório comprovam que de 1108 projetos culturais receberam a Certificação de Mérito Cultural, no período em análise. Como citado anteriormente, todo projeto certificado precisa de uma empresa patrocinadora que deseje investir no projeto. Apenas 270 conseguiram encontrar empresas interessadas em utilizar-se da renúncia fiscal para patrocinarem. Ou seja, os projetos conseguem aprovação dentro da SECEC-RJ, por meio da CAP, porém encontram dificuldade de realização quando se deparam com a pouca adesão das empresas ao patrocínio.

Tabela 1 - Projetos aprovados x Patrocinados na LIC (2019 a 2022)

	2019	2020	2021	2022
Projetos aprovados	45	212	428	463
Projetos patrocinados	74	86	94	105

(Fonte: Relatório da autora, 2022)

Tabela 2 - Valor x Quantidade de projetos patrocinados

Ano	2019	2020	2021	2022
Renúncia Fiscal	R\$ 101.042.552,50	R\$ 91.054.680,00	R\$ 145.665.712,00	R\$ 143.444.502,00
Qnt.de Projetos	74	86	94	105

(Fonte: Relatório da autora, 2022)

É interessante notarmos a disparidade entre o número de projetos aprovados e os que alcançam o patrocínio. Diante dessa informação, a tabela 2 faz a relação entre a quantidade total de projetos patrocinados dentro de cada ano e o montante de verba utilizada. Temos como exemplo o ano de 2021, no qual foram gastos R\$ 145.665.712,00, em apenas 94 projetos culturais. Cabe ressaltar que existe uma grande disparidade, também, no orçamento de cada projeto, dentro desse valor total. A seguir analisaremos mais a fundo toda a estrutura de dois grandes projetos contemplados na LIC, o Verão Tim e o #EstudeoFunk, ambos com orçamento de 3 milhões de reais. Será possível vermos suas diferentes características e objetivos, a fim de explicitar o debate sobre a importância da relevância social dos projetos.

2.3 PROJETOS CULTURAIS E SEUS IMPACTOS

É possível afirmar que cada projeto possui a sua própria trajetória, especificidade e fim cultural. O projeto é uma proposta com objetivo cultural e destinação pública, de iniciativa de produtor independente. A seguir serão apresentados dois projetos culturais incentivados pela LIC no período de 2019 a 2022, a fim de gerar o debate sobre o projeto cultural e o uso da verba pública. Os projetos foram escolhidos devido ao fato de terem sido acompanhados pela autora, mesmo que em outras edições, como é o caso do Verão Tim.

O primeiro projeto se chama Verão Tim e a empresa contribuinte do ICMS responsável por patrocinar o projeto foi a empresa TIM- Telecom Itália Mobile, fornecedora de operações de telefonia móvel e fixa. De acordo com a matéria no site oficial da SECEC, o projeto foi realizado entre janeiro e fevereiro de 2020 e ocupou as areias da praia de Copacabana e Ipanema. O produtor proponente, responsável legal pelo projeto se chama Novo Traço, uma empresa de Live Marketing e Entretenimento. É citado na matéria que a missão da empresa é conectar pessoas, aproximar consumidores e marcas, contribuir com o mercado de Cultura e Economia Criativa, através de projetos de Cultura e Esporte e transformar experiências em memórias.

Figura 4 e 5: Festival de Verão



(Fonte: SECEC, 2020)

O CEO da Novo Traço comentou nesta matéria: “O Governo do Estado do Rio tem papel fundamental no Verão TIM, pois investe no projeto através da Lei de Incentivo à Cultura e contribui com a garantia da segurança através da PMERJ e do Corpo de Bombeiros”. Para a Secretária Danielle Barros, o projeto é uma “sinalização clara da preocupação do governo do estado com a música e as atividades culturais na orla e também na ocupação do espaço público. Vamos manter o turista na praia, aquecer a economia criativa e garantir shows para o público, em um evento que é a cara do Rio”, conclui.

A lista de atrações contou com a diversidade de gêneros musicais e a participação de artistas como Criolo, Anavitória, Bacu Exu do Blues, Elza Soares, entre outros. Ao todo foram nove shows gratuitos e um total de 3,8 milhões de reais para financiar a realização deste festival. Em entrevista à SECEC, o ex Governador Wilson Witzel, afirma: “Iniciar o ano de 2020 com o Verão Tim, mais um evento promovido através da Lei estadual de Incentivo à Cultura, é uma demonstração de que estamos comprometidos em tornar o Rio palco cultural do país.”

