

Universidade Federal de Juiz de Fora
Pós-Graduação em Ciências Sociais
Mestrado em Ciências Sociais

Andréa Vicente Toledo Abreu

**O CULTIVO DE SONHOS: UMA CARTOGRAFIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE
CULTURA DA ZONA DA MATA MINEIRA**

Juiz de Fora
2010

Andréa Vicente Toledo Abreu

O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da zona da mata mineira

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Faculdade de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais.

Orientador: Prof. Dr. André Moysés Gaio

Juiz de Fora
2010

Abreu, Andréa Vicente Toledo.

O cultivo de sonhos : uma cartografia das políticas publicas de cultura da sona da mata mineira / Andréa Vicente Toledo Abreu. – 2010.
257 f. : il.

Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais)—Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2010.

1. Políticas públicas. 2. Cultura. I. Título.

CDU 361

Andréa Vicente Toledo Abreu

O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da zona da mata mineira

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Faculdade de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestra em Ciências Sociais.

Aprovada em 16 de abril de 2010.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. André Moysés Gaio (orientador)
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof^a. Dra. Tânia Mara Campos de Almeida
Universidade Católica de Brasília

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal
Universidade Federal de Juiz de Fora

Ao Sanderson e à Mariana, por continuarem me amando, mesmo após as inevitáveis crises intelectuais.

AGRADECIMENTOS

Mesmo parecendo um trabalho solitário, uma dissertação de mestrado definitivamente não é construída por uma só pessoa. Por isto, mesmo isentando-os de meus deslizes e devaneios vãos, venho de forma contundente agradecer a todos que fizeram parte desta jornada.

Em primeiro plano agradeço à Universidade Federal de Juiz de Fora, instituição pública que me deu a chance de estudar e concretizar mais um sonho. Das pessoas que nela trabalham lembro com especial carinho do coordenador do curso de pós-graduação em Ciências Sociais, Prof. Rubem Barboza Filho, que junto com o Prof. André Moysés Gaio participaram de minha banca de qualificação aparando as arestas e indicando caminhos fundamentais para a realização desta pesquisa. Ao Prof. Paulo Roberto Figueira Leal, que em meio a um transbordar de sentimentos, encontrou forças para participar de minha banca e ajudar a ampliar o alcance do trabalho. À Prof^a. Tânia Mara Campos de Almeida, da Universidade Nacional de Brasília, que tão solícitamente aceitou ao convite para avaliar este trabalho e com isto contribuir com seu olhar antropológico para a compreensão de novos conceitos.

A meu orientador, Prof. Gilberto Barbosa Salgado, exemplo de intelectual multifacetado, que além de me apresentar ao universo das Ciências Sociais, utilizou-se da psicologia para guiar meus passos e livrar-me de infortúnios. Obrigada principalmente, por me encantar com o tema políticas públicas de cultura e deixar um trabalho previsivelmente árduo repleto de momentos felizes e de pleno aprendizado. Ao professor que permanecerá eternamente, minhas sinceras amizade e admiração.

Ao Instituto Francisca de Souza Peixoto, com particular afeição a seu gestor, Marcelo Inácio Peixoto, que por sua experiência e sensibilidade, reconhece o valor do conhecimento e além de oferecer meios para a realização e registros de minhas pesquisas, ainda abriu mão de minha presença para que assistisse às aulas, participasse de congressos e cursos e visitasse as instituições promotoras de cultura nas cidades da região. Instituições as quais sou também grata por tão gentilmente terem respondido a dois extensos questionários, sem os quais esta pesquisa não se concretizaria. Sendo assim, meu fraterno obrigado aos gestores, secretários e amantes da cultura Pedro Augusto Rocha Costa de Além Paraíba, Marisa Beghine de Freitas, Vanderlei Teixeira Cardoso e José Luiz Batista de Cataguases, Antônio Carlos Siqueira Dutra de Juiz de Fora, Valéria Equi Benatti Bartoli e Rosângela Lima de Leopoldina, Gilca Maria

Hubener Vieira Napier de Muriaé, Aparecida Camiloto e Cassius Lopes de Ubá e a todos os representantes das demais cidades que se dedicaram a responder a parte quantitativa da pesquisa.

Aos mais queridos do Mestrado, Sílvio e Eduardo, companheiros presentes durante meu desespero frente a tantos desafios, obrigada por inventarem fraquezas para deixar-me segura e acreditar que isto acontece com todos. Aos amigos de todos os dias, Renan e Ivaldo, que aprenderam a usar o SPSS apenas para auxiliar-me nas confecções das tabelas, além de terem sido essenciais durante o envio dos questionários.

Por me receberem em sua casa todas as semanas nos últimos dois anos, minhas prima e tia, Cristiane e Juraci, obrigada. À Mariana pela ajuda no envio dos questionários, pelo auxílio com as novas leis ortográficas, por assistir em primeira mão todas as minhas falas gravando-as em vídeo para que percebesse os desvios, mas principalmente me desculpo por privá-la de meu tempo. Ao Sanderson por ler tudo que escrevi e me ouvir atentamente em todos os momentos, pela força nos momentos em que achei que não conseguiria e pelo amor. E finalmente a meus pais, por me ensinarem a cultivar sonhos, enquanto me contavam histórias.

RESUMO

Mapeamento das instituições promotoras de cultura da Zona da Mata Mineira, acompanhado de análise de revistas e cadernos de cultura brasileiros e de leis incentivo federais, do Estado de Minas Gerais e de cidades da Zona da Mata Mineira que as possuem. Os dados obtidos convergem para um plano analítico com intenção de traçar diagnósticos e prognósticos para o setor. A dissertação apresenta ainda, uma série de dados quantitativos sobre as políticas públicas de cultura na região estudada, através de tabelas e suas respectivas descrições. Os aspectos qualitativos focalizam os projetos culturais desenvolvidos em cidades com menos de 40 mil habitantes e a atuação dos gestores culturais das cidades com maior representatividade na promoção da cultura: Além Paraíba, Cataguases, Juiz de Fora, Leopoldina, Muriaé e Ubá. O trabalho tem início com a conceituação de cultura na acepção de Raymond Williams e culmina com a análise e interpretação das informações obtidas, assim como sugestões para reflexão sobre políticas públicas de cultura futuras tendo Theodor Adorno, Pierre Bourdieu, Renato Ortiz, Sérgio Miceli, Mário Brockmann Machado e Gilberto Barbosa Salgado como embasamento teórico.

Palavras Chave: Políticas públicas de cultura. Zona da Mata Mineira.

ABSTRACT

Mapping of institutions promoting culture in the Zona da Mata Mineira, along with an analysis of journals and magazines of Brazilian culture and cultural encouraging federal laws in the state of Minas Gerais and cities in the Zona da Mata Mineira that own them. The data converge to an analytical level with the intention of drawing and prognosis for the sector. The dissertation also presents a series of quantitative data on public cultural policies in the region studied by means of tables and their descriptions. The qualitative focus on cultural projects developed in cities with less than 40 thousand inhabitants and the performance of cultural managers in cities with the largest representation in the promotion of culture such as in Além Paraíba, Cataguases, Juiz de Fora, Leopoldina, Muriaé and Ubá. This work begins with the conceptualization of culture within the meaning of Raymond Williams and culminates with the analysis and interpretation of the information obtained, as well as suggestions for reflection about public policies of culture having Theodor Adorno, Pierre Bourdieu, Renato Ortiz, Sergio Miceli, Mario Brockmann Machado and Gilberto Barbosa Salgado as a theoretical foundation.

Keywords: Public policies of culture. Zona da Mata Mineira.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Políticas Públicas de Cultura – Revista e Cadernos de Cultura.....	73
Gráfico 1 – Percentual de municípios por caracterização do órgão gestor de cultura – Brasil – 2006.....	78

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Revistas mais vendidas no Brasil.....	60
Tabela 2 - Perfil do leitor.....	64
Tabela 3 – Circulação.....	64
Tabela 4 - Percentual de instituições quanto à natureza jurídica e os fins lucrativos.....	81
Tabela 5 - Percentual de instituições quanto à isenção de pagamento dos direitos trabalhistas.....	81
Tabela 6 - Percentual de instituições quanto à remuneração dos colaboradores.....	82
Tabela 7 - Percentual de instituições quanto aos recursos utilizados para fomento aos projetos.....	83
Tabela 8 - Percentual de instituições quanto a certificação e apoio recebidos.....	84
Tabela 9 - Percentual de instituições quanto aos investimentos anuais.....	85
Tabela 10 - Percentual de instituições quanto às carências institucionais.....	86
Tabela 11 - Percentual de instituições quanto à estrutura física.....	86
Tabela 12 - Percentual de instituições quanto à maneira de utilização do marketing.....	87
Tabela 13 - Percentual de instituições quanto aos meios utilizados para o marketing cultural.....	88
Tabela 14 - Percentual das instituições quanto às estratégias de marketing.....	89
Tabela 15 - Percentual de instituições quanto à formação universitária dos colaboradores.....	90
Tabela 16 - Percentual de instituições quanto ao tipo de curso sua periodicidade.....	91
Tabela 17 - Percentual de instituições quanto à elaboração de projetos.....	91
Tabela 18 - Percentual de instituições quanto aos gêneros sócio-culturais.....	93
Tabela 19 - Percentual de instituições quanto aos eventos apoiados.....	94

Tabela 20 - Percentual de instituições quanto à localização de aplicação dos projetos.....	94
Tabela 21 - Percentual de instituições quanto ao número de beneficiados anualmente.....	95
Tabela 22 - Percentual de instituições quanto à idade do público alvo.....	96
Tabela 23 - Percentual de instituições por gêneros, raças, profissões, faixa etária, classe social.....	96
Tabela 24 - Percentual de instituições quanto à opinião sobre políticas públicas de cultura.....	97
Tabela 25 - Percentual de instituições quanto à opinião sobre políticas públicas de cultura realizadas por empresas privadas.....	98

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO I – A CULTURA SOB A CONTEMPLAÇÃO SOCIOLÓGICA	17
1.1. A LITERATURA INTERNACIONAL SOBRE O TEMA.....	17
1.1.1. Para se entender o conceito de cultura.....	17
1.1.2. Cultura: base para o empoderamento do indivíduo.....	29
1.2. OS AUTORES BRASILEIROS.....	36
1.2.1. Indústria cultural e cultura brasileira: o que dizem os autores nacionais.....	36
1.2.2. Políticas públicas de cultura no Brasil.....	44
CAPÍTULO II – UMA PESQUISA SOBRE POLÍTICA CULTURAL NA ZONA DA MATA MINEIRA	58
2.1. PREÂMBULO: AS REVISTAS CULTURAIS E OS CADERNOS DE CULTURA DOS JORNAIS E AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA.....	58
2.1.1. Revista Piauí.....	62
2.1.2. Revista Bravo!.....	64
2.1.3. Revista Cult.....	67
2.1.4. Cadernos de Cultura.....	69
2.1.5. Políticas públicas de cultura na ordem do dia.....	72
2.2. A PESQUISA EMPÍRICA: DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS.....	77
2.2.1. Transcrição da pesquisa quantitativa.....	80
2.2.2. Transcrição da pesquisa qualitativa.....	100
2.2.2.1. Além Paraíba: ainda sem se beneficiar das leis de incentivo o município investe recursos próprios na cultura.....	105
2.2.2.2. Cataguases: contraste entre a diversidade de instituições culturais privadas e o restrito investimento do poder público no setor.....	109
2.2.2.3. Juiz de Fora: pólo de referência cultural para municípios das adjacências.....	114
2.2.2.4. Leopoldina: busca pela solidificação das ações já existentes e pela implantação de novas ideias.....	117

2.2.2.5. Muriaé: destaque em políticas públicas de cultura na Zona da Mata Mineira.....	120
2.2.2.6. Ubá: necessidade do resgate da identidade cultural.....	123
2.3. A LEGISLAÇÃO SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA.....	126
2.3.1. Leis Federais de Incentivo.....	126
2.3.2. Lei Estadual de Incentivo de Minas Gerais.....	134
2.3.3. Fundo Estadual de Cultura.....	138
2.3.4. Programa Cultural Murilo Mendes – Lei Murilo Mendes.....	143
2.3.5. As leis nas demais cidades da Zona da Mata Mineira.....	145
CAPÍTULO III – ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO.....	148
CONCLUSÃO.....	156
BIBLIOGRAFIA.....	158
ENTREVISTADOS DURANTE A PESQUISA QUALITATIVA.....	162
WEBGRAFIA.....	163
ANEXOS.....	165
Anexo 1 – Cartas.....	165
Anexo 2 – Questionários.....	168
Anexo 3 – Instituições.....	178
Anexo 4 – Legislação.....	189

INTRODUÇÃO

“Bem-vindos a este lugar que no meu coração é como se fosse um jardim. O jardim é um lugar de prazeres, um lugar para se sentir bem, por isto construído com muito carinho. Mesmo porque um jardim não nasce pronto. Ele primeiro nasce de um sonho. É como uma fantasia. Mas existe uma enorme diferença entre o jardim sonhado e o jardim real. O jardim sonhado é triste porque ele só existe dentro de mim. Existe só como uma nostalgia, uma saudade, uma ausência. Para que a gente seja feliz é preciso que a fantasia se torne realidade. Mas para que tudo se torne realidade existe uma coisa que se chama trabalho. É preciso que o corpo seja possuído pelo sonho, e quando isso acontece ele se põe a trabalhar. Ele cava a terra, ele peneira a terra, ele canaliza a água, cata as pedras, arranca as ervas daninhas.

Desta forma poderíamos dizer que o jardim começa com o sonho. Mas ele não pode ficar só no sonho. O sonho chama o trabalho que vai transformar tudo em realidade. Neste momento somos então felizes. Poderíamos dizer que a felicidade é o resultado do casamento dessas duas potências: a capacidade de sonhar e a capacidade de trabalhar. Por outro lado, um jardim deste tamanho não é obra de um único jardineiro. De maneira alguma. É muita tarefa para um homem só. Jamais poderia estar aqui hoje, recebendo com carinho todos vocês, se não tivesse do meu lado pessoas muito especiais.”

O trecho descrito faz parte do discurso de inauguração do *Instituto Francisca de Souza Peixoto*, proferido por seu gestor executivo Marcelo Inácio Peixoto, e sintetiza com proeminência o objeto de estudo desta dissertação: **políticas públicas de cultura na Zona da Mata Mineira**. Para a realização deste sonho foi feito o mapeamento das instituições promotoras de cultura através de pesquisa quantitativa em caráter censitário, nas cidades onde há secretaria de cultura e nas instituições culturais mantidas por empresas privadas. Não foi possível quantificar todas as instituições devido à inviabilidade de se visitar todas as cidades (relação em anexo) da Zona da Mata, sendo assim, registrou-se apenas 50 delas que responderam ao questionário devolvendo-o pelo correio ou pela *internet*. No que se refere à pesquisa qualitativa, esta foi realizada a partir de entrevistas com secretários de cultura das cidades de Além Paraíba, Cataguases, Juiz de Fora, Leopoldina, Muriaé e Ubá por serem diagnosticadas através do primeiro questionário como as que possuem mais ações em prol da cultura.

A necessidade de se conhecer o crescimento, a expansão e a modernização das políticas públicas de cultura na Zona da Mata Mineira faz do tema abordado relevante no crescimento das mesmas. Poucos são os estudos empíricos sobre políticas públicas de cultura

no Brasil, quiçá existam no interior de Minas Gerais, por isto esta contribuição se faz atual e necessária.

É de conhecimento inclusive do senso comum, que a região delimitada para o estudo está repleta de problemas essenciais e é compreensível, apesar de não ser aceitável, que a política cultural não ocupe lugar de destaque em sua agenda pública. Não se trata, portanto de destacar a baixa atenção ao tema como uma simples crítica, mas contribuir no sentido de retirar a política cultural do relativo adormecimento em que se encontra e trazê-la para o debate político da região.

Como fundamentação teórica para esta análise foram apresentados no primeiro capítulo as posições de teóricos que contribuíram e/ou contribuem para o estudo da cultura no Brasil e fora dele. Nos sub-tópicos são explicitados o conceito de cultura, analisado através da ótica de Raymond Williams e Terry Eagleton, o empoderamento do indivíduo sob os auspícios de Theodor Adorno e Pierre Bourdieu, e as políticas culturais, a indústria cultural e a cultura brasileira tendo como fundamentação os estudos de Lia Calabre, Renato Ortiz, Sérgio Miceli e Gilberto Barbosa Salgado.

A parte central do trabalho é abordada no segundo capítulo quando são descritos seus aspectos empíricos. Em seu primeiro sub-tópico foi feita uma análise das principais revistas e cadernos de cultura nacionais que visou diagnosticar as reportagens que trataram de políticas públicas em 2008. Em seguida, passa-se a discorrer sobre a aplicação da pesquisa quantitativa assim como a sua descrição através de vinte e três tabelas. A pesquisa qualitativa do primeiro questionário, assim como todas as entrevistas feitas aos secretários de cultura foram apresentadas através da descrição discursiva dos depoimentos enviados, intercambiadas com as análises efetuadas. O final do capítulo é voltado para o estudo da legislação sobre políticas públicas de cultura que beneficiam a região abordada.

O terceiro capítulo foi reservado para a análise e interpretação dos dados colhidos nos dois primeiros. Nele a autora expõe sua visão sobre o tema, assim como diagnósticos, prognósticos e sugestões para as políticas culturais futuras. A dissertação se encerra com a conclusão, a bibliografia e os anexos onde estão disponíveis cartas de apresentação, questionários, endereços de instituições e a legislação sobre políticas públicas de cultura.

Viver em um mundo de sonhos pode não ser o ideal para alguns, além do que a razão sempre será necessária. Mas o que seria do mundo sem fantasias e imaginação? Sem “fabulação e fantasia”? Sem o colorido das artes plásticas? Sem a alegria das festas populares, das melodias e das danças? Sem o encanto da leitura, do teatro e do cinema? Sem as delícias

da culinária? Sem a beleza do artesanato? É neste ponto que o estudo que se apresenta se torna importante, pois nele se encontram jardineiros que ensinam a cultivar estes sonhos.

CAPÍTULO I – A cultura sob a contemplação sociológica

Conceituar cultura é um dos trabalhos mais árduos para os pesquisadores do tema. Devido a sua complexidade, sua compreensão requer esforço e dedicação o que evidentemente não impede que uma gama significativa de estudiosos se dediquem a sua compreensão e conceituação. Na literatura internacional Pierre Bourdieu, Theodor Wiesengrund Adorno, Raymond Williams, Karl Mannheim, Lucien Goldman, Walter Benjamin, Hans Ulrich Gumbrecht são leituras imprescindíveis e valorosas. Entre os brasileiros deve-se fazer referência à atuação não só na compreensão do tema, mas também nos trabalhos em busca da criação de políticas públicas de cultura, para citar apenas alguns, os nomes de Sérgio Miceli, Renato Ortiz, Mário Brockmann Machado, Maria Arminda do Nascimento Arruda e Gilberto Barbosa Salgado.

1.1. A literatura internacional sobre o tema

1.1.1. Para entender o conceito de cultura

Em busca de referência nas origens da sociologia inicia-se a compreensão de cultura nesta dissertação citando Weber, que em *Rejeições Religiosas do Mundo e suas Direções*, capítulo XIII do livro *Ensaio de Sociologia* (1982) afirma que “a ‘cultura’ do indivíduo certamente não consiste na **quantidade**¹ dos valores culturais que ele reúne, mas numa **seleção**² desses valores”. (WEBER, 1982, p.407). No entanto, para a elucidação do termo, o presente estudo concentrará suas atenções na definição de cultura cunhada no livro *Cultura* (1992) pelo marxista inglês Raymond Williams, um dos líderes da corrente conhecida como *Cultural Studies*³, organizada na Universidade de Birmingham. O autor estudou o tema, junto ao grupo de Birmingham, desde quando a ideia de cultura e seus desdobramentos passaram a ser incorporados às representações sociais, práticas intelectuais e de alteridade, a partir das condições materiais que se transformam desde o século XVII. Williams aponta como primeiro significado de cultura o de um processo que se mostra como o cultivo de vegetais, criação e reprodução de animais e, por conseguinte o cultivo ativo da mente humana e afirma que o conceito, só vem a se tornar um nome para configuração e generalização do espírito que

¹ Grifo do autor.

² Grifo do autor.

³ Para maiores esclarecimentos recomenda-se o artigo *Desigualdades Culturais e Modernidade Periférica* de Gilberto Barbosa Salgado

informava o modo de vida global de determinado povo, em fins do século XVIII. Durante o processo de estudo, Williams identificou que cultura fixa suas bases no século XIX, mas só ganha autonomia no século XX.

No que se refere à pluralidade do significado de cultura, esta foi empregada pela primeira vez por “Herder em *Ideias sobre a Filosofia da História da Humanidade*” (WILLIAMS, 1992, p.23), com o objetivo de diferenciá-lo de sentidos singulares e foi fundamental para a evolução da antropologia comparada no século XIX, designando um modo de vida global e característico. Williams discute o significado que o termo foi adquirindo para se chegar a estudar cultura como fazem os etnógrafos e etnólogos do mundo inteiro.

Williams afirmava que para se entender cultura era preciso entender civilização e na análise de ambas concluiu que a primeira passou a ser utilizada como correspondente a segunda a partir do período final do século XVIII. Civilização até então, era aceita como um estado realizado, ordenado, educado, em oposição, portanto, ao estado natural da barbárie, também caracterizado pelo seu desenvolvimento, isto é, um estado que obteve progresso. Neste sentido, os termos cultura e civilização estariam relacionados.

Segundo Williams, a cisão entre os dois termos teve início com o pensamento de Jacques Rousseau que questionou a ideia de civilização como crença da razão que levaria o progresso às sociedades. Esta separação também sofreu influência dos intelectuais alemães, preocupados em defender a tradição nacional contra a civilização universal proposta pelos iluministas franceses. Com o romantismo alemão a cultura passou a se relacionar com valores subjetivos e relativos, voltados para emoções, questões do espírito, em contraposição à ideia de civilização, que pressupunha a adoção de valores universais, voltados, sobretudo para o uso da razão, como instrumento para se alcançar o progresso. Com isso, no século XIX, o termo cultura passou a ser associado ao processo geral de desenvolvimento “íntimo”, em oposição ao “externo”. Cultura passou a ser ligada às artes, religião, instituições, práticas e valores distintos e às vezes até opostos à civilização e à sociedade.

O Romantismo, movimento europeu que considerou o artista um sujeito “culto”, um tipo especial de pessoa, um gênio, propagando assim a “realidade superior” da arte foi, segundo Williams, o responsável pelas ideias de cultura “cultura” e cultura de “massa”. Esta forma de ver a arte seria uma espécie de resistência ao sistema pela crítica à sociedade. Enaltecendo a si mesmos quando criticaram a sociedade “sem cultura”, artistas e poetas

mostraram as transformações sociais operadas pela democracia e pela indústria, mas, na contramão, idealizaram a cultura e a arte, transformando-as em verdade imaginativa. Apesar disto, esta postura, a princípio defensiva, transformou-se, assegura o autor, em uma reação profundamente humana, pois questionou, com rigor, os valores espúrios da sociedade industrial moderna. Para Williams, toda a crítica feita pelos artistas e poetas românticos, que acabou resvalando em crítica aos homens comuns, “sem cultura”, é um sentimento de desagrado em relação ao “público” que não era mais o leitor ideal, pois não apresentava o padrão de excelência, o espírito de sabedoria da mente cultivada.

Esta crítica aos valores da sociedade foi retratada também por Pierre Bourdieu, na França. Segundo o autor, artistas e escritores da segunda metade do século XIX passaram por novas formas de dominação impostas pela figura do “burguês”, que foi favorecida pela expansão industrial do Segundo Império, de industriais, negociantes milionários e “novos ricos sem cultura dispostos a fazer triunfar em toda a sociedade os poderes do dinheiro e sua visão do mundo profundamente hostil às coisas intelectuais.” (BOURDIEU, 1996, p.64). Seus gostos limitados ao romance simplista deram lugar a empresas de edição lucrativas e impuseram “uma política deliberadamente hostil” à poesia associada às grandes batalhas românticas, à boemia e ao engajamento em favor dos desfavorecidos. E com o poder do dinheiro “passam a impor sua visão aos artistas e apropriar-se do poder de consagração e de legitimação que eles detêm.” (Idem, p.67).

Apesar do sentimento de repúdio dos românticos ao público que não era mais o leitor ideal porque não estava preparado para assimilar a cultura “cultura”, Williams acredita que esta atitude acabou por beneficiar a maioria ao defender que era preciso preparar o público para que não se deixasse influenciar pela arte mercadológica. O autor explica que foi assim que a cultura tornou-se antítese de mercado.

Esta ideia de cultura elaborada pelos autores românticos apesar de segregar a arte de outras formas de expressão e de formação de significados e valores a fez se tornar elemento fundamental para o entendimento da sociedade, na interpretação de Williams. Sem ela pode-se perder a visão de totalidade da realidade social e não se dar conta de que é o nosso modo geral de vida que faz com que atribuamos sentidos às nossas instituições, práticas e relações.

Esta interpretação de Williams só foi possível após o estudo da ideia de cultura como algo extraordinário que ocupa um lugar de destaque, que é superior. A criatividade defendida como tributo da arte, privilégio de artistas, deixa de ser algo extraordinário e passa a ser vista

como construção de toda uma sociedade. As mais diversas elaborações humanas são cultura na medida em que fazem parte do modo de vida em sociedade. O conceito de cultura como modo de vida não exclui o de produções artísticas porque em ambas o valor atribuído está no significado coletivo:

A dificuldade do termo é, pois, óbvia, mas pode ser encarada de maneira mais proveitosa como resultado de formas precursoras de convergência de interesses. Podemos destacar duas formas principais: a) ênfase no *espírito formador* de um modo de vida global, manifesto por todo o âmbito das atividades sociais, porém mais evidente em atividades “especificamente culturais” – Uma certa linguagem, estilos de arte, tipos de trabalho intelectual; e b) ênfase em *uma ordem social global* no seio da qual uma cultura específica, quanto a estilos de arte e tipos de trabalho intelectual, é considerada produto direto ou indireto de uma ordem primordialmente constituída por outras atividades sociais. (WILLIAMS, 1992, p.11-12).

O significado existe e é importante tanto para grupos religiosos, quanto para uma plateia que assiste a um monólogo. Para Williams então, a arte deve ser interpretada como um processo não dissociado da sociedade. Ela é cultural tanto quanto as demais práticas humanas. O termo cultura poder ser usado tanto para significar práticas sociais, quanto para produções culturais, ambos entendidos como sistema de significados, possibilita a ampliação do leque de interpretações e assim a cultura:

Tornou-se um nome do processo “íntimo”, especializado em suas supostas agências de “vida intelectual” e “nas artes”. Tornou-se também um nome de processo geral, especializado em suas supostas configurações de “modos de vida totais”. Teve um papel crucial em definições de “artes” e “humanidades”, a partir do primeiro sentido. Desempenhou papel igualmente importante nas definições das “Ciências Humanas” e “Ciências Sociais”, no segundo sentido. (WILLIAMS, 1979, p.23).

No que se refere especificamente ao cultivo da mente, Williams ainda distingue três diferentes significados a) estado mental desenvolvido, que seria o mesmo que ‘pessoa de cultura’, ou ‘pessoa culta’; b) processos desse desenvolvimento, como ‘interesses culturais’ e ‘atividades culturais’; e c) meios desses processos, em cultura considerada como ‘as artes’ e ‘o trabalho intelectual do homem’.

Para pensar cultura segundo Williams, é necessário atentar para a relação entre a formação cultural e os movimentos sociais, tendo as noções de hegemonia, cultura e ideologia como parâmetros interpretativos. Assim alguns pontos imprescindíveis são necessários para a

análise dos processos culturais. O primeiro deles seria a observação da relação da cultura com as instituições, que neste caso, é descrever suas relações, seus esquemas e forças produzidas no processo prático de sua elaboração. Williams, no livro *Cultura* (1992), propõe que essa descrição se dê por meio do detalhamento interno e externo do produto cultural, identificando relações. Para ele, os dados internos deverão evidenciar as relações do produtor e do produto cultural com as forças sociais e suas instituições e tradições. Além deste, Williams ainda pondera que se deva levar em consideração que cultura é um processo e não uma realidade estática; que tem sua formação, sua constituição, sua gênese que também devem ser consideradas na análise.

Outro ponto importante para se entender a cultura é a necessidade de se pensar as identificações que o sujeito faz em relação à cultura (adesão, empatia, simpatia, vinculação a determinados processos). A desigualdade de interesses culturais se dá pelo rebaixamento, a pauperização do gosto. Salgado, no artigo sobre o tema da desigualdade cultural, *Desigualdades Culturais e Modernidade Periférica* (2007), aborda e exemplifica o rebaixamento do gosto no cinema, no teatro, na música e na literatura quando trata da indústria cultural, organização que contribui impondo a identificação do sujeito com determinada produção cultural.

O estético está sempre associado ao social, é o que afirma Williams. Por isso, os traços internos de um produto cultural devem também ser analisados em relação às condições sociais de possibilidade de produção quando se quer entender a cultura. São os conflitos sociais, as interações e as inter-relações os fomentadores das características internas do produto cultural e são eles que são importantes, pois dão à análise do produto cultural uma real dimensão crítica.

Para Williams, cultura produz a realidade. E a maneira como ela se reproduz se faz importante em sua compreensão. Na condição de força produtiva ela constitui o mundo real quando, interagindo com ele, se vale de meios materiais tais como: a língua, as tecnologias específicas de escrita, formas de escrever, sistemas eletrônicos e mecânicos de comunicação, etc. O produto cultural é, em grande medida, um desdobramento das relações sociais que alteram a consciência prática que a produz.

Por fim, Williams alerta para as formas pelas quais a cultura se organiza. A cultura arranja as relações sociais dos produtores culturais como sistema de significações. Cria instituições e orienta o processo de agrupamento interno dos produtores. Neste sentido, para

se analisar a cultura é necessário observar a correlação da totalidade dessas interações, pois se ela serve para “indicar ‘modo de vida’ global de determinado povo ou de algum outro grupo social” (WILLIAMS, 1992, p.11), fazer sua análise representa descrever as inter-relações entre as práticas de significações que articulam e organizam a vida social.

Isto requer, portanto, uma interpretação capaz de dar conta das instituições que conformam o sistema de significações aos quais a cultura especificamente em estudo se faz realizar. A vida social se processa, na perspectiva de Williams, segundo um sistema organizado, onde não é possível separar, desmembrar, isolar o produto cultural. Do ponto de vista político, esse modo de ver a cultura retira-lhe visões idealistas, espiritualistas e ideológicas, além de recolocá-la no lugar do qual nunca deveria ter saído – das relações sociais. Insiste o autor, que cultura não é um mundo em separado. Suas regras e funcionalidades se constituem socialmente. Dar-lhe um status de superioridade, retirando-lhe do lugar comum do mundo material, é uma forma de neutralizá-la e reduzir seu poder em explicar as relações sociais reais.

O sentido e a função da cultura variam segundo as transformações nas relações sociais, ao tempo que reorganiza a própria estrutura sócio-histórica. A cultura organiza valores e significados da sociedade, mas também institui outros valores e significados ao fazer isto. Por isso é necessário considerar as suas condições de produção e as relações com o mundo que produz. O interesse de Raymond Williams é mostrar, por meio do produto cultural em si – o que diz, o que expressa e como faz isto –, as relações contemporâneas que com ele se estabelecem, daí a ideia de cultura como todo um modo de vida. A cultura, para Williams, não é um produto cuja especificidade se desloca do todo, mas está em relação direta com este todo. Desse modo, cultura articula instituições, imiscui-se na política, faz girar capital, promove valores e contesta outros, enfim, faz parte da vida cotidiana e participa da vida de todos.

Na mesma perspectiva de Raymond Williams, Terry Eagleton, filósofo, professor de Literatura Inglesa na Universidade de Oxford, e a partir da década de 90 crítico de cultura, acaba por se tornar mais um importante expoente no estudo deste tema. A produção de Eagleton descende desse tronco fértil. Como Williams, Eagleton é um autor que transita entre a crítica e a criação literárias e alia a atuação didática a uma atenção concentrada tanto na produção literária quanto na crítica que cada vez mais atua como mediadora da experiência da literatura. O projeto intelectual de Eagleton está fundado na consciência de que a crítica da

cultura não é uma disciplina acadêmica secundária, mas uma forma efetiva, ainda que limitada, de intervenção na realidade.

No livro *A Ideia de Cultura* (2005), faz uma abordagem temporal histórica, evolutiva, iniciando pelo aparecimento do conceito de cultura, referindo-se às diversas versões de cultura para em seguida, estando ela relacionada com a sociedade, retratá-la como dinâmica em crise. Tal ideia é desenvolvida ao referir-se a existência de guerras culturais, já que cultura é referente à humanidade em geral e pode ser também um produto da política. Quando relaciona cultura com a natureza o autor faz uma distinção entre a influência que os conceitos podem ter na sociedade. Para finalizar desenvolve uma problemática de que a cultura só pode perdurar se for de uma maioria popular e não uma cultura minoritária. Esta obra, portanto se torna fundamental para o entendimento do conceito de cultura, assim como suas aplicações no contexto estudado nesta dissertação.

Terry Eagleton se propôs a atualizar o caminho da ideia de cultura a partir da modernidade e sua utilização na pós-modernidade. A ideia de cultura é construída e exaustivamente discutida através da junção entre Shakespeare, Marx, Nietzsche e Freud. Certo de que ela necessita de revisão pelo desgaste natural de sua indiscriminada utilização em várias áreas do conhecimento e sua sobrevivência na pós-modernidade, ele tece um sentido diferente sem se desconectar completamente de conceitos históricos fundamentais. Raymond Williams é o principal nome no dialógico dessa construção.

A relação entre cultura e natureza, leva o autor à análise semântica do termo a partir de sua transformação mais latente, a passagem de uma esfera completamente material para outra espiritual. Cultivar deixa de ser apenas cuidar da terra, passando a significar também cultivar a si mesmo. Como se a cultura tivesse surgido da necessidade de complementar as imitações da natureza, ele mostra as tensões do termo. Tensão no sentido de o conceito superar-se à medida que acompanha as transformações sociais e políticas, ocasionando constantes viradas dialéticas: “a natureza produz cultura que transforma a natureza” (EAGLETON, 2005, p.12).

Eagleton faz uma abordagem geral dos diferentes significados da palavra cultura. Decodifica o termo que acompanha o êxodo rural para as cidades. Inicialmente ligada ao campo, num processo material, numa atividade, passa a fazer parte de uma ligação com o espírito; faz parte de uma população que não se relaciona diretamente com as atividades da terra, mas antes daqueles que têm tempo para se instruir; como refere o autor, “a agricultura não deixa lazer algum para cultura” (Idem, p.10).

Eagleton procura desmistificar a relação entre cultura e natureza. A natureza estabelece continuidade entre o homem e o ambiente, já a cultura realça as diferenças. O homem apesar de fazer parte da natureza pode ser distinguido pela capacidade de adaptação. Aqui é introduzida outra versão de cultura, relacionada com uma cultura de Estado. Há passagem do natural para o artificial. Como é referido “são os interesses políticos que, geralmente, governam os culturais, e ao fazer isso definem uma versão particular de humanidade.” (EAGLETON, 2005, p.18). Cultura, não sendo o mesmo que civilização, é uma forma de poder que depende da sociedade devendo ser promovida pelo Estado para que a sociedade civil seja harmoniosa e responsável, seja humana que é o mesmo que “livre de conflito”. A cultura implica uma visão global não só dos interesses próprios, mas também dos outros. Existe uma interligação entre cultura e vida social no mundo pós-moderno. Na Idade Média havia os mecenas, a Igreja. Em sociedades onde não há a organização estatal, a cultura faz parte do dia-a-dia, são manifestações da prática diária de vida, ainda que guardados momentos ritualísticos especiais. A cultura floresceu na modernidade arregimentada pelo Estado.

O autor analisa também as variantes da cultura num domínio mais geral como as ciências e filosofia e num mais específico como a música, a pintura e a literatura:

Se a primeira variante importante da palavra ‘cultura’ é a crítica anticapitalista, e a segunda um estreitamento e, concomitantemente, uma pluralização da noção a um modo de vida total, a terceira é a sua gradual especialização às artes. Mesmo aqui o significado da palavra pode ser restringido ou expandido, já que cultura, nesse sentido, pode incluir a atividade intelectual em geral (Ciência, Filosofia, Erudição, etc.), ou ser ainda mais limitada a atividades supostamente mais ‘imaginativas’, como a Música, a Pintura e a Literatura. (Idem, p. 29).

Eagleton aborda o perigo de declínio da cultura apoiada na arte, pois esta tem tendência a desaparecer. Segundo o autor “tão logo cultura venha a significar erudição e as artes, atividades restritas a uma pequena proporção de homens e mulheres, a ideia é ao mesmo tempo intensificada e empobrecida.” (Idem, *ibidem*, p.29).

Nas sociedades tradicionais a cultura era um meio universal em que a sexualidade, organização política, produção material estavam ligados a uma ordem simbólica e não apareciam como sistemas distintos. No horizonte pós-moderno, vida social e cultura estão ligadas na forma da estética da mercadoria. Uma conjunção de elementos valoriza a

localidade, o corporal, a identidade e unem-se à centralidade da imagem e à integração cultural dentro da produção de mercadorias em geral. Na tensão no interior da ideia reside uma forma de superação para a crise. Sua capacidade de agregar as ações aponta para o perigo de se pensar cultura no campo das ciências humanas, sociais e das artes tornando-a restrita a uma parte da população. Para Eagleton, a cultura sobreviverá se não perder sua capacidade crítica e a especificidade de dialogar com a produção de bens materiais de forma consciente.

Eagleton mostra que definir o que é e o que não é cultura não é tarefa simples. Apesar de tudo parecer cultura, quando há uma especialização cada povo tem as suas referências literárias, culturais e artísticas. O autor faz uma distinção entre Cultura, como sendo um termo mais abrangente, e cultura com significado mais específico, referente a um povo, a uma civilização. O que antes podia unir os homens, agora pode afastá-los. Como refere o autor a “cultura, em resumo, deixou de ser parte da solução para ser parte do problema” (EAGLETON, 2005, p.60-61). A cultura passa a fazer parte do conflito político.

Ao confundir-se com sociedade cultura relaciona-se com o homem e por isso, tudo deveria ser cultura, mas de fato o que se passa é diferente. Eagleton ressalta o raciocínio de Williams salientando que a “cultura é constitutiva de outros processos sociais, em vez de meramente refleti-los ou representá-los”. (Idem, p.54).

Eagleton afirma que a ideia de cultura, antes ligada com a religião, inicia uma queda quando esta começa a perder o controle sobre as massas trabalhadoras. A cultura parece parte integrante da política, envolvendo questões econômicas, sem a capacidade de exercer o seu papel de homogeneizar, de unificar a sociedade. A alteração social põe em risco a cultura. Eagleton transmite a ideia da não supremacia de uma única cultura. Apesar disto a cultura ocidental vê-se como universal e, portanto capaz de alterar as outras. Refere-se à cultura como dinâmica, logo não pode ser comum, caso contrário passará a ser considerada civilização.

Eagleton lembra neste livro que o choque entre Cultura e cultura tornou-se um conflito global. Por considerar-se a Cultura primordial, o Ocidente é palco principal das “Guerras” e confronta nações, religiões, “raças”, etc. Os conflitos são respostas aos “bárbaros que invadem” com forte suporte político e religioso. Utilizando a religião, a ideologia, o mercado e a economia, a cultura pós-moderna, fortemente sustentada pelo consumismo, depara-se com o mito da integração simultânea pelos meios de comunicação. Mas encontra um Mundo dividido por outros mundos distantes entre si. Nesse caso, existe o risco do Estado-Nação deixar de fazer sentido, uma vez que se prega uma comunidade internacional. Esse risco é

exatamente o estopim que promove o conflito entre a economia ocidental e as outras identidades.

O conceito de cultura já preconizou particularidades e foi identificável na figura do sujeito universal que compartilhava valores com outros sujeitos universais. Na pós-modernidade, no entanto ela passa a significar identidades específicas. Silva Júnior em Dissertação de Mestrado em História intitulada *Políticas Culturais e Arquivos Públicos - difusão cultural, acesso e preservação do patrimônio cultural em Minas Gerais - 1995-2005*.(2008), afirma que:

Nesse caso, ela é muito mais um produto da política e assiste a conflitos geopolíticos porque o Ocidente é incapaz de equiparar sua civilidade com o que é diferente. Nossa época precisa encontrar um meio termo entre sua capacidade de afirmação e sua capacidade geradora de novas formas de domínio. Diante dessa questão política, o ideal é que os movimentos diferentes da alta cultura, da cultura pós-moderna e a cultura de identidade consigam ir além dos movimentos de contracultura, superando assim, a dialética da natureza e da cultura. (SILVA Júnior, 2008).

A partir da dialética entre os termos Cultura e natureza, Eagleton aborda questões do corpo, da morte, do discurso e os perigos do relativismo cultural. Para o autor, não somos apenas seres naturais ou culturais, mas fruto da junção dessas duas marcas humanas transformadas pela capacidade simbólica e criativa. A compreensão humana aproxima-se da linguagem e elas oferecem correlatos para explicar o outro na medida em que conseguimos nos explicar. As culturas são tendentes e imprecisas, podem comunicar-se entre si, mas se mantêm indeterminadas porque se transformam continuamente: “Se o ‘outro’ encontra-se além da minha compreensão, não é por causa da diferença cultural mas porque ele é, afinal de contas, ininteligível para si mesmo também” (EAGLETON, 2005, p.139).

Eagleton mostra que a relação humana é “desjuntada” porque os seres se movem “na conjunção do concreto e do universal, do corpo e do meio simbólico” (Idem, p.40) e a soma desses elementos faz com que o homem tenha a capacidade de ir além de seus limites sensíveis nos campos da sociedade, da tecnologia e da história. As vidas humanas são determinadas por necessidades culturais que, por sua vez, perpassam necessidades naturais e materiais quando se entende a história como a ferramenta que nos permite enxergar nossas determinações e que nos faz transcender a natureza, justamente pela linguagem que nos liberta e nos abstrai nocivamente do natural.

Forças como violência, vingança, paixão e ironia surgem da interação conflitante entre cultura e natureza e podem “levar à escuridão”. A cultura é algo aberto e contraditório: não leva a um desenvolvimento harmonioso e pode levar o homem à autodestruição. Essa dialética é demonstrada em *Rei Lear* de Shakespeare e os conflitos da modernidade e da pós-modernidade anunciados. Na relação limiar entre corpo/linguagem e a funcionalidade de ambos, sua análise literária ganha estatutos “humanísticos” e ilustra uma força percebida posteriormente por Marx, Nietzsche e Freud. Força que mostra que há mais no mundo do que a cultura e que seria importante que o homem conseguisse “viver da cultura” sem precisar dominar a história ou permanecer em um estado permanente de “mal-estar”. A marca de nossa humanidade nos leva a transgredir o conceito e a noção de que a natureza humana é comunitária e culturalmente mediada apontam as bases para uma política de resistência global em uma época em que a dominação tornou-se profundamente importuna.

A partir da ideia de que a cultura perdura se partir de uma maioria popular e do pressuposto de que ela se divide em consciente e inconsciente, Eagleton analisa as posturas de T. S. Eliot e de Raymond Williams. Para Eliot, a cultura comum deveria nascer de forma elitista e autoconsciente e a aristocracia e a *intelligentsia* seriam naturalmente as principais criadoras do processo que depois se dissemina. Raymond Williams se distingue dele, porque coloca que os valores que realmente importam nascem das camadas populares organizadas em um movimento consciente de classe. Nesse caso, ele valoriza a participação comum e inclusiva e prevê transformações culturais de acordo com as classes. Eliot, por sua vez, subestima tudo aquilo que não é aristocracia.

Eagleton, como discípulo de Williams, destaca as distinções entre formas residuais, dominantes e emergentes que permeiam seu pensamento. De certa forma atualiza esses conceitos e discute o abalo nas noções de identidade e os diversos modos de vida convivendo e ameaçando os valores civilizados. As culturas fechadas nascem para confrontar a ordem política e econômica ocidental que prega a diferença para afirmar-se hegemonicamente. De modo geral, ele politiza opções estéticas com discernimento intelectual e uma coerência arraigada à sua trajetória.

O estudioso extrapola o senso comum literário e ideológico e constrói as mais difíceis relações entre as ideias do seu tempo e a cultura. Sua capacidade de harmonizar e de aproximar temas aparentemente díspares, tendo como base a contradição como motor do mundo, levam-no a escrever contra o mobilismo. Disso decorre a problematização da ideia

com o intuito de superar um positivismo dominante, uma dicotomia redutora e a discussão da ordem colonizadora. Essa problematização desvelada se coloca como liberdade discursiva e vontade de transformação a partir de uma inserção crítica na história. Ao discutir a ideia de cultura, Eagleton tem a consciência de que contribui dialeticamente para as ideias vindouras e afirma sua importância política no próximo milênio.

Foi através dos conceitos de cultura estabelecidos por Raymond Williams e Terry Eagleton que se pretendeu analisar as políticas públicas de cultura na Zona da Mata Mineira, tendo-os como fundamentação teórica. Isto, no entanto, não foi feito sem antes abordar as visões sociológicas de cultura de Theodor W. Adorno, Pierre Bourdieu, Renato Ortiz, Sérgio Miceli e Gilberto Salgado, autores de crucial importância na análise de políticas públicas de cultura em seus países, seja através de contribuições através de suas pesquisas, levantamento de temas para debates ou das publicações. Diante do fato, é o que se passa a abordar.

1.1.2. Cultura: base para o empoderamento do indivíduo

Neste tópico buscou-se registrar e destacar de que forma as considerações de Theodor Adorno em *A Indústria Cultural: esclarecimento como mistificação das massas* (1987) e as de Pierre Bourdieu em *As Regras da Arte* (1996) e em *A Distinção* (2007) agregam valor aos estudos sobre empoderamento através do acesso à cultura. E foi tendo-os como fonte teórica que se pôde refletir sobre o tema, além de serem os autores basais no esclarecimento de uma das questões abordadas no terceiro e último capítulo: “As instituições que se denominam promotoras de cultura vêm realmente fazendo o que se propõem, ou incluem-se na indústria manipuladora capitalista?”. Sendo assim, passa-se a acompanhar seus raciocínios.

Theodor Adorno, filósofo e sociólogo alemão, se tornou um dos críticos mais ácidos dos modernos meios de comunicação de massa, quando constatou que a mídia não se voltava apenas para suprir as horas de lazer ou dar informações aos seus ouvintes ou espectadores, mas fazia parte do que ele chamou de indústria cultural. Um imenso maquinismo composto por milhares de aparelhos de transmissão e difusão que visava produzir e reproduzir um clima conformista e dócil na multidão passiva.

Para Adorno, a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. A reprodução da mesmice objetiva o consumo e a manipulação e deixam a arte abandonada ao acaso sem sequer a preocupação em dissimular tal estrago. Diante disto, o autor afirma que:

Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear. Os dirigentes não estão mais sequer muito interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente ele se confessa de público. O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. (ADORNO&HORKHEIMER, 1987, p.114).

A técnica da indústria cultural levou à padronização em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social. Isso, porém, não deve ser atribuído a nenhuma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual. A necessidade que talvez pudesse escapar ao controle central já é recalçada pelo controle de consciência individual, diz Adorno. Filmes, revistas, programas de rádio seriam maneiras diversificadas de adestramento do espectador. A atrofia da imaginação e da espontaneidade do

consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos paralisam essas capacidades em virtude de sua própria constituição objetiva facilitando a manipulação.

Adorno tentou fazer com a indústria cultural o que Weber fez com as produções nas fábricas. Ele trata a passagem da produção de arte para o seu consumo. Consumo que abrange não só o trabalhador, mas todos os que o rodeiam: mulher, filhos, pais. Os produtos da indústria cultural são consumidos alertamente até mesmos pelos mais distraídos. A indústria cultural pode se ufanar de ter erigido a transferência desajeitada da arte para a esfera do consumo.

Quando trata-se do valor de uma mercadoria, podemos pensar em valores de uso e valores de troca. O primeiro refere-se à serventia que se dá a determinada mercadoria e o segundo, ao conjunto de horas desprendidas em sua fabricação. Para Adorno, o valor de uso no capitalismo avançado transformou todos os bens simbólicos, livros, teatro, cinema em mercadoria, e o homem continua atrasado mesmo tendo acesso a estes bens, devido à colonização do valor de uso das mercadorias simbólicas pelo valor de troca. Tal colonização se realiza porque o produtor capitalista se preocupa apenas com o quanto renderá o bem cultural. O poder do dinheiro ditando que tipo de bem cultural será consumido. Adorno acredita que a indústria cultural colabora para isto quando manipula, ilude, idiotiza.