Para a imprensa Meio & Mensagem, Ana Paula Castello Branco, ex diretora de communication & branding da TIM Brasil, se pronunciou sobre as estratégias da empresa no setor cultural, afirmando que “A TIM sempre teve uma ligação muito forte com a música.” A estratégia da TIM é buscar aproximar a marca com a identidade da música e com as experiências dos shows. Ela complementa na entrevista que a empresa quer continuar sendo a grande incentivadora de eventos musicais no Brasil e que pretende usar a música como plataforma de conexão emocional com as pessoas.

Podemos citar como estratégia da marca em 2022 a parceria entre a Universal Music e a Tim com a criação da Plataforma TIM Music. Essa plataforma possui o slogan – “Na TIM, a música não para” – que reforça esse caráter de conexão e durabilidade. O conceito do projeto segue “a música que a sua vida pede” e de acordo com a matéria fornecida pela Meio & Mensagem o objetivo é destacar a paixão do brasileiro pela música e ajudar as pessoas a se conectarem com as mais variadas canções.

É possível analisarmos o projeto Verão Tim como muito bem sucedido, em todos os aspectos a que se dispõe: divulgação e perpetuação da marca, não só como empresa de serviço telefônico, mas como patrocinadora e apoiadora da cultura, e principalmente pela construção

da ligação da marca com tudo o que se relaciona à música, por meio da eficaz ação de marketing detalhada acima. Mas para mais além disso, é importante analisarmos o projeto como um ativo cultural incentivado por uma política pública que tem como objetivo fomentar a produção de cultura no estado e, por esta perspectiva, é possível o classificar como tão bem-sucedido assim?

O que vemos aqui é um exemplo claro do uso do interesse cultural por meio da lógica privada: uma empresa adquire o benefício da renúncia fiscal e poderá usar esse valor que iria para os cofres públicos, por meio do ICMS, para patrocinar e ao mesmo tempo produzir um evento que divulga amplamente sua marca, não só para o Rio de Janeiro, como para todo o território nacional, através da visibilidade alcançada com a apresentação de importantes artistas da cena musical brasileira. Temos aqui o cenário onde o patrocinador se torna o produtor e também o principal alvo de retorno do seu projeto cultural.

“O incentivo fiscal se tornou a principal modalidade existente de fomento à cultura no Brasil. Tal predominância, persistente até hoje, faz que, inclusive, grande parte da comunidade cultural tenha dificuldade de pensar o financiamento no país fora do padrão do incentivo fiscal. A atuação do estado se transforma em totalmente dependente, inclusive em termos de imaginação, inibindo sua capacidade de pensar qualquer alternativa a este modelo hegemônico. Em síntese, nestes anos, a união, os estados e o Distrito Federal convergem na adoção unilateral do modelo de financiamento e fomento à cultura baseado centralmente no incentivo fiscal. Apesar da limitação deste mecanismo em relação à possibilidade de um financiamento mais democrático e universal, dada sua íntima afinidade com critérios de “mercado” e de marketing cultural, a formalização de incentivos fiscais constituiu um avanço institucional em comparação ao padrão anterior de apoio direto, discricionário, sem critérios e sem transparência, expresso por meio da lógica do “balcão”. (RUBIM, 2017, p. 116-117)

O segundo exemplo de projeto realizado através da Lei de Incentivo à Cultura que propaga a cultura da música é o #EstudeoFunk. O produtor responsável legal pelo projeto é a Viva Brasil, o projeto recebeu o aporte para a realização da empresa Ambev S.A, no valor de 3 milhões de reais. O projeto é executado na Fundação Progresso no centro do Rio de Janeiro, local conhecido por se tornar o maior centro cultural independente do país.

Ilustração 6 e 7: Projeto #Estudeofunk



(Fonte: #Estudeofunk, 2022)

Este projeto é um programa de aceleração artística que tem como objetivo fomentar a cultura do Funk Carioca e a profissionalização de artistas da nova cena musical. Possui estrutura de equipamentos e equipe técnica para a produção de conteúdo musical e audiovisual, base perfeita para a criação e gravação de novos hits. Ao todo o projeto vai selecionar 150 artistas para participarem dessa vivência dividida em 3 ciclos.

O ciclo se divide em três processos: mercado e carreira, onde os jovens aprendem a como vender shows, como se posicionar nas redes sociais e como funcionam os direitos autorais; aperfeiçoamento artístico, com aulas de canto, dança e produção musical; e desenvolvimento criativo, quando são propostos desafios como batalhas de performance e aulas de filosofia, ética e criação poética.