Weber já abordara esta questão, em *A Ciência como Vocação* (1983), quando ao analisar a seleção para o cargo de professor em universidades alemãs, reconhece que o poder do dinheiro se torna maior que o da competência dando oportunidades àqueles que apesar de menos talentosos tiveram a abastança como degrau para sua carreira intelectual. O sociólogo solidarizava-se inclusive com colegas de academia desafortunados “e que, devido aos processos de seleção, jamais puderam ocupar, a despeito do talento de que são dotados, as posições que mereciam.” (WEBER, 1983, p.21).

A reprodução inconsequente do bem cultural tem como resultado a redução de sua complexidade, realizada através da imitação ou da redução do estilo. Tal atitude objetiva que os bens culturais atinjam o maior número possível de consumidores o que aumenta o valor de troca. Para Adorno:

A indústria cultural acaba por colocar a imitação como algo de absoluto. Reduzida ao estilo, ela trai seu segredo, a obediência à hierarquia social. A barbárie estética consome hoje a ameaça que

sempre pairou sobre as criações do espírito desde que foram reunidas e neutralizadas a título de cultura. Falar em cultura foi sempre contrário à cultura. O denominador comum ‘cultura’ já contém virtualmente o levantamento estatístico, a catalogação, a classificação que introduz a cultura no domínio da administração. Só a subsunção industrializada e consequente é inteiramente adequada a esse conceito de cultura. (ADORNO&HORKHEIMER, 1987, p.123).

A arte deixa sua função principal de desilusionista, de desestruturadora, de produtora de conhecimento para reproduzir o reconhecimento o que torna simples as formas de manipulação. A indústria cultural se torna a indústria da diversão. “Seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão, e não é por um mero decreto que esta acaba por se destruir, mas pela hostilidade inerente ao princípio da diversão por tudo aquilo que seja mais que ela própria.” (Idem, p.128).

Os bens culturais são reduzidos em complexidade e transformados em prolongamento do trabalho. O receptor da arte oferecida não deve em momento algum se esforçar para maiores entendimentos. Tudo é simplificado e moldado de forma que ele não precise se esforçar e menos ainda contestar. Adorno afirmava que:

A diversão é o prolongamento do trabalho no capitalismo tardio. (...) O pretense conteúdo não passa de uma fachada desbotada; o que fica gravado é a sequência automatizada de operações padronizadas. Ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. O prazer acaba por se congelar no aborrecimento, porquanto, para continuar a ser um prazer, não deve mais exigir esforço e, por isso, tem de se mover rigorosamente nos trilhos gastos das associações habituais. O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação (...). Toda ligação lógica que pressupunha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada. (Idem, Ibidem, p.128).

Para Adorno, a indústria cultural não sublima, mas reprime. Em um primeiro momento tem-se a impressão de que o que é apresentado pode ser satisfeito, mas a verdade é que a indústria cultural o mostrará apenas como consumidor, e que este assim deverá permanecer. A explicação oferecida pelo estudioso é que:

O princípio impõe que todas as necessidades lhe sejam apresentadas como podendo ser satisfeitas pela indústria cultural, mas, por outro lado, que essas necessidades sejam de antemão organizadas de tal sorte que ele se veja nelas e unicamente como um eterno consumidor, como objeto da indústria cultural. (...) A fuga do cotidiano, que a indústria cultural promete em todos os seus ramos, se passa do mesmo modo que o rapto da moça numa folha humorística norte-

americana: é o próprio pai que está segurando a escada no escuro. A indústria cultural volta a oferecer como paraíso o mesmo cotidiano. Tanto o *scape* quanto o *elopement* estão de antemão destinados a reconduzir ao ponto de partida. A diversão favorece a resignação, que nela quer se esquecer. (ADORNO&HORKHEIMER, 1987, p.133).

Destarte, “o logro, pois, não está em que a indústria cultural proponha diversões, mas no fato de que ela estraga o prazer com o envolvimento de tino comercial nos clichês ideológicos da cultura em vias de liquidar a si mesma”. (Idem, p.133-134).

A ilusão de liberdade sobressai em tudo que é oferecido pela indústria cultural, mas o indivíduo é manipulado a ponto de não se ver como pessoa autônoma e pensante. Mesmo envolvido nas mais diversas estruturas de controle é incapaz de se acreditar manipulado. Aos que se rebelam é oferecido o pesado fardo da exclusão e da ruína:

A liberdade formal de cada um está garantida. Ninguém tem que se responsabilizar oficialmente pelo que pensa. Em compensação, cada um se vê desde cedo num sistema de igrejas, clubes, associações profissionais e outros relacionamentos, que representam o mais sensível instrumento de controle social. Quem não quiser se arruinar deve tomar cuidado para que, pesado segundo as escala deste aparelho, não seja julgado leve demais. De outro modo, dará para trás na vida e acabará por ir a pique. O fato de que toda carreira, mas sobretudo nas profissões liberais, os conhecimentos especializados estão, via de regra, ligados a uma mentalidade de conformismo às normas enseja facilmente a ilusão de que os conhecimentos especializados são os únicos que contam. (Idem, Ibidem, p.140).

Nesse sentido, para Adorno “a cultura sempre contribuiu para domar os instintos revolucionários, e não apenas os bárbaros. A cultura industrializada faz algo a mais. Ela exercita o indivíduo no preenchimento da condição sob a qual ele está autorizado a levar esta vida inexorável.” (Idem, Ibidem, p.143). Foi assim que a indústria cultural se tornou importante para a distinção entre os indivíduos e fertilizante do cultivo das diferenças. E é este tema que as próximas linhas passam a abordar sob os auspícios de Pierre Bourdieu.

O trabalho de Bourdieu é considerado tão importante quanto o de Adorno por Sérgio Miceli, um dos principais peritos em suas obras no Brasil. Miceli acredita que os estudos do primeiro hoje exercem muito mais influência que os do segundo, por a leitura e o impacto dos frankfurtianos terem diminuído.

Bourdieu pensava a sociedade por meio do conceito de dominação, observada nas práticas insignificantes como o gosto por um tipo de alimento ou escolha de uma peça do

vestuário. No entanto acreditava, que esta dominação também se manifesta pelas estratégias que os agentes sociais mobilizam nos diferentes campos em que ocupam posições desiguais. Sendo assim, considerava o conhecimento dos campos sociais (religioso, artístico, científico, econômico, político, etc.), imprescindível no estudo das relações, e em *As Regras da Arte* (1996) aprofunda suas reflexões no campo que denomina como campo literário, espaço social que reúne diferentes grupos de literatos, romancistas e poetas, que mantêm relações determinadas entre si e também com o campo do poder. É neste campo literário e artístico que segundo ele, em meio a imposições e restrições nasceu a revolução cultural. Este campo também se constituiu pela oposição ao mundo “burguês” que afirmava de maneira “brutal seus valores e sua pretensão de controlar os instrumentos de legitimação, tanto no domínio da arte como no domínio da literatura, e que, por intermédio da imprensa e de seus plumitivos, visa impor uma definição degradada e degradante da produção cultural”. (BOURDIEU, 1996, p.75).

Assim como Adorno, Bourdieu também acreditava que é através da cultura que os setores dominantes garantem seu poder. A cultura se torna um móvel de lutas entre grupos sociais cuja finalidade é manter os distanciamentos distintivos entre classes sociais. A garantia da cultura dominante é manter a cultura dominada sob controle. Quanto menos conhecimento tiver o indivíduo, mais fácil será controlá-lo.

Compreender o consumo e as práticas culturais é um dos desafios lançados pela sociologia da cultura de Pierre Bourdieu. Para isto é necessário entender o que o autor chama de “capital cultural”, explicitado em *A Distinção* (2007). Trata-se de uma riqueza simbólica desigualmente distribuída dentro de cada campo, que é acumulada e transmitida de geração em geração, traz poder a seus detentores e suscita o desejo – consciente ou não – de se distinguir dos demais por meios e atitudes “típicas” de um conhecedor. Segundo, Bourdieu, o “capital cultural” pode aparecer sob três formas diferentes: como “*habitus* cultural”, quando é fruto da socialização prolongada, que garante a alguém saber falar bem em público ou se sentir à vontade em uma ópera, por exemplo; como forma objetivada, presente em bens culturais como livros, quadros, discos etc.; sob forma institucionalizada, contida nos títulos escolares e vinculada ao mercado de trabalho. Vale destacar que não necessariamente o “capital cultural” está associado ao capital econômico; muitas vezes, grupos menos privilegiados do ponto de vista financeiro são os maiores detentores do “capital cultural”. De qualquer maneira, o montante e a natureza do “capital cultural” possuído pelos diferentes agentes têm relação direta com suas preferências estéticas e aquisições culturais.

Em *A Distinção* (2007), Bourdieu se propôs a explicar as diferenças de posicionamento político, de comportamento e de apreciação dos produtos culturais presentes nos diferentes estratos da sociedade, por meio do conceito de “*habitus*”. O autor argumentava que os atores sociais fazem uso estratégico do gosto, manejando sua destreza linguística e estética como maneira de se demarcar socialmente de grupos de menor “capital cultural” e de obter reconhecimento simbólico e prestígio. Nessa lógica, o consumo cultural e o deleite estético são acionados como forma de distinção, ou seja, a familiaridade com bens simbólicos traz, consigo, associações como “competência”, “educação”, “nobreza de espírito” e “desinteresse material”. E o cruel é que a divisão da sociedade entre “bárbaros” – incapazes de se deleitar com uma bela sinfonia ou uma pintura impressionista – e “civilizados” – eruditos e dotados de “bom gosto” – acaba tendo consequências políticas: justifica o monopólio dos instrumentos de apropriação dos bens culturais por parte desses últimos.

Segundo Bourdieu, para se compreender como a arte é recebida pelos diferentes públicos é necessário se observar a classe social, nível de escolaridade, idade, dentre outras influências. Para o sociólogo, estes fatores são de relevância na interpretação das diversas formas de arte. “Sabe-se, assim, que indivíduos que ocupam posições diferentes no espaço social podem dar sentidos e valores inteiramente diferentes, ou mesmo opostos, aos adjetivos comumente empregados para caracterizar as obras de arte ou os objetos da existência cotidiana.” (BOURDIEU, 1996, p.331). Tais fatores são importantes também quando se trata da ‘recepção’: “Com efeito, pode-se afirmar que duas pessoas dotadas de *habitus* diferentes, não estando expostas à mesma situação e aos mesmos estímulos, pelo fato de que os constroem diversamente, não escutam as mesmas músicas e não veem os mesmos quadros, e têm razões para fazer julgamentos de valor diferentes”. (Idem, p.333). É o que ele denomina “distinção”.

O consumo cultural varia de acordo com as classes sociais, dependendo do volume do capital possuído. Existe uma correspondência entre a estrutura das classes e a estrutura dos gostos e práticas. A classe dominante procura manter a sua posição por uma estratégia de distinção, definindo e impondo, para o resto da sociedade, o “bom gosto”. A lógica da distinção consiste em manter uma distância distintiva entre as práticas: logo que uma prática se difunde, e perde assim o seu poder distintivo, é substituída por outra, reservada aos membros das classes dominantes. A popularização de um esporte, por exemplo, pode levar ao seu abandono pelas classes dominantes. Outra forma de imposição é através da linguagem,

cujo uso dominam mais que as outras classes. Quanto maior o repertório linguístico, maior o domínio.

Em busca do equilíbrio é necessário oferecer a todas as classes sociais meios para que se apoderarem do conhecimento, e assim possuam instrumentos de combate à distinção. O problema maior está em quem poderá oferecer tais meios, sendo que os que mais possuem recursos para tal, a classe dominante, é a que mais deseja manter a distinção. Bourdieu conclama os intelectuais à criação de um “corporativismo do universal”, onde eles, com o aumento de sua autonomia (e, com isso, entre outras coisas, sua liberdade de crítica com relação aos poderes), seriam as peças chave para “aumentar a eficácia de uma ação política cujos fins e meios encontram seu princípio na lógica dos campos de produção cultural”. (BOURDIEU, 1996, p.370). Tais intelectuais poderiam contribuir com a elaboração de políticas públicas que primassem pelo respeito à liberdade de escolha do que cada um deseja produzir ou consumir culturalmente.

No próximo tópico tomou-se como referência os estudos de estudiosos brasileiros e foi só a partir de então, que se pôde diagnosticar os dados colhidos no capítulo II e interpretados no capítulo III sobre as políticas públicas de cultura em Minas Gerais. Sem suas orientações sobre as políticas culturais, a indústria cultural e a cultura nacional esta pesquisa não existiria.

1.2. Os autores brasileiros

1.2.1. Indústria cultural e cultura brasileira: o que dizem os autores nacionais

Neste ponto dos estudos teóricos passa-se a abordar a posição de autores nacionais sobre as políticas públicas de cultura, ou a falta delas, assim como a cultura brasileira e a indústria cultural. No intuito de não perder o foco optou-se por trabalhar com três deles – Renato Ortiz, Sérgio Miceli e Gilberto Barbosa Salgado – já ciente de deixar a dissertação carente das contribuições de autores que realizaram importantes estudos culturais no país.

O sociólogo e antropólogo, Renato Ortiz, professor no *Instituto de Filosofia e Ciências Humanas* da Unicamp, tem se dedicado em seus livros e pesquisas ao problema da cultura em âmbito nacional e mundial a partir das Ciências Sociais, contribuindo para a reflexão sobre o uso e a pertinência dos conceitos *modernidade*, *pós-modernidade* e *mundialização*, além de ter como tema de estudo a história intelectual, a cultura e a ideologia. Nesta dissertação fez-se uso de duas obras do autor: *A Moderna Tradição Brasileira: cultura brasileira e indústria cultural* (2006) e *Mundialização e Cultura* (2007) junto às quais se passa agora a refletir.

No primeiro livro o interesse do autor gira em torno da compreensão da problemática da cultura na atual sociedade brasileira, tendo como ponto de partida um estudo sobre a emergência cultural no Brasil e como fio condutor a indústria cultural. O autor propõe uma revisita ao passado recente brasileiro em busca de “acertar o relógio” da discussão cultural com um itinerário intelectual, devido ao “relativo silêncio” que paira em relação à “cultura de massa” e sobre o relacionamento entre produção cultural e mercado no país.

Para entender a origem desse silêncio e para qualificá-lo sociologicamente, Ortiz acredita ser preciso, compreender a especificidade da discussão sobre a cultura no Brasil. Para isto o autor reconstrói períodos significativos da história da cultura brasileira, ao mesmo tempo em que busca captar e desvendar as mudanças mais estruturais observadas neste campo. Assim, Ortiz reintroduz o debate sobre a cultura brasileira a partir de novas chaves analíticas. Ao longo do trabalho, se entrelaçam, de maneira provocativa, reflexões sobre modernidade e tradição cultural com análises pontuadas sobre processos de modernização.

Ortiz lembra que no Brasil não ocorreu uma diferenciação nítida entre um pólo de produção cultural restrita e outro de produção ampliada, voltado e conectado com o mercado. Ao contrário, as contradições entre uma cultura artística e outra de mercado não se

manifestam de maneira adversa. Como exemplo cita o escritor editor, o literato jornalista, o antropólogo radialista, o jornalista crítico literário. O trânsito entre essas esferas constitui a norma, marcando de maneira indelével a produção cultural do país.

No entender do autor a modernização da sociedade brasileira só aconteceu nos anos de 1940/50 e por o “Modernismo ocorrer sem modernização” a noção de modernidade, nos anos 20, está “fora do lugar”. Neste sentido sugere também que Modernismo, modernidade e modernização são para o Brasil, termos intercambiáveis, pois dizem respeito a uma situação que ainda nos anos 20 não havia se realizado de fato. No entanto, esse “modernismo” possui uma história, e se no início do século ainda é uma “ideia fora do lugar”, ao longo dos anos ele se ajusta à sociedade que se desenvolve.

Essa “moderna tradição cultural”, no dizer do autor, ganhou com a transformação e o desenvolvimento da sociedade, contornos ideológicos cada vez mais nítidos, no sentido de reforço da ordem estabelecida. Dirá Ortiz, “moderno como tradição, mas não enquanto tradição da ruptura”, para em seguida concluir que a “modernidade brasileira é, neste sentido, acrítica”. Conclusão que resultou de uma análise sobre a produção cultural nos anos 40/50, momentos de incipiência de uma sociedade de consumo, e nas décadas de 60/70, definidas pela consolidação de um mercado de bens culturais.

Ortiz realizou um levantamento amplo de dados sobre a expansão do mercado de bens culturais, ligado à produção de livros e de discos, à publicidade, ao rádio e à televisão no Brasil para assim, poder discorrer sobre o ponto central do trabalho: a discussão sobre a indústria cultural. O sociólogo mostra, apoiando-se na análise dos frankfurtianos, que apesar da multiplicação dos empreendimentos culturais de cunho empresarial, ocorrida nos anos 50, não se pode falar ainda da existência de uma indústria cultural efetiva, operando no interior de uma sociedade de massa. Falta a esses empreendimentos traços característicos da indústria da cultura, como o caráter integrador e a ideia de um centro. O que explica, em certa medida, a atitude dos intelectuais, no pós-30, em relação ao Estado. Frente a uma indústria cultural embrionária, eles se voltam para o Estado, por reconhecê-lo como o espaço privilegiado por onde passa a questão nacional. E isto vale tanto para os que o apoiaram no regime de Vargas, como para os isebianos que o criticaram.

A indústria cultural se consolida nas décadas de 60 e 70. Sua materialização é o resultado da articulação dos interesses do Estado com o avanço de uma nova racionalidade empresarial nos setores de produção cultural, notadamente na televisão.

Segundo Ortiz, o Estado promove a modernização acelerada da sociedade apesar de suas características autoritárias e repressivas, o que teve uma repercussão no campo da cultura. A censura atinge peças de teatro, filmes, mas não a indústria do livro⁴, o teatro e o cinema. O que a censura interdita são produções culturais localizadas, e não a cultura em sua totalidade, pois o Estado tem interesse em incentivar as atividades culturais.

A colaboração proporcionada pela televisão entre o regime militar e a ampliação dos grupos privados possibilitou a concretização de objetivos comuns tanto do sistema televisivo, como do Estado militar, referentes ao projeto de “integração nacional”. O resultado foi a constituição de uma “nação integrada”, que interligou, de maneira definitiva e irreversível, os consumidores até então dispersos. A padronização da produção cultural, viabilizada pela constituição de um centro de legitimação e de irradiação, modificou profundamente os conceitos de nacional e de popular.

Os meios de comunicação de massa definem o que é nacional e o que é popular a partir da lógica de mercado. A audiência, indício seguro e “científico” da popularidade de um bem cultural, torna-se o critério definidor do popular. Destarte, o parâmetro para se avaliar a produção cultural é o mercado. A noção de “internacional-popular” é criada então, por Ortiz para analisá-lo. A consolidação de uma sociedade moderna no Brasil reorienta, no seu entender, a cultura brasileira, na medida em que ela “passa a integrar o mercado ajustada agora aos padrões internacionais. A penetração de um produto como a telenovela na América Latina, e em vários países da Europa, aponta para uma direção, a de passarmos da defesa do nacional-popular para a exportação do ‘internacional-popular’”. (ORTIZ, 2006, p.205). A importância deste estudo reside em revelar que a discussão sobre a produção cultural brasileira passa hoje necessariamente pela sua relação com a indústria cultural e com o mercado. Produção e consumo são faces de uma mesma realidade, regidas por uma lógica específica, cuja referência central é o mercado.

No livro *Mundialização e Cultura* (2007) a emergência de uma sociedade global é a proposição central, onde aborda o tema não só no aspecto sociológico, mas também nos clássicos da antropologia, da ciência política, da história e da filosofia.

⁴ Sobre a Indústria Editorial Brasileira ver dissertação de mestrado de Gilberto Barbosa Salgado, citado em *O Livro no Brasil* de Laurence Hallewell, cujas informações bibliográficas completas se encontram no final desta dissertação.

O argumento central do texto de Ortiz inicia-se com uma observação crítica quanto às ciências sociais contemporâneas e, em especial, a antropologia. Para o autor sendo a globalização “um fenômeno emergente, um processo ainda em construção (...) se choca com boa parte da tradição intelectual existente” (ORTIZ, 2007, p.15-21). Como Williams, menciona na origem dessa tradição intelectual uma maneira de pensar que permitirá compreender a humanidade como um conjunto, uma somatória de identidades particulares, nacionais. Pensamento este que segundo o autor, será completamente oposta ao iluminismo universalista, já que a “cultura existiria apenas no plural, enfoque antagônico à visão abrangente do iluminismo” (Idem, p. 20).

As nacionalidades surgiriam simultaneamente a essa maneira de pensar com suas territorialidades homogêneas, providas de identidades políticas, econômicas e culturais. Ortiz afirma que elas são um produto recente, resultado de uma história, da construção de símbolos nacionais (bandeira, hinos) e, especialmente, das línguas nacionais. As ciências sociais estariam calcadas nesse modelo territorializado de pensar a sociedade, e isso as tornaria insensíveis para perceber os processos contemporâneos de construção de uma cultura e de uma sociedade global, desterritorializada. Para o autor a antropologia estaria mais próxima dessa maneira de pensar.

Ortiz constrói em sua argumentação um quadro globalizado através de inúmeros exemplos empíricos e de um amplo apoio documental. Para mostrar a ruptura com o período “pré-sociedade-mundo” utiliza a história da lanchonete *McDonalds* e o invento do microcomputador. Introduce ainda diferenças entre internacionalização, que para ele se refere simplesmente ao aumento da extensão geográfica das atividades econômicas através das fronteiras nacionais, e à globalização que se diferencia da primeira porque se aplica à produção, distribuição e consumo de bens e de serviços, organizada a partir de uma estratégia mundial, e voltada para um mercado mundial.

Para definir a especificidade da época que atravessamos, Ortiz escolhe os termos “modernidade radicalizada”, ou “alta modernidade”. Uma das especificidades desta época é a perda de sentido da ideia de centralidade, do externo e do interno. O autor escolhe a alimentação, um assunto caro aos antropólogos, para demonstrá-lo. É aqui que o *McDonalds* assume um papel de protagonista na americanização da cultura mundial, observando, porém, que:

as relações sociais mundializadas exprimem a estrutura interna de um processo mais amplo. Entretanto, a emergência desta modernidade centrípeta, na qual fica difícil localizar a centralidade das coisas, não significa ausência de poder, ou a sua partilha em termos democráticos. Pelo contrário, as relações de autoridade, ao se tornarem descentralizadas, adquirem outra abrangência. A civilização mundial, a nos situar em outro patamar da história, traz com ela desafios, esperanças, utopias, mas engendra também novas formas de dominação. Entendê-la é refletir sobre as raízes de nossa contemporaneidade. (ORTIZ, 2007, p.104).

“Refletir sobre a mundialização da cultura é de alguma maneira se contrapor, mesmo que não seja de forma absoluta, à ideia de cultura nacional” (Idem, p.116), é o que diz Ortiz para mais adiante, numa franca perspectiva evolucionista, afirmar que a dimensão global supera o aspecto nacional. Os grandes responsáveis por essa cultura-mundo são os homens de negócios, os executivos globais, os homens de *marketing*, os administradores globais, os *managers* globais, em suma, o que ele denominará, “intelectuais das grandes corporações”.

Nesta perspectiva, se para Williams cultura também pode ser conceituada como diferentes modos de vida, a globalização poderia ser uma forma de redução da diversidade cultural. No entanto, quando o autor diz que “o local não está necessariamente em contradição com o global, pelo contrário, encontram-se interligados” (Idem, Ibidem, p.181), acrescentado em seguida, numa espécie de compensação para aquela antropologia tão criticada no início da obra, que “é tempo de entender que a globalização se realiza através da diferenciação” (Idem, Ibidem, p.181) dá a entender que esta não extinguirá as diferenças.

No que se refere à legitimidade, Ortiz ressalta que os sociólogos possuem a tradição e as artes como referências para tratar a cultura, ambas vistas como suas fontes, estabelecendo tipos diferenciados de dominação:

Tradição e artes surgem, assim, como esferas específicas da cultura, congregando um conjunto de valores que orientam a conduta, canalizando as aspirações, o pensamento e a vontade dos homens. A tradição procura paralisar a história, invocando a memória coletiva como instituição privilegiada de autoridade – ‘os costumes existem desde sempre’. As artes contemplam a sociedade de uma outra maneira. Elas sublinham a existência de um universo culto, ‘superior’, habitado pela educação, sentimento de fruição artística. (ORTIZ, 1994, p.183)

Para o autor, a autonomia das artes só se deu quando as tradições populares entraram em conflito com as sociedades industrializadas. Até então, o artista dependia materialmente

daquele que o sustentava. A modernidade reformula este quadro fazendo surgir o artista enquanto indivíduo livre capaz de escolher seus temas e sua linguagem e uma esfera autônoma da arte enquanto tal. “Os julgamentos políticos, religiosos, ou comerciais (antagonismo entre os românticos e a literatura de ‘massa’, o folhetim) são substituídos por critérios exclusivamente estéticos.” (ORTIZ, 2007, p.185-186).