“A Fundação era uma fábrica de ferro e agora é uma fábrica de arte. A ideia é você ter uma vivência teórica e prática da música. É muito transformador, o #EstudeoFunk muda a vida das pessoas”, diz Vanessa Damasco, idealizadora do projeto, ao Jornal Metrôpoles. A matéria também fala sobre o lado do apoio social, já que grande parte dos artistas selecionados vivem em periferias do Rio de Janeiro, e dificilmente teriam a oportunidade de usar recursos como os oferecidos pelo projeto.

Participantes selecionados para integrar o #estudeofunk deram entrevista ao Metrôpoles sobre a importância do curso profissionalizante em suas vidas. Uma artista compartilhou que o projeto foi importante até mesmo na descoberta de sua identidade de gênero:

“Ser artista sempre foi um sonho de criança, e o funk me escolheu. Em julho de 2022, veio o #EstudeoFunk e foi um divisor de águas para mim. Eu entrei como uma pessoa não binária e consegui me identificar como uma mulher trans. Todo esse processo de olhar profundamente para mim que o projeto me proporcionou fez eu ter essa autoaceitação e dentro disso saiu a minha melhor versão”.

Outros artistas selecionados também compartilharam a experiência:

“Em 2010, comecei na música, até que em 2014 lancei a canção Experimentou, que fez sucesso em todo Brasil, mas depois disso tudo, como era muito novo e não tinha ninguém para me instruir, eu acabei perdendo tudo. Entrei em depressão e deixei esse sonho de lado para ter meu ganha-pão e lutar em prol da minha filha. Em 2022, entrou o #EstudeoFunk na minha vida, que costumo falar que foi meu último fôlego, quando eu pude voltar a fazer o que eu amo, me atualizar na cena”, conta MC Farrá, de 29 anos.”

“Percebi que precisava dar uma profissionalizada, e o Estúdio Funk chegou para mim nesse processo, e depois disso eu me reconheço uma artista muito mais madura em todos os âmbitos, seja palco, seja estratégia. Hoje eu canto melhor, me expresso melhor, tem sido um processo muito gostoso para mim Cria da Baixada, de Duque de Caxias, MC Lizzie, de 23 anos, exaltou sua transformação como artista após a entrada no programa.”.

Esses depoimentos são o claro exemplo de como é possível que projetos culturais sejam pensados para realmente gerar uma transformação social e não apenas como retorno financeiro ou de visibilidade para uma marca. O objetivo do #estudeofunk é justamente ser um acelerador de carreiras e oferecer oportunidades para que jovens artistas tenham acesso a todo tipo de insumo para a realização de seus trabalhos e principalmente tenham acesso à indústria cultural.

“A necessidade de comissões de avaliação – ainda que tendo competências limitadas; o estabelecimento de procedimentos públicos mínimos e a adoção de parâmetros de análise foram avanços nessa perspectiva, mesmo quando tensionados por tentativas de interferências de autoridades políticas ou culturais, ao estilo da cultura sedimentada pela lógica do “balcão” e do favor. Porém, com a predominância de renúncia fiscal em relação ao aporte privado, em grande medida o mecanismo transformou-se em uma maneira dissimulada de apropriação privada de recursos públicos. Ou seja, uma transferência da lógica de “balcão” do setor público para o privado, já que as empresas patrocinadoras não são obrigadas a realizar processos seletivos a partir de princípios públicos, e a aprovação prévia, realizada pelo estado, tem caráter meramente técnico.” (RUBIM, 2017, p.116- 117)

Diante destes dois exemplos de projetos culturais fomentados pela LIC, é possível afirmar que existe ainda uma enorme lacuna na administração e principalmente na gestão pública de cultura. As esferas públicas e privadas têm constantemente confundido seus interesses, o que nos permite concluir que é necessário rever o mecanismo de financiamento cultural, por meio das políticas públicas que preveem renúncia fiscal. De forma alguma rever a

necessidade de políticas públicas, pois é evidente sua necessidade para a manutenção do direito cultural ao cidadão, mas é necessário, sim, rever sua aplicabilidade e execução.