Esta autonomia possibilita a criação de uma nova instância de legitimidade cultural. Legitimidade que se associa a uma determinada classe social. A autoridade da esfera artística é, simultaneamente, estética e social. Muito do debate sobre ‘cultura burguesa x cultura proletária’, ‘cultura erudita x cultura popular’, ‘bom gosto x massificação’, apesar da redução que essas polaridades induzem, resulta da vinculação da cultura a um tipo específico de dominação. Ortiz cita então pressupostos de Bourdieu como os museus e as escolas, espaços de transmissão de um saber legitimamente consagrado e onde os indivíduos podem ser hierarquizados como sendo ‘mais’ ou ‘menos’ cultos, pois a esfera erudita serve como escala em relação à qual os gostos e as pessoas são aferidos. “Concepção de mundo que permite aos indivíduos se distinguirem socialmente, mas que encobre um mecanismo profundo de discriminação.” (Idem, p.186). Sobre esta distinção exemplifica:

Um operário consegue discernir entre alguns nomes de pintores famosos, como Picasso, mas sem compreendê-los realmente na natureza de suas obras. Ele reconhece um signo (veiculado pela escola e pela mídia), sem conhecê-lo propriamente. Já os membros das classes superiores possuem capital cultural para tanto. Eles podem, inclusive, discursar sobre as fases da vida de um pintor, o cubismo em Picasso, demonstrando a familiaridade e a competência cultural que os caracteriza. (Idem, Ibidem, p.187).

Ortiz questiona a Sociologia da Cultura, quando ela afirma que tudo se passa como se a autonomização do mundo das artes fosse um fenômeno abrangente e universal. O autor cita o Brasil modernista para provar o contrário. Para ele seus poetas possuíram uma visão desfocada da realidade brasileira quando buscaram promover um movimento radicalmente novo através das vanguardas europeias. Ela encobria a existência de um país provinciano que se ajustava mal ao ideal esculpido:

O Brasil possuía ‘tradição’ em demasia. O processo de industrialização era incipiente e a proposta de modernização, realizada pelo estado, encontrava-se ainda no horizonte dos tempos (só se consolida nos anos 50). O modernismo ocorreu sem modernização, manifestando um hiato entre sua expressão e a sociedade que lhe dá sustentação. (Idem, ibidem, p.187).

Para Ortiz, “os intelectuais brasileiros tinham apenas a intenção de ser modernos.” (ORTIZ, 2007, p.188).

Ortiz sustenta que a maior parte do planeta sempre foi ‘pós-moderna’ e cita os casos latino e norte-americano, que do ponto de vista de uma história global não tiveram o universo artístico consolidado como fonte legítima de vida cultural. Sendo assim não passou por uma etapa ‘moderna’ onde as artes ditariam as normas de produção cultural. O autor acrescenta ainda, que a maior parte do planeta sempre foi “‘pós-moderna’, pois tal ideal jamais se realizou. Por isso as hierarquias entre ser ‘culto’ ou ‘inculto’ não podem ser aquelas sugeridas pela realidade europeia.” (Idem, p.191). Neste sentido apesar de considerar os mecanismos de distinção apontados por Bourdieu reais, acredita que incidem sobre outra matéria cultural. Para Ortiz, ópera, música clássica, literatura, pintura não são formas dominantes e universais de distinção social.

Pensar desta forma levará o autor a dizer que a tradição e as artes não se configuram como padrões mundiais de legitimidade e sugerirá a língua e a alimentação como os seus mais novos padrões. Os argumentos que os justificam são por serem globais, independentes das histórias peculiares a cada lugar, pela sua amplitude que abarca o planeta como um todo e por expressarem um movimento sócio-econômico que atravessa as nações e os povos. Sobre a língua cita o inglês que perdeu toda sua territorialidade original para se constituir em língua ‘bastarda’, adaptada às ‘distorções’ que as culturas lhe aflige. E para explicar o poder de legitimidade que impõem diz que:

As forças simbólicas que determinam o mercado linguístico definem aqueles que falam e os que escutam. O princípio de autoridade se reforça no momento em que a comunicação se realiza. Paradoxalmente, nos encontramos diante de uma situação na qual as pessoas apreciam o que não entendem. Elas escutam porque creem. Isto é, a legitimidade do inglês é tal, que nesses casos ele prescindiria do entendimento daqueles que o empregam. (Idem, Ibidem, p.193)

Sobre a alimentação dirá que os produtos e as maneiras de cozinhar se associam às classes sociais. Os utensílios utilizados, a maneira de se conduzir à mesa tornam-se sinais de distinção social. A legitimidade destes objetos fundamenta uma maneira de viver que segundo o autor temos a tendência de considerar como “europeia”, mas que no fundo traduz a abrangência e a autoridade de uma “modernidade-mundo”.

Concluindo, Ortiz dirá que “a modernidade-mundo traz em seu bojo uma hierarquia de gostos de inclinações estéticas. Mas nem a tradição, nem as artes são as forças estruturantes deste ‘campo cultural’ mundializado.” (ORTIZ, 2007, p.211). O autor explica que a mobilidade, característica da vida moderna, é que tornou-se sinal de distinção. Cita então, estudos sobre as práticas culturais dos franceses que demonstraram que já não são os valores ‘clássicos’ que organizam a vida cultural, mas, o que alguns autores chamam de ‘cultura de saídas’:

A arte de viver não toma mais como referência a ‘alta’ cultura, mas os tipos de ‘saídas’ realizadas pelos indivíduos – ir ao concerto de rock, à opera, aos restaurantes, ao cinema, ao teatro, viajar de férias. A oposição ‘cultura erudita’ x ‘cultura popular’ é substituída por outra: ‘os que saem muito’ x ‘os que permanecem em casa’. De um lado os sedentários, que veem televisão quase todo o tempo, e deixam o lar apenas para trabalhar. De outro os que ‘aproveitam a vida’. (Idem, p.211).

Sendo assim, a frequência e a intimidade com o mundo das artes deixam de ser vistos como sinal de distinção.

Ortiz busca nos trabalhos aqui estudados uma maneira “globalizada” de abordar os temas culturais, tanto no que se refere à indústria cultural, quanto quando trata especificamente da cultura brasileira. Para uma visão focada em iniciativas nacionais buscou-se referência em Lia Calabre, Sérgio Miceli e Gilberto Barbosa Salgado, cujos ensinamentos sobre políticas públicas de cultura são no próximo subtópico, fontes de reflexão.

1.2.3. Políticas públicas de cultura no Brasil

O Ministério de Assuntos Culturais da França, criado em 1959, se tornou marco e referência internacional na institucionalização do campo da cultura. Lia Calabre, no artigo *Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas*⁵ (2007), cita o estudo de Philippe Urfalino sobre a “invenção da política cultural da França” onde o autor chama a atenção para o fato de que as políticas culturais evoluem a partir do somatório de ações dos segmentos administrativos, dos organismos em geral e dos meios artísticos interessados e acrescenta que para a elaboração de políticas culturais deve-se partir da percepção da cultura como bem da coletividade.

Para Calabre, para uma ação se tornar uma política cultural deve reconhecer a existência da diversidade de públicos, com visões e interesses diferenciados que compõem a contemporaneidade. Ações na área da cultura com visão limitada ao acontecimento episódico, ao evento, inclusive por muitos dos gestores da área pública diminuem o alcance das políticas. “Qualquer processo de gestão requer diretrizes, planejamento, execução e avaliação de resultados, e com a cultura não ocorre diferente.” (CALABRE, 2007).

Políticas públicas têm que apresentar coerência entre o que se diz buscar e as ações postas em prática e seus projetos não podem ser abandonados a cada nova administração, gerando um ciclo contínuo de desperdício de recursos e de trabalho. A sugestão de Calabre, é que nesse processo de construção de políticas de longo prazo haja envolvimento dos agentes atingidos por tais políticas:

O país vive hoje um movimento contínuo de construção de projetos coletivos de gestão pública nas mais variadas áreas. São cada vez mais atuantes os conselhos que contam com a participação efetiva da sociedade civil. Os produtores, os agentes, os gestores culturais, os artistas, o público em geral, também vêm buscando formas de participar e de interferir nos processos de decisões no campo das políticas públicas culturais. Ressurgem movimentos de valorização das manifestações culturais locais que incentivam tanto a redescoberta dos artistas da comunidade, como de novas formas de produção artístico-culturais. Aumentam as demandas por uma maior formação e especialização dos agentes culturais locais em todos os níveis, do artesão aos responsáveis pelas atividades burocráticas, que devem implementar seus projetos buscando uma autonomia cultural. (Idem, 2007).

⁵ Artigo apresentado no III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado entre os dias 23 a 25 de maio de 2007, na Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador – Bahia – Brasil.

Para finalizar sua percepção sobre as políticas culturais a estudiosa defende que a “função da elaboração de políticas públicas na área de cultura deve ser a de garantir plenas condições de desenvolvimento da mesma. 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.” (CALABRE, 2007).

O sociólogo, professor titular da *Universidade de São Paulo* e um dos fundadores do *Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e Políticos de São Paulo* (Idesp), Sérgio Miceli, é referência obrigatória quando se pretende estudar políticas públicas de cultura no Brasil. Discípulo de Bourdieu e influenciado por Fritz Krause, Ringer e Raymond Williams tem sua tese de doutorado, *Intelectuais e Classe Dirigente no Brasil*, como trabalho “interessante”, como afirmou em entrevista: “Eu acho que nele está tudo. Dou atenção ali, de forma balanceada, a todas as dimensões que acho importantes: a institucional, a sociabilidade, a sexualidade, a definição de gênero. A vida intelectual tem uma energia própria.” (Miceli in BASTOS, 2006, p.231). Sendo assim, seguindo o gosto do autor toma-se o livro *Intelectuais à Brasileira* (2001), além de *Estado e Cultura no Brasil* (1984), como estruturas basilares do tema em questão.

Os intelectuais da área social têm o privilégio de estudar todas as relações da nossa sociedade e normalmente são cotados para esclarecer diversas questões que estão longe do entendimento do senso comum. Uma dessas questões é a relação de poder e não raro, vê-se um intelectual na mídia ou em diversas formas de apresentação pública dissertar sobre as difíceis questões políticas que fazem parte do nosso cotidiano. E dessa apresentação, a maioria das pessoas são seduzidas pelo discurso do intelectual que normalmente se mostra desvinculado do poder e vinculado somente com as ideias. Às vezes esse poder de sedução chega ao ponto das pessoas verem no intelectual o “salvador da pátria”.

Porém, até que ponto os cientistas sociais estão “livres” e desvinculados das relações de poder e dominação? Até que ponto o próprio conhecimento não é usado como forma de sucumbir um adversário em disputas ideológicas e acadêmicas? Até que ponto os sociólogos e filósofos estão vinculados ao Estado?

Esses questionamentos, aqui apresentados, foram antes levantados por Sérgio Miceli e o intuito de respondê-los deu origem ao livro *Intelectuais à Brasileira* (2001), onde o autor analisou as formas de cooptação dos intelectuais pelo Estado e provou através de excelente

levantamento histórico que os pensadores brasileiros estão diretamente vinculados às relações de poder.

O período que os estudos de Miceli abrangeu vai de 1920 a 1945, e através de sua análise histórica pôde tratar das relações entre os intelectuais e a classe dirigente brasileira e das estratégias usadas para se alcançar posições em setores públicos e privados. Assim, para Miceli, os principais setores em expansão no âmbito do mercado de trabalho no qual concorriam os postulantes às carreiras intelectuais foram: 1) as organizações partidárias e as instituições culturais dependentes dos grupos dirigentes de São Paulo, bem como as frentes de mobilização política e ideológica em que se refugiaram inúmeros intelectuais até então vinculados à oligarquia; 2) o mercado do livro, cujo florescimento resultou da constituição de um novo público composto de funcionários, profissionais liberais, efetivos das carreiras docentes, empregados do setor privado etc., grupos cujo tamanho e importância tendiam a aumentar cada vez mais em função da industrialização e da urbanização; 3) e por fim, o serviço público, no qual uma quantidade apreciável de postos foi entregue aos intelectuais, escritores e artistas.

Sérgio Miceli detectou a participação ideológica dos intelectuais na política do país demonstrando a forte ligação destes com organizações partidárias onde podiam não só produzir conhecimento, mas participar efetivamente da política brasileira. Analisou a relação do mecenato e percebeu que o “Intelectual à Brasileira” é um personagem saído das elites que se deixa cooptar pelo poder do estado.

Ao refletir sobre o pensamento de Miceli outras questões vêm à tona, principalmente quando se trata dos “primos pobres” que eram os intelectuais desprovidos de renda familiar que lhes permitissem viver de arte e conhecimento. Nesse caso convém analisar (aqui de forma não tão profunda) como se deu a distribuição de bens simbólicos no Brasil, pois ser intelectual naquele período era uma questão muito maior que a vocação, nem todos estavam em contato com o capital cultural necessário para se tornar um artista e isso devido às condições elitistas da nossa sociedade que perduram até hoje:

(...) as profissões intelectuais constituem um terreno de refúgio reservado aos herdeiros das famílias pertencentes à fração intelectual e, em particular, aos filhos das famílias em declínio. Esses últimos, tendo podido se livrar das ameaças de rebaixamento social que rondavam os seus, tiveram a oportunidade de se desgarrar de seu ambiente de origem e, ao mesmo tempo, de objetivar com seus escritos essa experiência peculiar de distanciamento em relação a sua

classe. Em suma, não se podem dissociar as disposições favoráveis ao trabalho intelectual das experiências sociais que moldaram tais disposições. (MICELI, 2001, p. 82).

Miceli, não tratou de forma profunda dessa questão, o cerne de sua análise está na associação dos intelectuais por parte do Estado e como estes se deixavam cooptar:

Observe-se que quase toda literatura brasileira, no passado como no presente, é uma literatura de funcionários públicos. Nossa figura máxima, aquela que podemos mostrar ao mundo [...] foi um diretor geral de contabilidade do Ministério da Viação, Machado de Assis [...] (DRUMOND in MICELI, 2001, p. 196).

Para o autor, os intelectuais de maneira geral se encontram à mercê das relações de poder:

Pois é, os intelectuais adoram dizer que não têm compromisso com nada, a não ser com as ideias. Mas isso não é verdade, como é possível verificar até mesmo dentro das universidades. Elas são atravessadas por lutas terríveis pelo poder. Além disso, há inúmeros exemplos de pessoas com projetos políticos mais ambiciosos que usam o sistema intelectual para alcançá-los. A fronteira entre o mundo intelectual e o mundo político é muito porosa no Brasil, até mesmo porque figuras que conseguem circular pelos dois mundos exercem um estranho fascínio em nosso meio.⁶

Essa consideração leva à reflexão sobre as dimensões contagiantes do poder, que se encontram em todas as relações sociais, até mesmo entre aqueles que vivem desnudando essas relações. O intelectual não está “por cima da carne seca”, não está em suas mãos resolver as mesquinhas relações sociais, até mesmo porque muitas vezes usam o conhecimento como arma de guerra, independente de a arena ser um anfiteatro, os departamentos universitários ou o Estado.

Os estudos de Miceli sobre os intelectuais são extensos e abrangentes, e de acordo com suas palavras, para pensá-lo se faz necessário indagar “como é possível a vida intelectual, como ela se viabiliza, como é a relação dos intelectuais dentro da vida intelectual” (Miceli in BASTOS, 2006, p.246). Para Miceli, a vida intelectual tem uma dimensão intrínseca à sua produção, por isto ressalta em seu trabalho a morfologia interna da atividade literária e artística, as influências, a formação, o diálogo interno, a linguagem.

Organizado por Miceli a partir de amplo tema desenvolvido em seminário de mesmo nome no segundo semestre de 1982, na cidade de São Paulo, o livro *Estado e Cultura no*

⁶ Site Revista Veja Online (Visitado em Abril de 2009)

Brasil foi construído através da reconstituição das comunicações realizadas no evento por influentes personalidades envolvidas com as políticas culturais da época.

Antes, porém de abordar o tema do seminário faz-se necessário contextualizar o período que analisaram. Gilberto Barbosa Salgado em sua dissertação de mestrado *O Imaginário em Movimento – crescimento e expansão da indústria editorial no Brasil (1960 – 1994)* (1995) o fez de maneira sucinta e objetiva. Para o autor, as relações entre Estado e cultura no Brasil foram objetos de preocupação de intelectuais e da elite dirigente. Em sua análise começa por citar a primeira fase do governo Getúlio Vargas, nas décadas de 30 e 40, quando por intermédio de Gustavo Capanema, à frente do Ministério da Educação, e de demais eruditos, o Estado manifestou a intenção de intervir na cultura mesmo que sutilmente. Já na fase do ISEB nos anos 50, intelectuais como Hélio Jaguaribe ao identificarem como problemas da cultura brasileira o verbalismo ornamental ou os tecnicismos sem consciência, a falta de uma cultura autêntica e de um sistema educativo capacitado, apresentaram como solução a “criação” de uma cultura voltada para o ocidente, onde se extrairia rendimentos da crise da cultura e promover-se-ia a reforma da educação. No decênio de 60, anterior à perseguição militar, Salgado lembrou a atuação dos Centros Populares e da União Nacional dos Estudantes como influência ideológica de caráter reformista que buscou uma “política para o povo”. No período pós 64 fez referência ao crescimento de um mercado de bens simbólicos, motivado pela ampliação do consumo de bens culturais. Nesta mesma época, movimentos culturais que solicitavam a elaboração de um Plano Nacional de Cultura motivaram a criação da EMBRATEL (1965) e da EMBRATUR (1966) que indiretamente interferiram no mercado cultural, contribuíram para o surgimento da EMBRAFILME (1969), da TELEBRAS (1972), da FUNARTE (1975), do CONCINE e da RADIOBRÁS (1976), da SPHAN e do PRÓ-MEMÓRIA (1979), além da transformação do DAC em Secretaria de Assuntos Culturais, em 1979.

Estado e multinacionais tornaram-se os grandes investidores no mercado e na cultura. O Estado atuava como mantenedor da ordem na esfera cultural, e através da ação da censura, no período que compreende 1964-1980, vetava e promovia uma espécie de repressão seletiva o que acarretou em consequências danosas para o mercado cultural. As ações do Conselho Nacional de Cultura foram ideológicas quando reprimiam e isolavam iniciativas consideradas esquerdistas. Somente a partir de 1985, o Estado passou a pensar em incorporar a opinião de intelectuais acerca da cultura com a criação do Ministério da Cultura que obviamente já se manifestavam a respeito do tema antes disto.

Mário Brockmann Machado foi um destes intelectuais, além de ser uma das principais representações no seminário *Estado e Cultura no Brasil*. Machado teve como objetivo principal em sua explanação, *Notas sobre Política Cultural no Brasil* (1984), identificar uma agenda para debates políticos e pesquisas acadêmicas sobre política cultural, dado à reduzida atenção oferecida por políticos e cientistas sociais às políticas públicas da área de cultura no Brasil. Quando buscou ressaltar as políticas culturais existentes, esbarrou em órgãos gestores, que mantinham poucas relações entre si, possuíam baixos orçamentos, não construíram diretrizes claras no que se refere à intervenção do Estado na área cultural e/ou eram desprovidos de ideologias, democraticamente aceitáveis, que pudessem legitimar suas ações. Problemas como estes resultaram em agências de fomento que se restringiram a duas características fundamentais: atuação clientelística que limitou-se a atender as demandas de público próprio da área artística, em geral tendo como objetivo apenas destinar recursos para determinado projeto cultural; e seu caráter assistencial que tendiam a apoiar atividades que, por várias razões, encontrariam dificuldades para sobreviver no mercado da indústria cultural como por exemplo o teatro, a ópera, a dança, o circo, a música de concerto. Ainda assim, apesar da ausência de uma política cultural definida por parte do Estado e de uma estrutura organizacional hierárquica, constatou que o saldo da ação dessas agências não era desprezível.

Machado reconhece a indústria cultural, projeto engendrado e implementado por empresas privadas, como um projeto cultural em execução na época. Pondera sobre questões delicadas que sua legalização pelo Estado pudesse repercutir no futuro, por de um lado existir o temor de que uma política cultural, que fosse além da prática em execução, colocasse em perigo a liberdade de criação, deixasse de fomentar e passasse a dirigir o processo cultural. E de outro lado, a ausência de ações estatais tendentes a regular o mercado acarretaria a reprodução das grandes desigualdades que caracterizam este mesmo mercado. Para Machado, qualquer reorientação de profundidade nas agências de fomento da área de cultura deveria questionar-se sobre como se posicionar ante uma sociedade crescente de massa e dotada de uma forte indústria cultural, sem querer competir isoladamente com esta indústria, e sem recusar a sua realidade, voltando-se para o passado na busca idealizada de um patrimônio histórico e artístico “nacional”.

Como exemplo de tentativa de uma política orgânica, Machado citou como mais importante, a busca pela formulação de uma política cultural centrada na defesa do chamado “patrimônio histórico e artístico nacional”, uma política cultural que procurasse recuperar e conservar o passado, sendo, portanto literalmente conservadora. Assim, questionou se esta

preservação da cultura não se limitava apenas ao que se referia às elites, aos setores dominantes e aos vencedores da história. Condenou com isto, um retorno ao conceito restritivo de memória nacional e afirmou que ele deveria ser ampliado, para incorporar a memória dos dominados, a cultura popular, a história dos vencidos e esquecidos. Machado não acreditava que uma política cultural pudesse ter como objetivo a conservação do passado, mas sim a ampliação do espaço de criação no presente, o alargamento dos canais de acesso aos processos de produção, circulação e consumo de bens culturais. Afirmou também, ser preciso respeitar e promover não a visão idealizada de uma suposta identidade cultural, mas sim a pluralidade cultural enraizada na grande diversidade social, regional e étnica do país.

Para finalizar sua explanação e colaboração por uma política cultural eficiente, Machado sugeriu questões para debate que poderiam contribuir nesta busca e chamou, como Bourdieu, para a área acadêmica, independente de qualquer panorama político, a responsabilidade para a realização de pesquisas e estudos concretos sobre o assunto, sob pena de continuar a repetir, enfadonhamente, postulados teóricos sobre Estado e Cultura.

A explanação de Miceli, neste mesmo seminário, denominada *O Processo de “Construção Institucional” na Área Cultural Federal (Anos 70)* (1984) descrita no mesmo livro, resultou de uma minuciosa pesquisa sobre o desenvolvimento e incentivo à cultura nos anos 70. Nela o sociólogo traçou a cronologia da política cultural brasileira do início da gestão do MEC por Jarbas Passarinho de 1969 a 1973, passando por Ney Braga/Euro Brandão, de 1974 a 1978 e culminando com Eduardo Portela em 1979. Neste período foram criados - alguns já citados anteriormente - a *Empresa Brasileira de Filmes* (EMBRAFILME), o *Conselho Nacional de Direito Autoral* (CNDA), o *Centro Nacional de Referência Cultural* (CNRC), a *Fundação Nacional de Arte* (FUNARTE), o *Conselho Nacional de Cinema* (CONCINE), a *Secretaria de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional* (SPHAN), a *Fundação Nacional Pró-Memória*, além de serem feitas reestruturações no *Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico* (IPHAN) e realizados Encontros e Seminários que tinham a cultura como tema.

Através de entrevistas e de análise documental, a pesquisa mostrou que diversas mudanças doutrinárias e programáticas vinham ocorrendo dentro da burocracia cultural federal durante o regime militar, embora o que mais tenha marcado a época na memória de artistas e intelectuais tenha sido o autoritarismo, a repressão e a censura. De acordo com o texto, o período foi próspero em termos não só de construção institucional, com a criação, fusão e

separação de entidades na área cultural do MEC, como também em termos de um acréscimo nos recursos financeiros disponíveis. Pode-se então perceber que apesar de ainda escassas as iniciativas realizadas na época do estudo de Miceli podem ter contribuído para realizações na área de políticas públicas futuras.

Em outro artigo de Sergio Miceli, *Teoria e Prática da Política Cultural Oficial no Brasil* (1984), apresentado no mesmo seminário, o autor trata de questões como a da presença do Estado nas atividades culturais. Presença na maioria das vezes tímida:

deixando a cargo da empresa privada as melhores oportunidades de investimento e faturamento no campo da produção cultural” (...) Cabe aos grandes empreendedores particulares explorar as oportunidades de investimento naquelas atividades e frentes de expansão capazes de assegurar as mais elevadas taxas de retorno sobre o capital, tais como os fascículos, a televisão, as estações de rádio FM, discos, as fitas cassete ou o vídeo cassete destinado aos modernos meios de comunicação eletrônica. Os responsáveis pela iniciativa pública na área cultural se incumbiriam, então, das tarefas defensivas de proteção e conservação do acervo histórico e artístico ‘nacional’ já indexado como material ‘museológico’, bem como daqueles gêneros e eventos culturais que só conseguem se reproduzir às custas da proteção governamental, como, por exemplo, a ópera, o balé clássico, o teatro declamado, a música erudita, e assim por diante. (MICELI, 1984, p.99-100).

As instituições públicas federais tinham como elemento propulsor do trabalho cultural uma postura eminentemente patrimonial:

que se volta quer para a restauração de monumentos de ‘pedra e cal’ e obras de arte do passado (PCH, IPHAN, SPHAN, ETC.), quer para a ‘conservação’ de algumas atividades artísticas (artes plásticas, música erudita, etc.), quer para a ‘indexação’ de elementos materiais e outros associados às manifestações populares (folclore), quer enfim para a ‘proteção’ material e institucional de produtores cujas atividades vêm perdendo terreno no mercado de bens culturais (teatro, cinema)” (Idem, p.102).

Devido ao declínio de público para tais atividades e às despesas de consumo cultural, não só no Brasil, mas também nos Estados Unidos e na Europa, se concentrarem na aquisição de ‘máquinas culturais’ (televisão, rádio), as atividades artísticas que dariam prejuízo:

passaram a ser subvencionadas pelo poder público, fazendo com que o montante mais elevado de recursos canalizado para a área cultural seja alocado a serviços incumbidos do trabalho de preservação e restauração do legado histórico e artístico. (Idem, Ibidem, p.103-104).

Miceli analisou o documento-síntese *Política Nacional de Cultura* (1975) elaborado durante a gestão Ney Braga:

Dentre as diretrizes desta política, a postura de salvaguarda do ‘patrimônio histórico e artístico’ configura a única esfera de atividade dos órgãos e agentes do poder público. A noção de patrimônio envolve tanto o acervo associado à história dos grupos dirigentes como as tradições e costumes das classes populares, definidas como folclore populário. (MICELI, 1984, p.106).

Os organismos públicos devem abranger prioritariamente sua atuação em dois campos:

(...) os diversos gêneros e atividades da chamada cultura legítima, que constituem, em última instância, o que se entende por ‘patrimônio histórico e artístico’ e, (...) o espectro diversificado de manifestações legado pelas classes subalternas, ou melhor, ‘patrimônio’ ‘menor’ deixado pelas classes populares (o folclore). (Idem, p.107).

A gestão Portela lidou com pares conceituais idênticos, mas com sinais trocados:

Haveria, de uma parte, aquelas atividades que constituem o campo da ‘cultura de elite’, destinadas à fruição dos segmentos educados e, de outra, quaisquer práticas ou formas de expressão associadas aos estratos de baixa renda, destituídos de trunfos materiais, educacionais ou políticos. (Idem, Ibidem p.107).

A diferença é que ao invés da ênfase recair sobre a meta ‘patrimonial’, a orientação em pauta privilegiou as manifestações contemporâneas das classes populares valendo-se das expressões ‘cultura da sobrevivência’ ou ‘cultura de subsistência’.

Importantes também foram as palavras de Gabriel Cohn, transcritas através do artigo *A Concepção Oficial da Política Cultural nos Anos 70* (1984), onde o autor procurou discutir a persistência de certos temas e propostas relativas à concepção oficial da política cultural e as mudanças que eles sofreram ao longo da década de 70 no Brasil:

Num esboço de padronização, a primeira metade da década seria caracterizada pela elaboração de propostas programáticas mais abrangentes, mas com escassos efeitos, e o período subsequente se caracterizaria pela diversificação e redefinição dos temas relevantes, numa ótica mais operacional e cada vez mais propriamente política, e pela renovação institucional, iniciada pela criação da Funarte em 1975. (Cohn in MICELI, 1984, p.87).

O texto de referência nesse período é o documento sobre a *Política Nacional de Cultura*, já citado na explanação de Miceli. Mas é importante salientar que em 1973 foi

divulgado e retirado de circulação logo em seguida, um plano intitulado *Diretrizes para uma Política Nacional de Cultura*:

As 'diretrizes' de 1973 partem de uma caracterização muito ampla de cultura, vista como a 'somatória das criações do homem no prosseguimento da obra da própria criação' e da qual 'todos participam todo o tempo' (...) Da ideia da participação indiferenciada na formação e desenvolvimento da cultura extrai-se a exigência de 'justiça social', de que 'seus benefícios sejam acessíveis ao cidadão comum e este adequadamente adequado para usufruí-los', mesmo porque 'não são mais admissíveis os conceitos que situam a cultura como produto da criatividade das elites e seu patrimônio'. Ou seja, a participação na formação da cultura é universal e não-problemática, mas o acesso aos resultados é diferenciado e problemático, e suscita a necessidade de uma intervenção educativa no âmbito do 'cidadão comum'. (...) o documento define a cultura brasileira como 'aquela aqui criada ou resultante da aculturação, partilhada e difundida pela comunidade nacional. Importa em expressão brasileira de vivências brasileiras. (...) A questão básica, portanto acaba sendo a da garantia da formação de uma 'personalidade nacional forte e influente'. (Cohn in MICELI, 1984, p.90).

Nas diretrizes, a conservação do patrimônio já não era mais suficiente, era preciso promover o seu constante acréscimo, para assegurar à cultura brasileira presença influente no âmbito internacional e ampla capacidade de assimilação discriminativa dos contingentes recebidos de outras culturas.

A política proposta era composta de três objetivos básicos: a preservação do patrimônio, o incentivo à criatividade e a difusão das criações e manifestações culturais. Além disto, sugeria medidas relativas a plena realização de projetos específicos em favor da cultura no Brasil. São elas a:

criação de serviços nacionais de música, artes plásticas, folclore; criação do fundo nacional de desenvolvimento da cultura; criação de 'casas de cultura' em centros de influência regional; colaboração com universidades; cuidados com monumentos particulares tombados; e financiamento de projetos de natureza cultural. (Idem, p.91)

No que se refere ao documento sobre a *Política Nacional de Cultura* (1975) seu argumento básico:

já não invoca as exigências da segurança e do fortalecimento nacionais, mas é o de que 'o desenvolvimento brasileiro não é apenas econômico, mas sobretudo social, e dentro desse desenvolvimento social há um lugar de destaque para a cultura.' O argumento antielitista torna-se mais matizado e ganha contornos utilitários. (Idem, Ibidem, p.92).

Para Cohn, o tema geral do documento:

é bem representativo de uma postura liberal-conservadora às voltas com as exigências contraditórias da espontaneidade e da intervenção estatal, da modernização e da conservação, do desenvolvimento como meta e da preservação da cultura dos seus efeitos, da difusão dos resultados e da ênfase na participação criativa. (...) Todos os pontos dizem respeito ao apoio às diversas atividades culturais, dentro do espírito manifesto em outro passo do texto, centrado nos termos ‘respeito’ (às diversidades regionais, à liberdade de criação) e ‘incentivo’. (Cohn in MICELI, 1984, p.93).

Não existia, ainda segundo Cohn, na época da análise das *Diretrizes para uma Política Nacional de Cultura* e do *Plano Nacional de Cultura* esforços comparáveis para:

delinear os contornos globais de uma política nacional de cultura. (...) Assim, mudanças reais podem ser detectadas ao longo da década. (...) Passa-se da subordinação do processo cultural para a consideração da sua dimensão social. (...) se evita retomar as tentativas de elaboração de propostas sistemáticas setoriais para a cultura e enfatiza-se a exigência de um projeto abrangente de desenvolvimento, no qual o processo cultural tenha seu lugar. (Idem, p. 95-96).

Apesar de em muitos casos as ações de incentivo às políticas culturais na década de 70 fossem reduzidas, percebe-se através dos comentários dos autores que o período pode ser considerado relevante para iniciativas futuras. Não deixando de salientar obviamente, o valor do próprio seminário *Estado e Cultura no Brasil* para o estímulo a tais iniciativas.

O sociólogo que considera Bourdieu tão importante quanto Adorno diz que a vida intelectual constrói uma relação imaginária com grupos dos quais se dizem representantes e que na verdade sua missão, ao invés disso, seria “a de desarrumar, de chacoalhar, colocar novos elementos na mesa, fazer novos cardápios. Têm que ter imaginação! Qualquer que seja a atividade intelectual, não só a Sociologia.” (Miceli in BASTOS, 2006, p. 248). Daí a importância de Miceli em uma discussão sobre políticas públicas de cultura e assim como ele devem fazer os demais intelectuais e oferecerem novos cardápios.

Gilberto Barbosa Salgado através do ensaio *Desigualdades Culturais e Modernidade Periférica* (2007), publicado na *Revista Especiaria da Universidade Estadual de Santa Cruz do Sul*, Bahia, teve participação importante nesta dissertação por abordar políticas públicas de cultura no Brasil. Nele, Salgado utilizou como argumento central o controle cultural que tem como efeito a desigualdade cultural, a cada dia mais crescente na América Latina. Como

instrumentos para mantê-los citou o que chama de “fossos culturais” e “mascaramentos identitários” que são exemplificados como:

a ambiência de rede articulada para impedir operações de seleção e discriminação de informações; a transição de uma cultura fortemente transmitida por tradições oralizadas, com herança indígena, para uma cultura eletrônica – em poucas décadas – sem a demarcação de uma forte cultura letrada ou literária; a mídia, sobretudo a televisiva, operando como um poder “rizomático” (tal como postulou Deleuze) e, em certo sentido, com traços de **invisibilidade**⁷; o controle social do lazer, da diversão e do entretenimento em locais públicos, pela incitação ao seu deslocamento para os mapas e trajetos da intimidade doméstica; o consumo mesmerizado e com repetições miméticas e caricaturadas de telenovelas; o teatro *besteirol* (inclusive em sua variante teledramatúrgica) como estratégia de mercado pastichizada face as grandes produções clássicas ou contemporâneas; o cinema “virando as costas” as “inflexões de estilo” que o celebrizaram mundialmente, em nome de uma capitulação à velocidade e ao acabamento plástico da estética hollywoodiana (inclusive estetizando a violência e a miséria); o culto das celebridades e dos *reality-shows*, confirmando a previsão de Adorno de que a indústria cultural vende a igualdade de oportunidades para escolher uma só *starlet*; a onipresença radiofônica e fonográfica da música sertaneja como uma visada deformada das raízes da música caipira, justaposta ao controle mercadológico da indústria fonográfica sobre os grupos musicais que emergiram (*axé music*, por exemplo), ou por cópia dos padrões norte-americanos do estilo do *hip-hop*, do *rap* e do *funk*, porém com operações ideológicas em suas letras de aberto desrespeito e preconceito às mulheres, mencionadas como “vadias”, “cachorras” ou “malvadas”; ou a proliferação de *magazines* direcionadas a um mercado de saúde, corroborando um **biopoder** que se manifesta pela medicamentação progressiva da sociedade, para gerenciar o risco e a incerteza. (SALGADO, 2007).

A desigualdade cultural, definida pelo autor, como tão excludente quanto a de renda, de escolaridade, de entrada no mercado de trabalho, de acesso ao ensino superior, de pobreza e de miséria, de qualidade de vida, de proteção à violência e à criminalidade, bem como das demais mazelas que assolam o país não deve ser tratada como “perfumaria”. Tal atitude só aumentaria o “fosso” que o indivíduo precisa atravessar para alcançar a “cidadania cultural”.

No que se refere ao caso específico brasileiro, a preocupação de Salgado se manifesta na passagem em poucos decênios da cultura oral para a cultura eletrônica sem a mediação da cultura letrada o que acarretaria o aumento do número de jovens que não conseguem realizar operações básicas algébricas e compreender e interpretar textos básicos. Para Salgado:

⁷ Grifo do autor.

esse consumidor cultural pouco cogita que possa haver vida alternativa ao Domingão do Faustão, às duplas sertanejas histriônicas e desafinadas, aos *best-sellers* ao estilo da vez, isto é, com certa incorporação pseudo-erudita da arte, ou mesmo a obras que romanceiam livremente a vida de filósofos em que, como promete certo título, terminam por ser literalmente “de chorar”. (SALGADO, 2007).

Salgado enfatizou no artigo que o consumidor cultural não é por estes motivos “idiotizado” ou “mesmerizado” o tempo todo ou o faça por gosto. Sugeriu que isto aconteça por não ter escolhas possíveis ou não consiga encontrá-las, e que um bom começo para que alcance a “cidadania cultural” seria ser apresentado a novas alternativas culturais. É necessário fornecer formação, pois não é fácil compreender, gostar, inserir-se num mundo diferente sem ter quem nos “pegue” pelas mãos. Atento, o sociólogo observou que os meios de comunicação mesmo apresentando-se como ferramentas de controle social, preocupados com seus dividendos e percebendo o tipo de consumidor cultural que surge no novo milênio, vêm procurando acrescentar qualidade em pelo menos parte do que oferece a seu público, o que evidentemente não supera a programação construída para facilitar a dominação do público como telejornais sem sequência lógica, a exploração de diversidades e entretenimento escapista, programas com “receituário hipocondríaco” e a fabricação de celebridades instantâneas.

Sobre a leitura, suas formas de incentivo e sobre o leitor e sua relação com os livros, o sociólogo pôde diagnosticar através de sua pesquisa de doutorado, publicada através do livro *Fabulação e Fantasia – o impacto da hipermídia no universo simbólico do leitor* (2005), os sonhos, desejos e frustrações dos que leem, além de sugerir que ser leitor na contemporaneidade é ser um agente de comunicação, capaz de se tornar um agente cultural com possibilidades de exercício de suas “vontades de potência” (SALGADO, 2005, p. 214).

A pesquisa coloca as tecnologias, em especial a *internet*, como um divisor de águas para aquele leitor que sabe ascender à cultura através do uso de suas ferramentas e mecanismos. O leitor simplório é prejudicado por não conseguir acessar os conteúdos existentes na rede:

como possibilidade de ruptura com sua mediocridade, selecionando e discriminando mal as informações, e tornando-se “presa fácil” de um escapismo cotidiano bastante diferente: o que não eleva, mas é promotor da acomodação. (Idem, p. 204).

Para se utilizar a rede mundial de computadores com proficiência é necessário tornar-se um leitor sofisticado e assim deixar de ser um usuário-mecânico, pouco capaz e sem predisposição à invenção e a uma utilização livre e flexível. Caso contrário um novo fosso cultural se juntará ao já existente no “mundo das letras entre cultos e informados, por um lado, e a massa que busca o entretenimento fácil, de outro” (SALGADO, 2005, p. 205): o fosso hipermidiático. Segundo Salgado, o mais dramático e mais difícil de transpor.

Para que a leitura transforme o indivíduo e contribua para o equilíbrio cultural é necessário que a formação do leitor se inicie:

na infância e na adolescência sob a liderança de preceptores de língua e literatura ou não. O essencial é que sejam apaixonados pela leitura, como arte e como técnica, como cultura e como ciência. Como tal, farão de leitores embriões de intelectuais, de artistas e de cientistas, talvez também de educadores. (Idem, p. 216).

Na opinião de Salgado é necessário que “os intelectuais e os formuladores de políticas públicas e sociais atentem para que, dialética entre cidadania cultural e desigualdade cultural, em plena modernidade tardia brasileira, infelizmente, a segunda vem se constituindo em síntese superadora”. (SALGADO, 2007). Sendo assim, parte-se agora para o segundo capítulo desta dissertação com a modesta intenção de contribuir com a conclamação de Salgado fazendo referência às principais revistas e cadernos jornalísticos de cultura do país, às leis de incentivo que vem dando oportunidade, mesmo que não o suficiente a projetos culturais ainda desconhecidos do grande público, e fundamentalmente ao mapeamento das instituições promotoras de cultura da Zona da Mata Mineira.

CAPÍTULO II – Uma pesquisa sobre a política cultural na Zona da Mata Mineira

O capítulo que se apresenta é composto em sua primeira parte de uma análise de revistas e cadernos de cultura de jornais onde se buscou identificar, dentre outros não menos importantes, manchetes que trataram de políticas públicas de cultura no ano de 2008. Em um segundo momento, foi feita a descrição da pesquisa empírica realizada junto às instituições promotoras de cultura da Zona da Mata Mineira. Os dados obtidos na entrevista quantitativa foram apresentados através de tabelas e de suas respectivas interpretações. Já para os da qualitativa foi necessária a transcrição dos depoimentos obtidos junto aos secretários de cultura das principais cidades pesquisadas. Vale ressaltar que este é o ponto central desta dissertação e que sua interpretação pormenorizada, apresentação de diagnósticos e prognósticos para políticas públicas na região se encontram no terceiro e último capítulo. Para finalizar a seção foi construído um epítome da legislação sobre políticas públicas de cultura federais, do estado de Minas Gerais e das cidades da Zona da Mata que as possuem, por se entender necessário e importante a existência de leis de fomento para o desenvolvimento cultural, também nos municípios de pequeno porte do interior do Brasil, neste caso se tratando especificamente do interior do Estado de Minas Gerais.

2.1. Preâmbulo: As revistas culturais e os cadernos de cultura dos jornais e as políticas públicas de cultura

No que tange ao tópico em tela, buscou-se conhecer as principais publicações culturais nacionais contemporâneas e diagnosticar se possuem matérias da ordem do dia sobre políticas públicas de cultura.

A infinidade de títulos apresentada ao consumidor de leitura em bancas de jornais e revistas lhe dá a impressão, em uma observação superficial, de ali poder encontrar uma fonte inesgotável de opções. No entanto, como quantidade não é sinônimo de qualidade, caso o leitor não esteja atento, pode se embrenhar por leituras que pouco acrescentarão. Os assuntos variam e vão das populares *magazines* destinadas a vida das celebridades, às leituras que abordam as ciências, a educação, a filosofia e a cultura. Um estudo aprofundado sobre cada uma delas seria interessante, mas como o ponto primordial nesta dissertação é uma investigação sobre a promoção da cultura e as políticas públicas que a ela se destinam, foram analisadas as principais revistas culturais do país, assim como os cadernos de cultura dos

jornais de maior circulação. Mesmo definindo tal recorte a análise ainda tem outra lacuna de acordo com considerações como a de Dieter Prokop no livro que leva seu nome, organizado por Ciro Marcondes sob coordenação de Florestan Fernandes no ano de 1986, de que para se analisar um produto cultural é necessário mais do que uma simples análise de conteúdo, que foi o que se pôde realizar neste capítulo. Prokop acreditava que junto aos conteúdos é necessária também a análise da elaboração dos produtos da comunicação em busca da qualidade do estudo.

Mais interessante que o produto em si seria a maneira como estes são modelados e trabalhados, como fez Carlos Costa em *A Revista no Brasil, o Século XIX* (2007), quando tratou da história das revistas do século XIX em seu doutoramento em Jornalismo. Costa fez um apanhado minucioso da história das revistas culturais brasileiras deste período e merece ser lembrado como referência de análise e elaboração.

Já sobre as revistas do século XX, a alusão que se optou por fazer é ao livro *O Leitor e a Banca de Revista: a segmentação da cultura no século XX* (2001) de Celeste Mira. O principal interesse da autora está nas revistas e na sua relação com o leitor. Considera também tudo o que pôde descobrir sobre a produção das revistas, valendo-se de sua “trajetória histórica, organização da redação, receita editorial, conteúdo das matérias, dispositivos gráficos, estratégias mercadológicas, etc.” (MIRA, 2001, p.10). Não se encontram entre as revistas analisadas por Mira somente as destinadas à cultura, visto que sua pesquisa atinge as publicações que circularam no século passado, independente de seu conteúdo. Todavia, as revistas com temas culturais apareceram em seus estudos, mesmo que não tivessem seu conteúdo exclusivamente voltado ao tema. De acordo com Nelson Werneck Sodré⁸, tais revistas surgiram no início do século com a solicitação da imprensa que literatos redigissem reportagens, artigos e notícias, o que os afastou dos jornais aproximando-os das revistas ilustradas, tendo como resultado um surto de revistas literárias, mas também mundanas e críticas no início do século XX. No decorrer dos anos estas revistas foram desaparecendo, mas não sem deixar importantes registros para a história da cultura no país.

No fim deste século e início do XXI foi que surgiram as revistas aqui analisadas e que ainda se encontram em circulação cobrindo manifestações culturais nacionais e também internacionais, mesmo que com menor frequência. São elas: *Piauí* do número 19 do mês de

⁸ *História da Imprensa no Brasil*, de Nelson Werneck Sodré, é fonte de pesquisas e trabalhos diversificados, para profissionais e estudantes interessados na trajetória dos órgãos de imprensa que marcaram e registraram a história do Brasil. Bibliografia completa no final desta dissertação.

Abril de 2008 ao número 28 do mês de Janeiro de 2009; *Bravo!* do número 123 do mês de Novembro de 2007 ao número 137 do mês de Janeiro de 2009; e *Cult* do número 123 do mês de Abril de 2008 ao número 132 do mês de Janeiro de 2009.

No que se refere à tiragem destas revistas seu número é extremamente reduzido, principalmente quando comparado às revistas de maior circulação nacional.

Tabela 01

Revistas mais vendidas no Brasil			
Revistas	Editora	Circulação em Milhares	Periodicidade
Veja	Abril	1103	Semanal
Seleções	Reader's	508	Mensal
Época	Globo	420	Semanal
Nova Escola	Abril	395	Mensal
Superinteressante	Abril	394	Mensal
Cláudia	Abril	385	Mensal
Isto É	Três	362	Semanal
Playboy	Abril	331	Mensal
Nova	Abril	279	Mensal
Manequim	Abril	270	Mensal

Nota: Acumulado até ago. 2003

Fonte: IVC ("Fatos & números Brasil", ed. 1, São Paulo: Abril, 2004, p. 46).

Reorganização: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa "O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira", Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Piauí é a revista com a maior tiragem entre as estudadas, publica mensalmente 58.000 exemplares, seguida por *Bravo!* com 45.657 e *Cult* com 25.000. São números aparentemente desanimadores, mas quando se leva em consideração que são publicações feitas em um país, que como bem lembra Salgado, passou da cultura oral para a tecnológica sem a intermediação da letrada, conta com razoáveis taxas de analfabetismo, escolarização precária, desigualdades culturais, dificuldade de abstração e que, portanto, onde não se desenvolveu uma tradição de leitura e para intensificar o problema são publicações destinadas a um público mais intelectualizado, os números não são assim tão baixos.

Em todas as revistas e cadernos de cultura dos jornais analisados vale destacar a valorização à leitura dada em suas reportagens, críticas, entrevistas e como não poderia deixar de ser, também nas áreas reservadas à publicidade. As publicações inéditas são destaques nas três revistas: mensalmente são selecionados escritores conhecidos e anônimos para

publicarem seus contos, poesias e artigos. A revista *Bravo!* procura distribuir seus temas de maneira “igualitária”: teatro, dança música, literatura, cinema, artes plásticas aparecem praticamente na mesma proporção em suas páginas; A *Piauí* prefere o uso de textos mais longos e politizados; A *Cult* se destaca pela publicação de dossiês de grandes nomes da cultura e das ciências humanas; Os cadernos de cultura além dos temas atuais, dão evidência a nomes de importância na cultura nacional e mundial em épocas que lembram cinquentenário, centenário, bicentenário de nascimento ou falecimento dos mesmos. Destaques em 2008 foram dados ao centenário da morte de Machado de Assis, aos cinquenta anos da Bossa Nova, aos cem anos de vida de Lévi-Strauss, aos duzentos anos da vinda da família real portuguesa para o Brasil, dentre outros.

Diferente das revistas de meados do século XX e anteriores, as revistas de cultura atuais têm como conhecer seu leitor. Este estudo não se aprofunda na constatação de como seus responsáveis realizam pesquisas de opinião junto a seu público, mas pôde-se encontrar em seus *sites*, espaços reservados a interação com o leitor, assim como para publicação de críticas nas próprias revistas, o que já mostra claramente o interesse por sua opinião.