Por outro lado, a esfera privada precisa se interessar mais pelo fazer cultura, não só pela percepção da indústria cultural, tão somente como meio de renúncia fiscal, mas principalmente como um importante ativo econômico. Se entendemos cultura como fator de desenvolvimento social, econômico e humano, é mais do que necessário que todas as esferas da sociedade, incluindo a privada, participem ativamente de seu financiamento, garantindo sua manutenção. Existem outras formas de fomento além da renúncia fiscal e é muito importante estimular o interesse de mais empresas no financiamento de projetos culturais, possibilitando também que se alcance retorno positivo por meio do marketing cultural.

CONCLUSÃO

Ao longo de todo o trabalho, pudemos observar e analisar atentamente todo o cenário de gestão cultural no Brasil. Desde o início do século com o pensamento modernista, a importância da Semana de 22 para a produção cultural do país, passando pelo crescente nacionalismo e concepção de uma identidade nacional, pela criação da Lei Rouanet, a ditadura militar e toda a repressão política que gerou um período de efervescente produção cultural nas mais diversas manifestações artísticas, o fim da ditadura e a Constituição de 1988, assegurando a todo o cidadão o direito à cultura, a chegada do novo século e o Programa de Políticas Públicas do primeiro governo Lula, a criação do Minc, a chegada ao poder da extrema direita nas eleições de 2018 e por fim o período pandêmico e pós-pandêmico no cenário cultural, mais precisamente na Lei de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro.

Analizamos também as diferentes conotações do termo cultura e suas aplicações e como cultura é um direito de todo cidadão. Observamos também a relação entre cultura e território e como indissociavelmente os dois aspectos estão ligados. Pudemos observar também o quanto o território determina o acesso aos bens culturais e ao fazer cultura: é urgente e necessário descentralizar e democratizar o acesso ao fomento cultural, de maneira a alcançar outras regiões, além das metrópoles e das mais centrais, possibilitando a construção de uma política pública de cultura mais diversa e representativa das diferentes parcelas da população. Para isso é necessário a formação, capacitação e garantia de acesso às políticas públicas por meio de novos agentes culturais.

A partir do segundo capítulo, passamos a analisar mais detalhadamente todo o processo de um projeto na Lei de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro, desde sua inscrição, até a análise por meio da Comissão Avaliadora de Projetos - CAP, e conseqüentemente, sua aprovação ou indeferimento. Analisamos também dois grandes projetos de muita relevância no cenário cultural, o Verão Tim, realizado em 2019 e o #estudeofunk que teve início em 2022 e atualmente está em seu terceiro ciclo de formação, tendo capacitado e acelerado a carreira de 150 artistas independentes da cena funk no Rio de Janeiro.

Estes dois projetos são importantes exemplos para aplicação da hipótese de que existe ou não o real aproveitamento da LIC no estado do Rio de Janeiro. Se os objetivos finais da criação da lei estão sendo alcançados e cumpridos de forma a fazer a manutenção de uma gestão cultural verdadeiramente eficaz. Podemos observar que sim, a LIC é fundamental para o desenvolvimento cultural, econômico e até turístico, como pudemos ver como exemplo, alguns eventos incentivados pela lei. Mas ainda carece de cumprir de forma mais contundente seu objetivo social, alcançando parcelas da sociedade ainda excluídas da discussão sobre cultura e excluídas, principalmente, da possibilidade de se produzir cultura.

É possível concluir que com a criação da LIC, se tornou possível a realização de ações culturais financiadas por meio de renúncia fiscal, que é o mecanismo mais utilizado para fomento cultural no Brasil. No entanto, explicitamos diversos motivos pelos quais tornam necessária a revisão da lei, de forma a se tornar mais ampla, acessível, democrática e diversa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, P. O senso da distinção." In: *A distinção*. Crítica social do julgamento. São Paulo: Endusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BRASIL. CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. *Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988*. Disponível em: > https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm< Acesso em 09 de julho de 2023, às 16h20.

BRASIL, 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, 03 de julho de 1986, p. 9763.

BRASIL. Lei nº 8.313, de dezembro de 1991. *Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências*. Diário Oficial da União, seção 1., 24 de dezembro de 1991. p. 30261.

CANDIDO, Antonio. *A educação pela noite*. 5. ed. Rio de Janeiro: Ouro sobre azul, 2006. Diretrizes para a operacionalização da política cultural. Brasília: Mec/ Secretaria Geral. Coordenadoria de Comunicação Social, Divisão de Editoração, setembro, 1981.

FERREIRA, Jorge. *Crises da República: 1954, 1955 e 1961*. Niterói: EDUFF, 2003.