As revistas de cultura, especialmente as editadas no século XIX, tiveram vida curta. Comparadas a elas as revistas *Cult* que teve sua primeira edição nas bancas em 1997 e *Bravo!* em 1998, possuem vida relativamente longa, com a perspectiva de ainda muitos anos em atividade, situação que pode ser estendida à *Piauí*, pois apesar de possuir apenas três anos, já consolidou espaço entre os leitores. Destinadas a intelectuais, estudantes, professores, artistas em geral e àqueles que têm a cultura como interesse, mantêm suas vendas através das bancas de jornais e revistas ou das assinaturas.

Uma análise pormenorizada de cada uma mostra nos próximos sub-tópicos o parecer da autora sobre suas relações com as políticas públicas culturais.

2.1.1. Revista Piauí

A revista *Piauí* possui tiragem que varia em torno de 58.000 exemplares, e apesar de ser a mais jovem das analisadas, é a maior em número de exemplares mensais. Seu conteúdo se apresenta como mais politizado no que se refere aos acontecimentos contemporâneos nacionais e internacionais. Temas como esporte, cultura, religião, medicina ou mesmo os contos e trechos de romances e poesias requerem certo esforço intelectual do leitor. Por dar preferência a textos mais longos, foge dos moldes da maioria das revistas em circulação. Artigos que possam ser lidos com maior rapidez ou em intervalos de uma ou outra atividade são raros, sua leitura requer tempo e concentração. A maioria deles é tocada por humor astuto e irreverente, o que não diminui o valor da informação e da comunicação oferecida ao leitor. Em entrevista para o *site Digestivo Cultural* o financiador da revista, João Moreira Salles⁹, fala sobre o que os idealizadores esperam da publicação. “Nossa ideia é apenas ocupar um nicho que até agora estava vago. Nossas pretensões são relativamente simples: queremos fazer uma revista perene, que seja divertida e que revele coisas curiosas, importantes, fúteis, boas e ruins sobre o Brasil”.¹⁰

Publicada em papel jornal, a revista peca em seu formato tablóide de difícil manuseio. Medindo 35 cm de altura e 26 cm de largura, sua leitura se torna desconfortável. Excesso de material publicitário também interfere na apresentação das reportagens, exigindo do leitor atenção para encontrar a continuidade das matérias após os anúncios. Além disso, salvo raras exceções, as ilustrações não contribuem ou interferem para o entendimento do texto tornando-se desnecessárias.

No *site* da revista encontram-se em destaque *links* para a revista do mês, edições anteriores, quem faz, busca, *downloads*, cartas, contatos, assinaturas e anunciantes. No entanto, o *site* só é disponibilizado na íntegra para assinantes, livres mesmo só os *links* para cartas, contatos, assinaturas, anunciantes e *downloads* que se limitam às imagens das capas das revistas. Com cadastro gratuito o leitor pode receber *newsletters* semanais, participar de concursos e ler artigos e reportagens disponíveis apenas no *site*.

A revista é composta por artigos, críticas, contos e reportagens de qualidade como a crítica de Roberto Pompeu de Toledo ao livro *O Presidente Negro*, de Monteiro Lobato, onde

⁹ Filho de Walter Moreira Salles, fundador do UNIBANCO

¹⁰ *Site Digestivo Cultural* (Visitado em Janeiro de 2009)

traça paralelos entre as ideias do autor e a atual política norte americana no século XXI; o artigo de Roberto Schwarz enaltecendo Machado de Assis; ou a reportagem de Consuelo Dieguez sobre o desafio do pré-sal. No outro extremo são encontradas editoriais sem maiores fundamentações como *Diário e Quadrinhos*; entrevistas como a de José Miguel Wisnik a Eurico Miranda, cartola do futebol brasileiro, que teve detalhes de sua vida, seus gostos pessoais e palavras de baixo calão retratados em impressionantes seis páginas, também são pontos que apesar de isolados, deixam a desejar em uma revista de cultura.

Piauí entrou há pouco em seu terceiro ano de existência e já contribui de forma concreta para a divulgação e desenvolvimento da cultura. Suas páginas disputam espaço entre as prateleiras das bancas de jornais e revistas nacionais, ampliando o leque de opções do acanhado, mas crescente público leitor brasileiro. Mesmo assim a revista *Piauí*, assim como as demais publicações culturais que a seguirão neste estudo, torna seu trabalho carente ao direcionar suas atenções apenas para a elite intelectual, não alcançando as camadas populares e as cidades interioranas.

2.1.2. Revista Bravo!

Bravo!, segundo seus editores, “é uma revista inteiramente dedicada à divulgação e à análise das mais diversas manifestações culturais do Brasil e do mundo”¹¹. Seu objetivo é “levar ao leitor reportagens e serviços sobre todos os setores de interesse cultural - cinema, literatura, música, teatro, dança, artes plásticas e televisão.” No *site* da editora Abril está disponibilizado o perfil do seu leitor, o que comprova o interesse em conhecê-lo, seja para melhor adaptar o conteúdo a seus gostos, para intensificar as vendas ou para atrair anunciantes.¹²

Tabela 02

Perfil do Leitor		
Idade	Sexo	Classe Social
64% têm entre 20 e 39 anos	Homens: 51%	Classe A: 44%
	Mulheres: 49%	Classe B: 40%
		Classe C: 10%

Fonte: Estudos Marplan Jan a Dez 2006 – AS+ anos -9 mercados

Reorganização: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Total de Leitores: 110.000

Fonte: Projeção Brasil de Leitores com base nos Estudos Marplan e Instituto Verificador de Circulação. Consolidado 2007

Reorganização: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Tabela 03

Circulação
Tiragem: 45.657 exemplares
Circulação líquida: 22.672 exemplares

Fonte: Instituto Verificador de Circulação – ago/08

Reorganização: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Dentre as revistas analisadas é a que se destaca quanto ao conteúdo na *internet*. Em seu *site*, além da íntegra das revistas publicadas encontram-se atualizadas sugestões para

¹¹ *Site* Revista Bravo! (Visitado de Março a Dezembro de 2008)

¹² No período deste estudo, as demais revistas analisadas não disponibilizavam em seus *sites* informações similares, sendo este o motivo de sua ausência.

eventos, agendas e concursos culturais, sugestões de cursos para o leitor, *podcasts*, vídeos, polêmicas sobre o mundo das artes, *links* específicos para música, cinema, literatura, artes plásticas, teatro e dança. Sua mais recente novidade na *web* são os blogs. Domingos de Oliveira mantém um blog onde fala sobre seu dia-a-dia cultural e procura parceiros para seus escritos entre os leitores; Paulo Roberto Pires escreve sobre música, literatura e viagens; e José Luís Peixoto faz publicações culturais diversificadas.

A Revista *Bravo!*, uma das mais antigas do Brasil entre as estudadas, completou dez anos em 2008. Divide suas reportagens por áreas culturais o que dá facilidade ao leitor na procura de seus objetos de interesse. Na coluna *Primeira Fila* encontram-se sugestões diversificadas de apresentações teatrais, bandas de música, exposições artísticas nos principais espaços culturais do eixo Rio – São Paulo e do mundo, além de artigos com personagens que contribuem para a promoção da cultura. Nas colunas *Artes Plásticas, Cinema, Livros, Teatro e Dança e Música* o leitor encontra sugestões de exposições, lançamento de livros, filmes, espetáculos teatrais e de dança, entrevistas, sinopses de filmes e livros, críticas e reportagens especiais de capa. Nas revistas estudadas pôde-se ler, sobre Oscar Niemayer, Matisse, Woody Allen, Marcel Duchamp, Guimarães Rosa, Bob Dylan e Paulo Autran.

Bravo!, assim como os cadernos de cultura dos jornais analisados, enfatiza em grande parte de suas edições as comemorações que lembram nascimento e morte de grandes nomes da cultura ou eventos que marcaram época. Encartes como a coleção *Bravo! 50 anos de Bossa Nova* estão entre as principais publicações neste sentido em 2008. Por sua acuidade, enriquecem a publicação e satisfazem os colecionadores. A coleção, composta de pequenas revistas com 20 cm de altura e 13,5 cm de largura, traz vida e obra dos criadores da Bossa Nova (Tom Jobim, Vinícius de Moraes, João Gilberto, Nara Leão, Roberto Menescal, Sylvia Telles, Ronaldo Bôscoli e Carlos Lyra), ameniza a saudade dos apreciadores e esclarece de maneira aprazível os que não vivenciaram a época. Machado de Assis também é arquétipo de publicação neste sentido, no ano em que a *Academia Brasileira de Letras*, assim como grandes instituições de cultura nacionais, lhe renderam homenagens, *Bravo!* destacou a grandiosidade do escritor em suas páginas, assim como a do centenário de Guimarães Rosa.

É explícita nas páginas de *Bravo!* a exaltação à cultura erudita e à indústria cultural. A primeira não necessita ressalva devido a necessidade de sua disseminação, o que já não se pode dizer da segunda. Em todas as edições encontram-se, mesmo que em número reduzido, fenômenos por ela produzidos. As editorias vão dos Rolling Stones a Britney Spears, do

cinema hollywoodiano à exposição dos bem comercializados livros de auto ajuda, da arte de Yoko Ono à divulgação do trabalho de autores de minisséries produzidas para canais abertos de TV. A revista não possui espaço para divulgação da arte popular, ação que completaria a diversidade que busca trabalhar.

Bravo! não alcança totalmente seus objetivos na divulgação dos grandes eventos culturais nacionais e mundiais, e também quando se dispõem a levar ao leitor reportagens e serviços sobre todos os setores culturais - cinema, literatura, música, teatro, dança, artes plásticas e televisão por, no que se refere a evento nacionais, se limitar ao que acontece nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo¹³. Além destes, como já citado anteriormente, o comprometimento com a “divulgação e à análise das mais diversas manifestações culturais do Brasil” deve também se estender à cultura popular o que enriqueceria em muito a revista, reforçando o que já é produzido.

¹³ As edições de outubro de 2009 e de Janeiro de 2010 trouxeram encartes especiais sobre a cultura no Ceará e na Bahia, respectivamente.

2.1.3. Revista Cult

No mercado há 11 anos, a de vida mais longa entre as analisadas, a revista *Cult* possui tiragem mensal de 25.000 exemplares. Realiza, o por ela mesma denominado, “jornalismo cultural” e apresenta em seu conteúdo reportagens, ensaios, resenhas e dossiês no âmbito da cultura, filosofia, ciências sociais e outras áreas do conhecimento.

A revista *Cult* destacou-se em 2008 pela publicação de dossiês com temas relevantes escritos por especialistas. A leitura dos dossiês que no período estudado referenciaram Merleau-Ponty, Max Weber, Pierre Bourdieu, Hannah Arendt, J. W. Goethe, Herbert Marcuse, Jacques Lacan, além do Maio de 68, não substitui o estudo dos autores na íntegra, mas são de grande importância para os iniciantes, assim como para os interessados nas ciências humanas. Depois da leitura dos dossiês, os leitores são estimulados a visitar o *site* e responder questões referentes ao tema. Os dez primeiros participantes são premiados, na maioria das vezes com livros. Entrevistas com representantes da cultura, como o ministro da cultura Juca Ferreira, a idealizadora do *Fórum das Letras de Ouro Preto*, Guionmar de Grammont, o filósofo André Comte-Sponville, a jornalista e ativista Naomo Klein completam o periódico. A revista se beneficia também por encartes com sugestões de livros, exposições de arte e promoção de cursos.

No *site* da revista encontra-se o conteúdo digitalizado dos dossiês publicados desde 2007 a partir da edição 57, usados como fonte de pesquisa por estudantes e professores e também por aqueles interessados na obra e na biografia de grandes figuras do pensamento ocidental. O problema está no bloqueio deste conteúdo, pois seja para qual for o uso do material exposto é necessária autorização prévia junto à editoria, o que dificulta o uso de citações e impressões para leitura mais detalhada. O acesso então, só é possível através da compra das revistas, que de acordo com sua editora Daysi M. Bregantini “estão catalogadas em bibliotecas e universidades e são utilizadas como material de pesquisa”, além de seu conteúdo ser “apresentado em teses acadêmicas e trabalhos de conclusão de curso”¹⁴.

Disponibilizar seu conteúdo digital com restrições, impedindo aos a quem se destina, em especial estudantes muitas vezes despossuídos de recursos para aquisição de material didático, afasta a revista *Cult* do que poderia ser considerado uma política pública de cultura. Todavia, a revista vem se tornando opção de pesquisa, o que pode validar as palavras de

¹⁴ Revista Cult, nº 131, ano 11, Dezembro/2008.

Bregantini e ressaltar a importância das publicações culturais em prol da educação e da cultura.

O valor dos dossiês, das entrevistas e dos temas atuais está em apresentar ao leitor iniciante o mundo da intelectualidade ao mesmo tempo em que proporciona ao intelectual momentos de reflexão e crítica. Além disto, a divulgação do saber acadêmico, distante até mesmo de grande parte do corpo docente das universidades, enriquece ainda mais a publicação, razões que a torna a mais erudita entre as já citadas neste capítulo.

2.1.4. Cadernos de Cultura

O estudo dos cadernos de cultura de jornais abrangeu o caderno *Prosa e Verso* do jornal *O Globo*, o caderno *Ideias e Livros* do *Jornal do Brasil* aos sábados do dia 10 de Maio de 2008 ao dia 31 de Janeiro de 2009, o caderno *Cultura* do jornal *Estado de São Paulo* e o caderno *Mais* do jornal *A Folha de São Paulo* do dia 11 de Maio de 2008 ao dia 1º de Fevereiro de 2009, aos domingos. O fato de sua análise não ter sido feita separadamente se deve à semelhança entre as matérias em todas as publicações, inclusive entre as revistas de cultura.

Apesar de suas publicações serem semanais, dificilmente podem antecipar as informações culturais, característica que os poriam em vantagem em relação às revistas. *Cultura* não gera informação instantânea, requer reflexão e enfrentamento, tempo para apreciação, destarte os cadernos de cultura acabam tendo semelhanças temporais com as revistas do mesmo tema. Além disto, sua proximidade não se limita ao tempo, visto que como nas revistas, suas páginas são recheadas com posicionamentos de filósofos, cientistas sociais, políticos, escritores e personagens significativos para a cultura; colunistas possuem espaços fixos para artigos semanais ou quinzenais; são encontradas críticas à indústria editorial, cinematográfica e fonográfica; datas de importância nacional e internacional ou de nascimento e morte de ícones de importância para a cultura mundial são lembrados geralmente em suas matérias de capa; o livro é tema constante em todos os cadernos e em todas as publicações, assim como as feiras literárias nas ocasiões de suas realizações¹⁵; seu conteúdo digital é aberto em sua totalidade apenas para assinantes.

A semelhança entre as publicações analisadas confirma a constatação de Adorno de que os meios de comunicação, mesmo os que optam por registrar e disseminar a cultura, constituem um sistema. As revistas se destacarem por apresentarem-se de maneira mais aprazível, com material de melhor qualidade e de fácil manuseio e armazenamento, assim como maior espaço para publicações são de pouco significado. O mesmo se dá com a vantagem que os cadernos têm por serem semanais e fazerem suas publicações nos dias próximos aos eventos. Relatar fatos recentes e publicar reportagens usando conteúdos atuais, como o posicionamento jornalístico sobre o ataque a Gaza, a eleição do primeiro presidente negro nos Estados Unidos ou eventos de comoção nacional criados pela mídia usando

¹⁵ *Feira de Frankfurt, Festa Literária Internacional de Porto de Galinhas, Festa Literária Internacional de Parati, Fórum das Letras de Ouro Preto* foram assunto em todos os cadernos

sequestros e desastres naturais são pequenas diferenças que não constituem distâncias entre as publicações.

A semelhança entre os cadernos ainda é maior. Um mesmo escritor é entrevistado por todos em um curto espaço de tempo, basta estar em evidência midiática em claro exemplo de *marketing* cultural; um colunista de um caderno torna-se matéria de capa de outro; em todos se encontra a relação dos livros mais vendidos separados no *Cultura* por ficção e não ficção, no *Ideias&Livros* por ficção e não ficção, esoterismo e autoajuda, no *Prosa&Verso* por ficção, não ficção, autoajuda, infanto-juvenil, guias espirituais e negócios. Destaque neste caso, para o caderno *Mais* que valoriza não só a divulgação dos livros, mas os dez melhores em ficção, coletânea, teatro, cinema, exposição, instalação, história, fotografia, música e arte. Conclui-se então, que a diferença entre os cadernos de cultura fica restrita à originalidade dos artigos.

Em todos os cadernos, assim como nas revistas, é importante destacar o grande espaço dado ao livro seja para os lançamentos, os mais vendidos, resenhas, críticas e entrevistas com autores. As chamadas publicitárias, que os grandes jornais promovem objetivando ampliar suas vendas podem resultar em benefício indireto ao incentivo à leitura. A divulgação das publicações literárias, sejam clássicos da literatura brasileira, autores contemporâneos ainda desconhecidos do público ou autores que se destacam entre as literaturas comerciáveis, termina por beneficiar o leitor no quesito literatura. Independentemente dos objetivos serem comerciais ou não, a divulgação do livro foi, é e sempre será louvável.

Ao se pensar como Salgado, que a formação e o processo da leitura e do leitor devem se iniciar na infância e na adolescência, pode-se dar destaque ao caderno *Prosa&Verso* por ser o único a reservar espaço à leitura infanto-juvenil no encarte denominado *Globinho*. Em páginas coloridas, seleciona peças teatrais, filmes, eventos e livros que são sugeridos em todas as edições. Curiosidades, dicas sobre as novas regras ortográficas para a Língua Portuguesa são publicadas em linguagem acessível aos futuros compradores. Quadrinhos, palavras cruzadas e caça-palavras também fazem parte do pacote, além de espaço destinado para produção do público mirim.

Pelas sugestões de livros recém lançados, as reportagens ou entrevistas com escritores, artistas, filósofos, respeitados cientistas sociais de reconhecimento nacional e internacional¹⁶, pela divulgação de autores iniciantes, curiosidades sobre as ciências biológicas e sociais, revoluções que entraram para a história, artigos, crônicas, ensaios, a relevância dos temas atuais, os cadernos de cultura semanais mantêm o leitor atualizado com as transformações da cultura contemporânea.

Na tentativa de explicitar o que foi publicado sobre políticas públicas de cultura nas revistas e cadernos de cultura em 2008, no próximo tópico encontra-se um quadro com a relação das reportagens sobre o tema, assim como observações sobre o porquê de sua ausência em suas páginas.

¹⁶ Na época do estudo leu-se sobre Michel Foucault, Humberto Eco, Lévi-Strauss, Machado de Assis, Edgar Allan Poe, Aleijadinho, Ferreira Gullar, Manoel Bandeira, Luiz Ruffato, Alejo Carpentier, Afonso Romano de Sant'Anna, Leila Diniz, José Saramago, Roberto Schwarz, Theodor Adorno, dentre outros.

2.1.5. Políticas públicas de cultura na ordem do dia

O estudo das publicações culturais escolhidas mostrou, através de sua descrição, que nelas pouco se divulga sobre políticas públicas culturais. Em raros momentos foram apresentadas opiniões ou noticiados eventos relacionados ao tema como se pode observar na breve taxonomia das publicações a seguir. Devido à ausência do tema buscado, a relação foi feita destacando mesmo as que não são diretamente relacionadas às políticas culturais, mas possuem com elas alguma relação, seja através da divulgação de eventos ou de opiniões em entrevistas. O objetivo foi demonstrar com maior lucidez o que foi publicado neste sentido durante o período da análise.

Como dito anteriormente tanto as revistas, quanto os cadernos de cultura possuem poucas matérias onde as políticas públicas são discutidas, e quando acontece não são apresentadas através de discussões, mas de divulgação. O debate surge em poucos casos nas entrevistas quando o entrevistado tem alguma relação com o tema. No período de observação apenas uma entrevista com o Ministro da Cultura Juca Ferreira, na revista *Cult*, e uma reportagem sobre políticas públicas de leitura no país, no caderno *Prosa&Verso* do Jornal *O Globo* puderam ser consideradas verdadeiramente relacionadas com as políticas públicas culturais.

Vale a ressalva para estas publicações no que se refere aos cadernos de cultura, pois no momento de sua análise as reportagens e entrevistas sobre as políticas culturais foram na maioria das vezes apresentadas nos demais cadernos, o que neste caso, os redime de tal compromisso.

Quadro nº1 – Políticas Públicas de Cultura – Revistas e Cadernos de Cultura

Publicações	Políticas Públicas – Temáticas
Piauí	Agosto 2008 - Neopassadista Neoclássico: Depende das eleições da prefeitura e do Masp o futuro de Júlio Neves, o Niemayer de Paulo Maluf, que marcou São Paulo com grandes projetos imobiliários e preside o museu há catorze anos.
	Setembro 2008 - O Último Crítico: Sábado Sagaldi atualiza as 20 mil páginas da mais minuciosa radiografia do último meio século e lança um livro de alerta: abandonado como está, o teatro brasileiro virará saudade.
	Dezembro 2008 - A Ópera do pequeno príncipe: Mesmo com todos os ataques e denúncias que a envolvem, a Cidade da Música feita por Portzamparc no Rio é a mais relevante obra pública construída no Brasil desde Brasília.
Bravo!	Janeiro 2008 - O circo que você vê... As melhores imagens do espetáculo 'Alegria' do Cirque Du Soleil – em cartaz em Janeiro no Rio e em Fevereiro em São Paulo – e as fotos exclusivas de <i>Bravo!</i> dos bastidores da montagem.
	Maio 2008 - “Roberto Jefferson poderia ser ator”: Marco Nanini leva aos palcos “O Bem Amado”, de Dias Gomes.
	Julho 2008 - O artista Prime do ano
	Agosto 2008 - O artista Prime do ano.
	Setembro 2008 - O Artista Prime do ano
	Setembro 2008 - Do Mundo para o Brasil, <i>O Festival Porto Alegre em Cena</i> se consagrou pelos espetáculos estrangeiros. Agora traz também estréias nacionais de peso.
	Outubro 2008 - O Maior Prêmio da Cultura.
	Novembro 2008 - Uma tarde no... Museu do Futebol: Inaugurado no mês passado no estádio do Pacaembu, em São Paulo, o museu recebe a visita de um dos maiores jogadores da história do futebol brasileiro
	Novembro 2008 - Nossa Aposta Thiago Arancam: O tenor brasileiro foi um dos vencedores da Operalia, maior competição de canto lírico do mundo, e se prepara para cantar a ópera 'Carmem', a convite de Plácido Domingo
	Novembro 2008 - Os Grandes Vencedores: Em festa em São Paulo foram anunciados os eleitos da 4ª edição do Prêmio Bravo! Prime de Cultura.
Cult	Agosto 2008 - Cultura em movimento: Homenagens a Machado de Assis e Bienal Internacional do Livro de São Paulo.
	Outubro 2008 - Cultura em movimento: Fórum das Letras de Ouro Preto.
	Novembro 2008 - Ministro Juca Ferreira dita os rumos da cultura no Brasil e reconta o período que ficou exilado durante a ditadura militar no Brasil.
	Dezembro 2008 - Balanço Positivo: Maior número de leitores e eventos literários aquecem o mercado do livro em 2008.

Cadernos de Cultura	Prosa e Verso	14 de Junho de 2008 - Retratos de Machado.
		5 de Julho de 2008 - Entre o Amor e a Guerra: 6ª Feira Literária de Parati.
		20 de Setembro de 2008 - Enxergar através das retinas do gênio: Biblioteca Nacional inaugura exposição comemorativa com imagens inéditas e abordagem renovada de Machado e reúne em livro seu acervo do autor.
		27 de Setembro de 2008 - Um escritor e sua língua: ABL celebrará Machado de Assis em sessão presidida por Lula, que assinará Acordo Ortográfico, e com o lançamento da obra completa do escritor.
		4 de Outubro de 2008 - Maratona Frankfurt: Em sua 60ª edição, maior evento do mercado editorial reúne prêmios Nobel, best-sellers e empresas de 101 países.
		25 de Outubro de 2008 - Instituto para o Livro: Ministério da Cultura vai criar em 2009 novo órgão para gerir políticas de leitura no país.
		1º de Novembro 2008 - Festejar autores e ideia: Encontros em Ouro Preto e Porto de Galinhas chegam consolidados à 4ª edição.
		8 Novembro 2008 - Gosto pelas letras e por gente: escritora une saber acadêmico à informalidade com o público.
	Ideias&Livros	25 de Outubro de 2008 - A literatura muito além do mapa: Autores de países como Guiné-Bissau e Angola discutem como fugir do rótulo de africanos.
		1º de Novembro 2008 - Uma festa de olho comprido: evento literário em Porto de Galinhas mira o continente africano, do outro lado do oceano.
		8 Novembro 2008 - Oficinas revivem arte do encontro: em Porto de Galinhas, são duas. Autores-oficineiros ligam trabalho à formação de leitores
	Cultura	No período da análise não foram encontradas neste caderno publicações que tivessem as políticas públicas de cultura como tema.
	Mais	No período da análise não foram encontradas neste caderno publicações que tivessem as políticas públicas de cultura como tema.

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

O estudo produzido se restringiu à leitura e à interpretação das revistas e cadernos de cultura. Para melhor qualidade do trabalho seria ideal e necessário no mínimo a análise de sua produção e a feitura de entrevistas com editores, colunistas, jornalistas e leitores, assim sendo, este trabalho deve ser aperfeiçoado em oportunidades e estudos futuros.

Mesmo diante de tal ressalva algumas ponderações importantes foram atingidas. A principal delas é que apesar das revistas e cadernos de cultura possuírem poucas restrições ao conteúdo, pecam por não terem espaço destinado à cultura popular, além de se limitarem a eventos realizados no eixo Rio - São Paulo. Alcançariam mais adeptos e valorizariam mais a cultura nacional caso passassem a exibir um panorama da diversidade artística nacional. Suas páginas alcançariam maior relevância se tivessem lado a lado a música popular, a erudita, manifestações tradicionais, teatro, dança, DJs, grafite, artes visuais, áudio-visual, circo, contadores de histórias.

O alcance dos periódicos se limitarem ao campo social, no sentido bourdiesiano, onde as pessoas são providas de alto capital cultural e monetário também se torna um agravante. As tiragens reduzidas demonstram a carência de público interessado ou em condições financeiras de adquirir as publicações culturais, o que certamente é um problema macrossocial que não cabe às revistas suprirem, o pesar está em publicações tão importantes se limitarem a uma elite intelectualizada e provida de capital monetário. A este respeito há de se fazer uma ressalva à revista *Bravo!* que mesmo sendo beneficiada pela principal lei de incentivo à cultura no Brasil, a *Lei Rouanet*, faz chegar seu exemplar ao leitor no valor de R\$14,00, longe do alcance da maioria da população. É mais do que óbvio que é responsabilidade desta revista tornar seus preços acessíveis ao grande público. Cabe ao MinC a tarefa de fiscalizar o destino dos recursos que aprova. Os demais, cadernos e revistas de cultura, podem contribuir com a redução de custo de seus exemplares ou mesmo que apenas com a liberação do conteúdo nos *sites*.

Observou-se durante este estudo que as revistas se autodenominam responsáveis por promover “jornalismo cultural”¹⁷, por criar “uma revista perene, que seja divertida e que revele coisas curiosas, importantes, fúteis, boas e ruins sobre o Brasil”¹⁸, ou ainda por ter como objetivo “levar ao leitor reportagens e serviços sobre todos os setores de interesse

¹⁷ Site Revista Cult (Visitado entre Março e Dezembro de 2008).

¹⁸ Site Revista Piauí (Visitado entre Março e Dezembro de 2008).

cultural”¹⁹. Diante disto, conclui-se caber a elas também acrescentar em suas pautas o debate sobre políticas públicas de cultura.

Outro dado de importância registrado é o fato destas publicações não alcançarem as cidades interioranas e possuírem uma agenda *setting* cultural direcionada, como se só se interessassem pelas políticas públicas de cultura endereçadas às elites intelectualizadas e apagassem as demais, deixando-as no esquecimento. Por outro lado, os responsáveis pela cultura nestas cidades se comportam como se nunca as tivessem tocado, promovendo apenas as produções regionais, o que não é um ponto negativo, mas não os exime da responsabilidade de apresentar a todos as mais diversas manifestações culturais.

Há de se reconhecer que mesmo possuindo lacunas necessitadas de maior imissão e atingindo apenas uma minoria privilegiada, poder contar há mais de uma década com tais publicações já é um grande avanço para uma sociedade tão carente de iniciativas em prol da cultura. A diversidade cultural espalhada no extenso território brasileiro se perderá, caso não seja registrada através de publicações científicas, do audiovisual e dos tão significativos cadernos e revistas de cultura brasileiros. E já que as Ciências Humanas e Sociais são as que têm feito mais este papel, parte-se no próximo tópico para a descrição das entrevistas com gestores culturais das instituições promotoras de cultura da Zona da Mata Mineira, componente de maior representatividade nesta dissertação, no intuito de contribuir com seu registro na área acadêmica.

¹⁹ Site Revista Bravo! (Visitado entre Março e Dezembro de 2008).

2.2. A Pesquisa Empírica: descrição dos resultados

O mapeamento das instituições promotoras de cultura na Zona da Mata Mineira sejam elas mantidas por instituições públicas, pela iniciativa privada, por parcerias, doações ou através de leis de incentivo municipais, estaduais e ou federais, foi a forma encontrada pela pesquisadora para contribuir com as políticas públicas de cultura na região. A apresentação deste trabalho teve início com detalhes de como foi realizada a pesquisa empírica seguida das descrições das tabelas criadas para as questões da entrevista quantitativa, exceção feita às perguntas que pelo formato necessitaram transcrição através da escrita. Faz-se importante salientar, que as tabelas não aparecem na mesma ordem do questionário devido ao recorte temático realizado para melhor interpretação dos dados. Para finalizar foram apresentados os relatos obtidos a partir de entrevistas realizadas junto aos secretários de cultura das cidades de Além Paraíba, Cataguases, Juiz de Fora, Leopoldina, Muriaé e Ubá, parte eminente da pesquisa qualitativa. Assim sendo, passa-se a descrição do trabalho.

O Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações básicas Municipais – Munic 2006, do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE, 2006), em parceria com o MinC mostra que em 72% dos municípios brasileiros, os órgãos gestores de cultura funcionam em conjunto com outras áreas; que em 12,6%, o setor é subordinado a outras secretarias; que temos 84% de órgãos gestores não exclusivos de cultura; e que em 6,1% dos municípios a cultura está vinculada diretamente à chefia do executivo. Nesses casos, segundo a pesquisa, ela costuma ser vista como uma área produtora de eventos que beneficiem a imagem do gestor.

Gráfico 01:

Buscou-se referência na visão macro do IBGE para pensar as políticas públicas de cultura no Estado de Minas Gerais, mais especificamente na Zona da Mata, mapeando suas instituições, conhecendo seus projetos, diagnosticando seus problemas, crescendo com suas experiências.

A pesquisa teve início com a busca destas instituições utilizando a rede mundial de computadores e através de pessoas ligadas à cultura na região. No *site As Minas Gerais* foram identificadas as 143 cidades da Zona da Mata Mineira e no *site da Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais*, os endereços e telefones de suas respectivas prefeituras. As instituições culturais mantidas por empresas privadas, doações, parcerias e leis de incentivo, localizadas nestas cidades foram sugeridas por trabalhadores da cultura e amigos da pesquisadora, e por fim os contatos dos Pontos de Cultura foram encontrados no *site* do Ministério da Cultura (todos os endereços em anexo).

Localizadas as instituições passou-se à elaboração do questionário (em anexo) que foi composto por 40 questões para autorresposta, mescladas entre qualitativas e quantitativas e pensadas de forma que atingissem os mais diversificados órgãos promotores de cultura. Foram enviados 161 questionários para 143 cidades e 18 instituições não pertencentes aos municípios, entregues via correio, e-mail e pessoalmente. Junto ao questionário, além das cartas de apresentação foram enviados envelopes selados para facilitar sua devolução.

Uma semana após o envio, as respostas começaram a chegar através de questionários prontamente respondidos, solicitação de esclarecimentos de dúvidas ou justificativas para a não resposta. A cidade de Carangola posicionou-se por e-mail, através da Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte, Lazer e Patrimônio Histórico, informando não poder responder à pesquisa por acreditar que por ser um órgão subordinado à prefeitura as perguntas da entrevista não se aplicavam a sua realidade administrativa. O representante da cidade do Alto do Rio Doce informou por telefone, que a cidade não possui órgãos promotores de cultura e por isso não teria condições de responder. Os demais contatos foram para sanar dúvidas, que logo que esclarecidas colaboraram para a devolução dos questionários totalmente respondidos.

O fato dos questionários terem sido enviados em novembro de 2008, dificultou suas devoluções pelas prefeituras nas quais os prefeitos não foram reeleitos, por este motivo, no primeiro semestre de 2009 os questionários foram reenviados, por sugestão do professor André Moysés Gaio, na busca da ampliação da pesquisa. Foram devolvidos cinquenta questionários, o que equivale a 31% do total, e que tabulados utilizando-se do programa SPSS, versão 17.0, transformaram-se em tabelas e textos que passam a partir de agora a serem descritos.

2.2.1. Transcrição da pesquisa quantitativa

Para a descrição e comentários dos resultados da pesquisa quantitativa optou-se pelo uso de tabelas e pela transcrição dos dados.

Nas questões enviadas aos gestores culturais, elaboradas de maneira que fornecessem meios à compreensão detalhada do funcionamento das instituições, foram solicitadas informações gerais e específicas quanto a sua composição, seus métodos de trabalho e desenvolvimento de projetos a serem explanados a seguir.

O início do questionário visava identificar o nome das instituições, as cidades onde se localizam, fundadores, ano de fundação, principais gestores, nome fantasia e mantenedores. Através delas diagnosticou-se que a primeira instituição cultural da Zona da Mata foi a *Fundação Alfredo Ferreira Lage*²⁰ em Juiz de Fora, inaugurada em 1978 e a última em 2007, *Espaço Evoluir* em Itamarati de Minas, lembrando que a partir de 1999 houve um crescimento de 64,51% nas inaugurações; nas respostas enviadas pelas prefeituras pôde-se observar que apenas as cidades de Juiz de Fora e Muriaé contam com órgão exclusivo para a gestão cultural, as demais dividem suas ações com o esporte, o turismo, o lazer e o meio ambiente, ou são desenvolvidas em conjunto com as secretarias de educação, bibliotecas e setores não especificados pelos entrevistados; já as instituições mantidas por empresas privadas ou através de leis de incentivo, parcerias e doações são mais estruturadas, com gestores culturais, coordenadores e técnicos em condições mais favoráveis para realizar os projetos propostos demonstrando estarem mais preparados para gerir a cultura do que o poder público. O arranjo de uma parceria entre o setor público e privado na gestão da cultura é uma sugestão que pode dar sustentação ao primeiro.

Com a realização do cruzamento das questões 3 e 4 observou-se que 95,2% das instituições culturais da Zona da Mata Mineira mantidas pelas prefeituras não obtêm lucro em suas atividades, o mesmo acontecendo com 100% das associações. Apenas 25% das fundações visam lucro constatando-se assim, que o panorama geral da cultura na região é de instituições que não produzem receitas com suas atividades culturais. Mesmo sem obter lucros, deveria ser admitido às instituições oferecer seus projetos culturais com preços acessíveis ao público. Tais verbas, mesmo que pequenas, podem contribuir com a ampliação

²⁰ Doravante abreviado para FUNALFA.

da abrangência de suas atividades, já que os recursos destinados à cultura são comprovadamente escassos.

Tabela 04

Percentual de instituições quanto à natureza jurídica e os fins lucrativos (cruzamento de variáveis: questões 3 e 4)

		Possui fins lucrativos		Total
		Sim	Não	
Natureza jurídica	Associação		100%	100%
	Fundação	25%	75,0%	100%
	Prefeitura	4,8%	95,2%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Quando se levou em consideração que as instituições sem fins lucrativos podem se beneficiar da isenção dos direitos trabalhistas aos colaboradores, questão polêmica utilizada especialmente como recurso de *marketing* político durante as eleições, constatou-se que poucas o fazem: 6% através de cooperativas e 8% através do trabalho autônomo, como apresentado através da questão 15. Os direitos trabalhistas são pagos por 60% das instituições a seus colaboradores.

Tabela 05

Percentual de instituições quanto à isenção de pagamento dos direitos trabalhistas

	Número de Respostas	Percentual
Cooperativa	3	6,0%
RPA (trabalho autônomo)	4	8,0%
Não se beneficia	30	60,0%
Não respondeu	13	26,0%
Total	50	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

As instituições preferem se beneficiar, como mostrou a questão 16, ainda no que se refere ao pró-labore, através do trabalho oferecido por parcerias, estagiários e voluntários: 18% através de parcerias, 36% do trabalho voluntário, o mais utilizado, e 18% de estagiários. Os trabalhadores da cultura são pagos diretamente por 48% das instituições.

O panorama que se apresenta é resultado do pouco investimento na cultura, fazendo com que seus órgãos gestores procurem maneiras alternativas de tornar os valores que dispõem suficientes, mas também da falta de profissionalismo dos mesmos, que tendo a falta de verbas como subterfúgio contribuem para que os trabalhadores da cultura sejam a cada dia mais desvalorizados.

Tabela 06²¹

Percentual de instituições quanto à remuneração dos colaboradores			
	Sim	Não	Total
Remunerados através da instituição	48,0%	52,0%	100%
Remunerados através de parcerias	18,0%	82,0%	100%
Voluntários	36,0%	64,0%	100%
Estagiários	18,0%	82,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

O mesmo se dá quando o assunto é o fomento aos projetos. Nas informações obtidas através da questão 28, os recursos provêm em sua maioria de parcerias (48%), patrocínios (42%) e da Lei Estadual de Incentivo à Cultura de Minas Gerais (40%). A *Lei Rouanet*, principal lei de incentivo à cultura brasileira, ainda se encontra distante dos projetos do interior de Minas Gerais beneficiando apenas 18%. Faz-se necessário, além da reforma da lei, oferecer informações aos trabalhadores da cultura sobre como inscrever seus trabalhos e a compreensão das empresas locais sobre importância do apoio à cultura, inclusive através de recursos próprios.

²¹ As tabelas referentes às questões 14, 16, 20, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 32, 36 e 38, onde foram solicitadas respostas que poderiam abranger mais de um item, possuem formatação semelhante à atual, com o objetivo de alcançar maior clareza.

Tabela 07

Percentual de instituições quanto aos recursos utilizados para fomento aos projetos			
	Sim	Não	Total
Contribuições	24,0%	76,0%	100%
Cooperação internacional	2,0%	98,0%	100%
Pessoas físicas	26,0%	74,0%	100%
Pessoas jurídicas	24,0%	76,0%	100%
Lei Municipal de Cultura	30,0%	70,0%	100%
Lei Estadual de Cultura	40,0%	60,0%	100%
<i>Lei Rouanet</i>	18,0%	82,0%	100%
Parcerias	48,0%	52,0%	100%
Patrocínios	42,0%	58,0%	100%
Prestação de serviços/venda de produto	22,0%	78,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

A questão 36 mostrou que as prefeituras são as principais apoiadoras das instituições (76%); poucas são reconhecidas como de utilidade pública municipal (28%), estadual (12%) e/ou federal (8%) e menos ainda pela *Fundação Abrinq* (2%); apenas 14% recebem apoio do *Programa Cultura Viva* (ação do Ministério da Cultura que contempla iniciativas culturais que envolvem a comunidade em atividades de arte, cultura, cidadania e economia solidária); e 12% são *Pontos de Cultura* (iniciativas da sociedade civil, realizadas através de convênio com o Ministério da Cultura, responsáveis por articular e impulsionar ações culturais que já existem nas comunidades).

A questão esclarece que o apoio e o reconhecimento à cultura na região são restritos e que esta carece ser mais valorizada por empresas e faculdades locais, que oferecem apoio ou reconhecimento a inexpressivos 16% das instituições e são fundamentais na capacitação dos gestores culturais, seja na elaboração de projetos, na busca de apoio financeiro, reconhecimento e/ou estímulo intelectual. A questão da instrução dos chefes de cultura se faz ainda mais importante quando se tem consciência de que são eles que interpretam, avaliam e estimulam e não só promovem a cultura.

Tabela 08

Percentual de instituições quanto a certificação e apoio recebidos			
	Sim	Não	Total
Cultura Viva	14,0%	86,0%	100%
Empresas privadas	26,0%	74,0%	100%
Faculdades	16,0%	84,0%	100%
Fundação Abrinq	2,0%	98,0%	100%
Lei Estadual de Cultura	44,0%	56,0%	100%
<i>Lei Rouanet</i>	20,0%	80,0%	100%
Ministério da Cultura	30,0%	70,0%	100%
É um Ponto de Cultura	12,0%	88,0%	100%
Prefeitura	76,0%	24,0%	100%
Utilidade Pública Estadual	12,0%	88,0%	100%
Utilidade Pública Municipal	28,0%	72,0%	100%
Utilidade Pública Federal	8,0%	92,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Os investimentos anuais nos projetos, abordados pela questão 30, ficaram muito aquém das necessidades da cultura, comprovando a necessidade de maior incentivo no interior do Estado onde 24% das instituições investem o valor máximo de R\$10.000,00 (dez mil reais) e 34% até R\$100.000,00 (cem mil reais). Quantias acima deste valor, apenas 24% têm condições de dispor.

A falta de verbas está entre os principais obstáculos para o desenvolvimento da cultura local citados pelos gestores culturais na questão 40, eminentemente aberta. Em suas falas as queixas e lamentos são constantes por não terem condições de desenvolver seus projetos devido aos escassos recursos financeiros: “Obstáculo, mesmo, tem uma só origem: fonte de recursos. Se não há, fica quase impossível tocar os projetos”; “O maior desafio é a sustentabilidade do projeto, principalmente financeira”; “Não podemos ainda oferecer total gratuidade aos participantes, pois necessitamos sobreviver”; “Hoje o maior obstáculo se resume a questão de ordem financeira”; “Faltam recursos financeiros, falta apoio por parte dos governos: estadual e federal.”; “Falta apoio financeiro de empresas e do poder local”.

Tabela 09

Percentual de instituições quanto aos investimentos anuais		
	Número de respostas	Percentual
Até R\$10.000,00	12	24,0%
Entre R\$10.001,00 e R\$100.000,00	17	34,0%
Entre R\$100.001,00 e R\$1.000.000,00	12	24,0%
Mais de R\$1.000.000,00	2	4,0%
Não respondeu	7	14,0%
Total	50	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Perguntados na questão 38 sobre suas opiniões a respeito das dificuldades encontradas em suas instituições, 60% dos gestores culturais apontaram a carência de infraestrutura e 54% a falta de apoio financeiro do Estado. Apenas uma das pesquisadas, o equivalente a 2% do total, se considera em situação estável não necessitando de incentivos.

A posição tomada frente à falta de local apropriado para o desenvolvimento dos projetos é avigorada na questão 40 através de depoimentos como. “Não temos infraestrutura suficiente para ampliar mais os nossos projetos”; “O maior obstáculo é a falta de um local para público maior. Falta-nos um auditório”; “Falta espaço físico adequado para as oficinas e para apresentações”; “Os maiores obstáculos encontrados são a falta de espaço físico fechado para exposições e apresentações de peças teatrais e músicas”.

Apesar de 44,9% das instituições afirmarem necessitar de pessoal capacitado para gerir e desenvolver projetos, 78% dispensaram o incentivo intelectual que o Estado possa oferecer, demonstrando incoerência entre as respostas e falta de maturidade para consolidação de suas ações. Não ter consciência da necessidade de capacitação é a maior prova de sua carência.

Tabela 10

Percentual de instituições quanto às carências institucionais			
	Sim	Não	Total
Pessoal capacitado	44,9%	55,1%	100%
Infraestrutura	60,0%	40,0%	100%
Incentivo Financeiro do Estado	54,0%	46,0%	100%
Incentivo intelectual do Estado	22,0%	78,0%	100%
Sem necessidade de incentivo	2,0%	98,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

A questão 24 especifica o tipo de carência em infraestrutura da qual os gestores se referem na tabela anterior, apresentando como uma das maiores deficiências (68%) a falta de espaço para eventos que necessitem abrigar um maior número de pessoas, como peças teatrais, palestras e seminários.

Pouco mais da metade das instituições possuem bibliotecas (52%), número reduzido e com o agravante de que a qualidade e a quantidade dos livros existentes possam ser insuficientes; computadores e *internet* estão presentes em 80% e 74% respectivamente, o que é um dado satisfatório visto que, a necessidade da conexão é fundamental, seja para pesquisas, divulgação do trabalho, interação, venda de produtos e demais facilidades proporcionadas pela *Web*. Por último, outra carência institucional significativa, é o espaço para exposições de artes, onde o percentual negativo chega a 72%.

Tabela 11

Percentual de instituições quanto à estrutura física			
	Sim	Não	Total
Computadores/impressoras	80,0%	20,0%	100%
<i>Internet</i>	74,0%	26,0%	100%
Projeter multimídia e tela de projeção	52,0%	48,0%	100%
Material áudio visual	46,0%	54,0%	100%
Sala para reuniões e cursos	60,0%	40,0%	100%
Espaço para teatro, palestras, seminários	32,0%	68,0%	100%
Biblioteca	52,0%	48,0%	100%
Espaço para convivência	22,4%	77,6%	100%
Salão de exposição	28,0%	72,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

A questão 31, referente ao *marketing* cultural mostrou que 40% das instituições garantem não utilizar seus projetos como *marketing* cultural, o que demonstra certo desconhecimento do real significado do termo. Dos que utilizam, 20% o fazem no comércio local, 4% no comércio nacional, 16% através de feiras, 8% em congressos e simpósios, e 2% através de exportação. O *marketing* cultural é, portanto, realidade consciente em 50% das instituições e seus meios de divulgação múltiplos como é mostrado na tabela 13.

Tabela 12

Percentual de instituições quanto à maneira de utilização do <i>marketing</i>		
	Número de Respostas	Percentual
Feiras	8	16,0%
Congressos e Simpósios	4	8,0%
Exportação	1	2,0%
Comércio local	10	20,0%
Comércio no país	2	4,0%
Não é usada	20	40,0%
Não respondeu	5	10,0%
Total	50	100,0%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Os principais meios utilizados para *marketing*, questão 32, são jornais (46%), *internet* (36%), cartazes (36%), panfletos (36%) e rádios (36%), mostrando a opção pelos meios mais populares ou que requerem menor custo. Poucas são as instituições que utilizam mala direta (16%), *outdoors* (12%) ou que possuem revistas institucionais (12%). TVs e revistas apareceram raramente na pesquisa, 6,1% e 8% respectivamente, o que veio confirmar a tendência em se optar pelos meios mais econômicos.

Tabela 13

Percentual de instituições quanto aos meios utilizados para o <i>marketing</i> cultural			
	Sim	Não	Total
Revistas	8,0%	92,0%	100%
Rádios	36,0%	64,0%	100%
Revistas institucionais	12,0%	88,0%	100%
Jornais	46,0%	54,0%	100%
<i>Outdoors</i>	12,0%	88,0%	100%
Mala-direta	16,0%	84,0%	100%
TVs	6,1%	93,9%	100%
Cartazes	36,0%	64,0%	100%
<i>Internet</i>	36,0%	64,0%	100%
Panfletos	36,0%	64,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Para as estratégias de *marketing* (questão 33) 20% possuem assessoria de comunicação própria, 20% terceirizam os serviços e 18% trabalham com a divulgação dos trabalhos de ambas as formas.

O *marketing* cultural é positivo à medida que não busque apenas atenção para a instituição patrocinadora. Divulgar o trabalho realizado pode trazer benefícios aos projetos culturais seja na busca de parcerias, na formação de público, na venda de produtos, na valorização dos profissionais envolvidos, além de evitar carências como as diagnosticadas nas falas dos gestores culturais que clamam por maior divulgação de seus trabalhos e têm como um dos obstáculos à promoção da cultura o “apoio restrito da mídia na divulgação das propostas” e a “falta de trabalho em rede e divulgação”.

Tabela 14

Percentual das instituições quanto às estratégias de <i>marketing</i>		
	Número de respostas	Percentual
Possui assessoria de comunicação própria	10	20,0%
Os serviços de <i>marketing</i> são terceirizados	10	20,0%
Possui assessoria de imprensa própria, mas terceiriza parte dos serviços	9	18,0%
Outros	4	8,0%
Não respondeu	17	34,0%
Total	50	100,0%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

As questões 11, 12 e 13, todas abertas, visaram conhecer o número de colaboradores das instituições e quantos deles possuem formação superior. Diagnosticou-se que o quadro de funcionários varia de 2 a 130 pessoas, sendo que 67,53% não possuem curso superior. Dos que possuem (questão 14) a preferência para contratação dos profissionais da cultura está concentrada na área da educação (Pedagogia 56%, História 50%, Letras 38% e Normal Superior 34%). Profissionais em artes encontram-se em porcentagem reduzida (16%) e a preferência pela contratação de profissionais da área de História se dá por grande parte das prefeituras terem como projeto de destaque a conservação do patrimônio histórico e a educação patrimonial.