GIL, Gilberto. *Discurso do ministro Gilberto Gil durante a solenidade da Ordem do Mérito Cultural*; 2006. Disponível em: > <http://thacker.diraol.eng.br/mirrors/www.cultura.gov.br/site/index.html%3Fp=955>< Acesso em: 09 de julho de 2023, às 7h30.

IOTTI. Disponível em: > <https://cabresto.blogspot.com/2020/04/aproximacao-do-planalto-com-centrao-e.html>< Acesso em 09 de julho de 2023, às 11h.

MOLITERNO, Danilo; TORTELLADA, Tiago Tortellada. Disponível em: > <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/governo-desbloqueia-recursos-e-autoriza-uso-da-lei-rouanet-para-centenas-de-projetos/>< Acesso em: 09 de julho de 2023, às 09h05.

MONTEIRO, Taís. *A volta das estratégias da TIM na música*; 2021. Disponível em: > <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/a-volta-das-estrategias-da-tim-na-musica>< Acesso em 09 de julho de 2023, às 7h.

PARTIDO DOS TRABALHADORES. *A Imaginação a Serviço do Brasil (Diretrizes do Programa de Cultura do Governo Lula 2003-2006)*, 2022.

PERDIGÃO, Letícia. *#EstudeoFunk: projeto forma e dá visibilidade a novos talentos*; 2023. Disponível em: > <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/estudeofunk-projeto-forma-e-da-visibilidade-a-novos-talentos-cariocas>< Acesso em 09 de julho de 2023., às 10h

Rio de Janeiro (estado), Resolução SECEC Nº 89 de 12 de agosto de 2020. *DISPÕE SOBRE A APRESENTAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS A SEREM REALIZADOS COM RECURSOS*

DE RENÚNCIA FISCAL, CONFORME PREVISTO PELA LEI ESTADUAL No 8.266, DE 26 DE DEZEMBRO DE 2018, PELA LEI ESTADUAL No 7.035, DE 7 DE JULHO DE 2015, E PELO DECRETO No 46.538, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2018. Diário Oficial do Rio de Janeiro, 12 de agosto de 2020, p. 16-19.

RUBIM, Antonio; BARBALHO, Alexandre. *Políticas Culturais no Brasil*. Salvador: Edufba; 2007.

RUBIM, Antonio; VASCONCELOS, Fernanda Pimenta. *Financiamento e Fomento à Cultura no Brasil: estados e Distrito Federal*. Salvador: Edufba; 2017.

SECEC. *SECEC APRESENTA NOVO SISTEMA DE INSCRIÇÕES DE PROJETOS INCENTIVADOS*; 2020. Disponível em: ><http://cultura.rj.gov.br/secec-novo-sistema-de-inscricoes-de-projetos-incentivados/>< Acesso em 09 de julho de 2023.

SITE. *Universal Musical e a Tim criaram a Plataforma TIM Music: Nova parceria movimentando o mercado musical brasileiro*. Disponível em > <https://www.revistalounge.com.br/universal-musical-e-tim-criaram-plataforma-tim-music/#:~:text=Com%20o%20conceito%20%E2%80%9Ca%20m%C3%BA%20que%20a%20sua,do%20planeta%20est%C3%A3o%20juntas%20no%20projeto%20TIM%20Music>< Acesso em 09 de julho de 2023.

SITE. SECEC, 2020. GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO PATROCINA O VERÃO TIM. Disponível em: > <http://cultura.rj.gov.br/verao-tim/>< Acesso em 09 de julho de 2023, às 08h.

SITE. #EstudeoFunk., 2022. Disponível em: > <https://www.estudeofunk.com.br/>< Acesso em 09 de julho de 2023, às 09h.

SCHREIBER, Mariana. *100 dias de Lula: as diferenças e semelhanças com o início de Bolsonaro*; 2023. Disponível em > <https://www.bbc.com/portuguese/articles/clklj7mw088o> < Acesso em: 09 de julho de 2023.

SOARES, Lucas; BISPO, Mariana. *RJ é o terceiro estado mais desigual do Brasil, aponta IBGE*; 2023. Disponível em ><https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/05/11/rj-e-o-terceiro-estado-mais-desigual-do-brasil-aponta-ibge.ghtml>< Acesso em 09 de julho de 2023.

SCHWARCS, Lilia. *A abertura para o mundo (1889 - 1930)*. São Paulo: Objetiva; 2012.

VICH, Victor. *Desculturalizar a Cultura - teoria crítica e gestão cultural*. Niterói: Labac-UFF; Maricá: Instituto Grão, 2022.