A falta de pessoal qualificado para a promoção da cultura é um dado agravante tanto para o desenvolvimento em suas diferentes áreas, quanto para a busca do fomento aos projetos, e requer cuidados quando se almeja promover políticas públicas consistentes. Cabe então, aos gestores culturais além da busca por recursos financeiros e infraestrutura, a seleção de pessoas com conhecimentos específicos em suas respectivas áreas de atuação, assim como a promoção de cursos de qualificação a todos os já envolvidos.

Tabela 15

Percentual de instituições quanto à formação universitária dos colaboradores			
	Sim	Não	Total
Administração	18,0%	82,0%	100%
Arquitetura	20,0%	80,0%	100%
Artes	16,0%	84,0%	100%
Ciências Contábeis	22,0%	78,0%	100%
Ciências Sociais	10,0%	90,0%	100%
Comunicação	24,0%	76,0%	100%
<i>Designer</i>	6,0%	94,0%	100%
Publicidade e Propaganda	4,0%	96,0%	100%
Engenharias	14,0%	86,0%	100%
História	50,0%	50,0%	100%
Letras	38,0%	62,0%	100%
Normal Superior	34,0%	66,0%	100%
Pedagogia	56,0%	44,0%	100%
Psicologia	12,0%	88,0%	100%
Serviço Social	12,0%	88,0%	100%
Sistema de Informação/Ciência da Computação	14,0%	86,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Para transformar esta realidade algumas ações já são realizadas em busca da capacitação periódica dos profissionais da cultura e de acordo com o cruzamento das questões 17 e 18, das instituições que oferecem cursos a todos os colaboradores independente de sua formação ou atuação, 16,7% o fazem anualmente, 50,0% sempre que se faz necessário e 33,3% esporadicamente; dos cursos oferecidos de acordo com o tipo de atividade do colaborador, 6,3% acontecem anualmente, 56,3% sempre que se faz necessário e 33,3% esporadicamente; das instituições que oferecem cursos de ambas as formas, 80% o fazem quando se faz necessário e 20% esporadicamente. Os dados recolhidos mostram a tendência das instituições em não levar a atividade do colaborador em consideração quando oferece cursos de aperfeiçoamento. Estas ações devem ser reavaliadas pelos gestores culturais, por a atividade do colaborador ser importante quando se pensa em cursos de capacitação ou qualificação no que se refere ao enriquecimento das atividades pelas quais é responsável. Troca de experiências e ideias inovadoras é o mínimo que se acrescenta nestes casos.

Tabela 16

Percentual de instituições quanto ao tipo de curso sua periodicidade (cruzamento de variáveis: questões 17 e 18)					
Tipo de cursos	Cursos oferecidos aos colaboradores			Não Oferece	Total
	Anualmente	Sempre que se faz necessário	Esporadicamente		
Oferecidos de acordo com o tipo de atividade que o colaborador exerce	6,3%	56,3%	31,3%	6,1%	100%
Oferecido a todos os colaboradores, independente de sua formação	16,7%	50,0%	33,3%		100%
Todas as anteriores		80,0%	20,0%		100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

A questão 19, que tratou da elaboração dos projetos, mostrou que 30% das instituições têm seus novos projetos apresentados por seus colaboradores, 4% recebem as propostas de terceiros e 50% de ambas as formas, atitude vantajosa por ampliar o leque de atividades desenvolvidas e a diversidade cultural.

As publicações culturais analisadas no tópico anterior podem se tornar referencial na criação de projetos caso incluam em sua agenda *setting* cultural manifestações onde entre os principais personagens se encontrem também atores populares. Além deste, esta nova forma de trabalho dar-lhes-á condições para que atraíam leitores de cidades interioranas e se transformem em recursos que colaborem para o fim da desigualdade cultural.

Tabela 17

Percentual de instituições quanto à elaboração de projetos		
	Número de respostas	Percentual
Pelos colaboradores	15	30,0%
Analisa-se projetos oferecidos por terceiros	2	4,0%
Ambas as alternativas	25	50,0%
Não respondeu	8	16,0%
Total	50	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

A questão 20 abordou os gêneros sócio-culturais e apresentou o artesanato (62%), as bandas (58%) e a música (58%) entre os mais apoiados. Direitos de grupos e minorias (8%), economia solidária (12%), novas tecnologias (14%) e gastronomia (14%) foram os menos encontrados, o que mostra a necessidade de incentivo nas referidas áreas.

A leitura (38%) e a literatura (28%), basilares na promoção do indivíduo, também são pouco estimuladas transformando-se numa espécie de “prima pobre” dos demais gêneros. As bibliotecas por estarem presentes em 48% das instituições e passarem a impressão de certo equilíbrio nas políticas públicas de leitura, não podem por isto garantir a qualidade dos exemplares que possuem, mantendo assim a tendência ao pouco incentivo na formação de leitores.

A resposta para tais dados, assim como pelo desinteresse pela leitura pode ter origem, como afirma Salgado, na passagem da cultura oral para a cultura eletrônica sem a intermediação da cultura letrada. Os promotores de leitura hoje podem inclusive serem vítimas do fato. Portanto,

“e preciso reensinar que o livro é uma forma exigente de cultura, que textos pedem enfrentamento, que autores podem ser sofisticados, que os diálogos podem ser mais simples – ou simplórios – que descrições e narrações, que a lentidão não é necessariamente ruim, mas pode conduzi-lo – o leitor – à introspecção. Logo são necessárias boas maneiras para a leitura, e não só à mesa...” (SALGADO, 2005, p.188)

Formando-se bons leitores dar-se-á oportunidade ao indivíduo de se manifestar em busca de sua cidadania cultural. Tal afirmação não quer dizer, no entanto, que a cultura em uma perspectiva moral e com pressupostos humanistas não seja importante e esteja sem a menor dúvida atrás da cultura letrada.

Tabela 18

Percentual de instituições quanto aos gêneros sócio-culturais			
	Sim	Não	Total
Artes Plásticas	36,0%	64,0%	100%
Arquivos Públicos	36,0%	64,0%	100%
Artesanato	62,0%	38,0%	100%
Audiovisual	36,0%	64,0%	100%
Bandas	58,0%	42,0%	100%
Bibliotecas	48,0%	52,0%	100%
Dança	46,0%	54,0%	100%
Direito de grupos e minorias	8,0%	92,0%	100%
Economia Solidária	12,0%	88,0%	100%
Educação e Pesquisa	38,0%	62,0%	100%
Esporte e Recreação	40,0%	60,0%	100%
Gastronomia	14,0%	86,0%	100%
Leitura	38,0%	62,0%	100%
Literatura	28,0%	72,0%	100%
Meio Ambiente	28,0%	72,0%	100%
Museus	20,0%	80,0%	100%
Música	58,0%	42,0%	100%
Novas Tecnologias	14,0%	86,0%	100%
Teatro	44,0%	56,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Na questão 21, quando perguntados sobre seus projetos mais significativos, os gestores culturais apontaram artesanato, esportes e recreação, bandas de música, dança, informática e educação patrimonial com quase unanimidade. A diversidade de atividades culturais aparece significativamente, enriquecendo a cultura da região através de ações como: educação cultural, teatro, bibliotecas, congado, blocos de percussão, grupo de percussão, pontos de cultura, cultura popular e cívica, doces artesanais, polpa de frutas, fabricação de cestas com buriti, educação e pesquisa, arquivos públicos, artes plásticas, encontro de corais, gastronomia, gestão ambiental, programas de qualificação profissional, festival de teatro de rua, cursos de contação de histórias, festivais de música, circuito turístico, audiovisual, arquitetura pública, registro do folclore, informática, educação de jovens e adultos e doutores palhaços.

Sobre o apoio a eventos culturais as instituições concentram suas atenções no folclore (62%), nos festivais de música (60%) e nas feiras artesanais (54%). Os eventos literários, apoiados por 40% delas, mostram que a literatura na Zona da Mata Mineira é mais apoiada do

que realizada. Os festivais gastronômicos (16%) e o cinema (20,4%) são restritos, como mostra a tabela a seguir construída através da questão 22.

Tabela 19

Percentual de instituições quanto aos eventos apoiados			
	Sim	Não	Total
Cinema	20,4%	79,6%	100%
Eventos literários	40,0%	60,0%	100%
Feiras artesanais	54,0%	46,0%	100%
Festivais gastronômicos	16,0%	84,0%	100%
Folclore	62,0%	38,0%	100%
Festivais de música	60,0%	40,0%	100%
Peças teatrais	42,0%	58,0%	100%
Seminários, congressos, encontros	46,0%	54,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

O local de realização dos projetos, tema abordado pela questão 23, concentrado em praças, parques e ruas (76%) demonstra a falta de ambientes apropriados para o desenvolvimento de ações culturais, o que limita sua expansão e diversificação. As cidades são carentes de museus, teatros e casas de cultura, sendo que 62% não contam com estruturas com estes fins. Clubes e campos de futebol são usados em 26% delas como forma de sanar problemas com espaço e 48% dos projetos são aplicados nas próprias instituições.

Tabela 20

Percentual de instituições quanto à localização de aplicação dos projetos			
	Sim	Não	Total
Instituição	48,0%	52,0%	100%
Locais públicos	76,0%	24,0%	100%
Museus, teatros e casas de cultura	38,0%	62,0%	100%
Clubos, campos de futebol	26,0%	74,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Através da questão 25 constatou-se que apesar das dificuldades com infraestrutura, pessoal capacitado, investimentos e incentivos os projetos abrangem um número significativo de pessoas ao se considerar que as cidades onde são desenvolvidos são de pequeno porte, exceção feita a Juiz de Fora. Verificou-se na pesquisa que 28% beneficiam entre 1001 a 10.000, 16% 501 a 1000, 16% 101 a 500, 14% 0 a 100 e 20% mais de 10.000 pessoas anualmente.

Tabela 21

Percentual de instituições quanto ao número de beneficiados anualmente		
	Número de respostas	Percentual
0 a 100 pessoas	7	14,0%
101 a 500 pessoas	8	16,0%
501 a 1000 pessoas	8	16,0%
1001 a 10000 pessoas	14	28,0%
Acima de 10000 pessoas	10	20,0%
Não respondeu	3	6,0%
Total	50	100,0%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

A questão 27, referente à idade do público alvo, mostrou que os projetos atingem diferentes idades mantendo certo equilíbrio. Prevaecem, no entanto, os direcionados aos adolescentes e crianças, 78% com idades entre 1 e 14 anos, 82% entre 15 e 19 anos e 80% entre 20 e 25 anos. Esta escolha tem como fator de influência, ações do Governo Federal, como o *Programa Cultura Viva*, que investe em projetos que apoiem a juventude.

Tabela 22

Percentual de instituições quanto à idade do público alvo			
	Sim	Não	Total
Idade entre 1 e 14 anos	78,0%	22,0%	100%
Idade entre 15 e 19 anos	82,0%	18,0%	100%
Idade entre 20 e 25 anos	80,0%	20,0%	100%
Idade entre 26 e 40 anos	74,0%	26,0%	100%
Idade entre 41 e 60 anos	72,0%	28,0%	100%
Idade acima de 60 anos	58,0%	42,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Quando os respondentes, através da questão 26, foram solicitados a especificar o público alvo, a comunidade apareceu como maior beneficiada pelos projetos (90%) seguida pelos estudantes (64%). Os que menos têm projetos específicos direcionados são funcionários de empresas parceiras (12%), gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros (12%), pessoas atendidas por hospitais, creches e asilos (14%), mulheres (16%) e afro-descendentes (20%).

Tabela 23

Percentual de instituições por gêneros, raças, profissões, faixa etária, classe social			
	Sim	Não	Total
Afro-descendentes	20,0%	80,0%	100%
Comunidade em geral	90,0%	10,0%	100%
Crianças de escolas públicas	54,0%	46,0%	100%
Estudantes em geral	64,0%	36,0%	100%
Funcionários da mantenedora	20,0%	80,0%	100%
Funcionários de empresas parceiras	12,0%	88,0%	100%
Gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros	12,0%	88,0%	100%
Mulheres	16,0%	84,0%	100%
Pessoas atendidas por hospitais, creches e asilos	14,0%	86,0%	100%
Pessoas com necessidades especiais	20,0%	80,0%	100%
Pessoas em risco social	28,0%	72,0%	100%
Professores	40,0%	60,0%	100%
Terceira idade	30,0%	70,0%	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

A questão 34, que visou diagnosticar a opinião das instituições sobre políticas públicas de cultura, colocou as empresas privadas (30%) e o Estado (38%) como corresponsáveis pelo fomento à cultura, necessitando maior empenho dos mesmos em sua promoção. Por outro lado, mostrou também que os gestores culturais buscam pela comodidade que o paternalismo estado/empresas oferece. Uma posição perigosa por ficarem a mercê de vontades políticas. Para Eagleton, por ser a cultura contrária à política, favorece todas as qualidades humanas, sendo assim necessário liberdade e iniciativa para a conquista da hegemonia.

Os dados apresentados, somados a 4% das instituições que afirmaram possuir recursos suficientes para o desenvolvimento de seus projetos levaram à confirmação de que as políticas públicas de cultura na Zona da Mata Mineira precisam ser ampliadas. E para isto as leis de incentivo Federais, Estaduais e Municipais que serão tratadas no próximo tópico, são de fundamental importância.

Tabela 24

Percentual de instituições quanto à opinião sobre políticas públicas de cultura		
	Número de respostas	Percentual
Os recursos são suficientes	2	4,0%
Os recursos são insuficientes, mas diante dos demais problemas é o que é possível oferecer	9	18,0%
Os recursos são insuficientes e devem ser completados pelas empresas privadas	15	30,0%
Os recursos são insuficientes e devem ser completados pelo Estado	19	38,0%
Não respondeu	5	10,0%
Total	50	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

Sobre as políticas públicas de cultura realizadas especificamente por empresas privadas (questão 35), as opiniões se concentraram no fato de que as empresas devem contribuir com mais recursos próprios e não apenas através de isenção fiscal, 74%. Apenas, 4% consideram o que é oferecido pelas empresas suficiente para sanar os problemas fora do alcance do Estado e 2% que o investimento em cultura só é realizado como recurso de *marketing*. Sendo assim, esclareceu também que os trabalhadores da cultura estão conscientes

do dever das empresas em investir em projetos culturais da região de onde retiram seus dividendos. Resta então, aos empresários a ciência, afinal é impossível desvincular a atuação da empresa na comunidade do valor de seus produtos, e se esta não investir no futuro da comunidade, terá problemas em garantir sua própria sobrevivência.

Tabela 25

Percentual de instituições quanto à opinião sobre políticas públicas de cultura realizadas por empresas privadas		
	Número de respostas	Percentual
O que é oferecido é suficiente para sanar problemas fora do alcance do Estado	2	4,0%
São utilizadas como recursos exclusivos de <i>marketing</i>	1	2,0%
Não confere mérito à empresa, pois a maioria delas as realiza através de isenção fiscal	3	6,0%
As empresas deveriam contribuir mais com recursos próprios e não apenas através de isenção fiscal	37	74,0%
Não respondeu	7	14,0%
Total	50	100%

Fonte: Andréa Vicente Toledo Abreu, pesquisa “O Cultivo de Sonhos: uma cartografia das políticas públicas de cultura da Zona da Mata Mineira”, Mestrado em Ciências Sociais, UFJF, 2010.

A última questão (de nº. 40), questionou os gestores culturais sobre obstáculos e/ou vantagens no desenvolvimento dos projetos. Sobre os primeiros, além das dificuldades financeiras, unanimidade nas respostas dos entrevistados, ainda foram citados como entraves na promoção da cultura a falta de interesse pelas ações culturais, a burocracia dos órgãos públicos, a pouca valorização da comunidade, a falta de responsabilidade social de empresas, a escassez de pessoal capacitado, as mudanças políticas, a inexistência de políticas públicas, e a cultura como um privilégio das elites. As vantagens apareceram em número reduzido passando uma ideia contraditória ao que foi coletado durante as entrevistas qualitativas com os secretários de cultura que serão explanadas a seguir. A conclusão que se chegou é que isto acontece porque além dos obstáculos serem reais, as políticas públicas de cultura ainda não chegaram às cidades de pequeno porte, mesmo que de maneira tímida. Apesar disto, tendo a questão 39 como referência, onde foi solicitado aos gestores culturais que apresentassem uma

breve descrição dos projetos desenvolvidos em suas instituições, pôde-se identificar ações significativas em prol da cultura em cidades com menos de 40 mil habitantes e é sobre elas que se passa a dissertar no próximo sub-tópico.

2.2.2. Transcrição da pesquisa qualitativa

O que prevalece entre a maioria das prefeituras pesquisadas é o fato de não possuírem órgãos exclusivos para o apoio à cultura e buscarem maneiras, muitas vezes limitadas de desenvolver suas ações. Muito ainda há que se fazer pela cultura no que cabe ao poder público municipal. Por este motivo, buscando apresentar um trabalho que preze pelo otimismo e pelo prisma construtivo, apresentou-se a seguir, com base na parte qualitativa do primeiro questionário, exemplos de ações que podem servir de modelos para criação de novas políticas públicas.

As cidades descritas, segundo seus respectivos gestores culturais, mesmo enfrentando problemas comuns à cultura como as constantemente lembradas falta de verbas, infraestrutura e mão de obra qualificada, dizem valorizar o que é produzido localmente e o patrimônio, além de buscar oportunizar o contato de seus moradores com manifestações artísticas diversificadas. A prefeitura de Alto do Jequitibá é um forte exemplo por dar prioridade em suas ações à música, ao folclore e à valorização da dança, do canto, poesia, artesanato, artes plásticas e música instrumental realizadas pelos moradores. Os agentes culturais da cidade fazem isto através da *Escola de Música da Corporação Musical 26 de Abril*, do *Chá Cultural* e dos grupos *Baltazar de Folia de Reis* e *Cultural Boi Bandido*.

Em Chiador os órgãos responsáveis pela manutenção e promoção de ações e eventos culturais são o *Departamento Municipal de Educação e Cultura* e o *Conselho Municipal de Patrimônio Cultural (COMPACHI)*. Desenvolvem projetos de educação patrimonial e cultural junto à comunidade escolar e atuam na busca por talentos custeando materiais necessários ao trabalho, e promovendo eventos que divulguem os artistas. Todos os projetos culturais visam o resgate histórico-cultural do município e a promoção da cultura local. Os recursos utilizados para investimentos em ações culturais no município são obtidos através da *Lei Estadual de Incentivo à Cultura*, de recursos da própria prefeitura e de parcerias com outras instituições. A mais importante delas é o convênio com o *Instituto Benedict* para restaurar a *Estação de Chiador*, primeira estação ferroviária do estado de Minas Gerais.

A cidade de Guarani teve o *Espaço Cultural e Teatro de Câmara César Ornellas* fundado em 1982. O espaço recebe em suas dependências exposições de artes plásticas e o *Salão do Estandarte*, evento que acontece desde 2005 e premia os melhores standartes da região. O ambiente construído para abrigar o teatro possui acomodações para 140 pessoas e

tem sob sua tutela o *Grupo de Teatro de Câmara de Guarani* que já encenou peças de Nelson Rodrigues, Dias Gomes, Maria Clara Machado e Molière. Os proventos destinados aos projetos são provenientes da prefeitura e de parcerias.

Em Guiricema os eventos culturais são promovidos pela Secretaria de Educação que apoia a banda de música e grupos artísticos da comunidade. O foco de incentivo deste município é para o carnaval, as festas regionais da *Cebola*, do *Tijolo* e da *Telha*, do *Tomate*, do *Leite* e *Exposição Agropecuária e Industrial*, onde são expostos produtos agropecuários regionais e artesanato local.

Como na maioria das cidades de pequeno porte, a promoção das ações culturais na cidade de Piau fica a cargo da prefeitura e é realizada através da Secretaria de Educação e Cultura. Festas e eventos, apresentações de grupos de capoeira e artesanato são as principais atividades incentivadas.

No município de Piraúba foi criado em 2005 o *Conselho Municipal do Patrimônio Cultural de Piraúba*²². O Conselho é desenvolvido através de trabalho voluntário e tem suas atividades centralizadas no espaço cultural denominado *Casa do COMPAC*. Entre suas realizações destaca-se a criação do *Museu Histórico* e várias atividades culturais que se repetem a cada ano, criadas com o objetivo de resgatar a história, desenvolver a cultura e preservar a memória da cidade.

Santo Antônio do Grama não conta com instituições prioritariamente culturais. Existe, ainda que de forma extraoficial sem registro nos órgãos competentes, o grupo de congado *Reinado do Rosário de Santo Antônio do Grama* e a *Corporação Musical Néelson Borges*, sendo a última mantida pela prefeitura, mas criada sob forma de associação com estatuto próprio. Através da realização e do apoio às festas tradicionais do município, da implantação da política de proteção ao patrimônio cultural e da criação do *Fundo Municipal do Patrimônio Cultural*, o poder público se mantém como o maior responsável pela promoção da cultura na cidade.

O mesmo acontece no município de São Francisco do Glória. Todas as manifestações voltadas à cultura são de responsabilidade da Secretaria de Educação e Cultura, que atuam interligadas desde a emancipação do município, em 1953. Os recursos destinados às atividades culturais estão centrados em dois eventos típicos locais – a *Festa do Carro de Boi* e

²² Doravante abreviado para COMPAC

a *Festa do Franciscano Ausente* – e são disponibilizados pela prefeitura através de recursos próprios. Além destes, há o incentivo a atividades como festivais de dança e poesia, onde ocorrem apresentações musicais, danças, comidas típicas e exposição de peças artesanais e desfiles.

Em algumas destas pequenas cidades também puderam ser mapeadas instituições promotoras de cultura apoiadas por empresas privadas, leis de incentivo, parcerias e afins. A *Ação Animatógrapho* é uma delas. Constituída em 8 de abril de 2002, é uma organização civil sem fins lucrativos composta por nove associados e que tem por finalidade a promoção do acesso universal à cultura e à defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico brasileiro. Atualmente desenvolve com sucesso cinco projetos: *São José das Culturas* (MG), *Caravanas do Caminho Novo da Estrada Real* (MG), *Caravana Holiday* (RJ e MG), *Padop – Programa de Inclusão Audiovisual e Digital da Oficina do Parque* (RJ) e *Niterói Encontra Niterói* (RJ). Tem entre seus parceiros a UNESCO, o *Ministério da Cultura*, a *Universidade Federal de Juiz de Fora*, o IPHAN, o *Instituto Votorantim*, o *Canal Futura*, as prefeituras de Belmiro Braga, Simão Pereira e Matias Barbosa e a *Fundação de Arte de Niterói*.

No que se refere a esta pesquisa, seu principal projeto é desenvolvido pelo Ponto de Cultura *São José das Culturas* desde abril de 2006, em convênio com o programa *Cultura Viva* na vila de *São José da Ilhas*, localizada no município de Belmiro Braga. O projeto desenvolve e dá suporte às potencialidades locais ao promover oficinas de artesanato, informática básica, fotografia digital e cinema, atividades de teatro, canto coral, educação patrimonial e pesquisa histórica. Existem projetos de apoio à *Folia de Reis*, aos contadores de histórias e mestres de cultura popular e qualificação de jovens para guias turísticos e orientadores culturais, visando sistematizar a vila como um distrito sociocultural de excelência. O Ponto de Cultura estende suas atividades através das *Caravanas do Caminho Novo da Estrada Real*, projeto multicultural patrocinado pelo *Instituto Votorantim* que promove oficinas de música, teatro, artes populares e dança em comunidades rurais na Zona da Mata de Minas Gerais. São oferecidas 22 oficinas para mais de 280 pessoas entre adultos, crianças e jovens, atendendo indiretamente a uma população rural de 7.000 pessoas.

Na cidade de Itamarati de Minas as políticas públicas de cultura são feitas através da parceria entre a *Companhia Brasileira de Alumínio*, a prefeitura e o *Instituto Votorantim*. Para que isto aconteça foi criada a *Associação Comunitária de Desenvolvimento Sustentável de Itamarati de Minas* que desenvolve suas atividades através do *Núcleo de Desenvolvimento da*

Criança e do Adolescente e do Espaço Evoluir. O primeiro atende 400 crianças e adolescentes de 03 a 18 anos em atividades que envolvem cultura, esporte, lazer e atendimento psicossocial e tem por objetivo o desenvolvimento do protagonismo de seus participantes e a inclusão social. O segundo atende 50 jovens de 18 a 24 anos em atividades de preparação para o mercado de trabalho local, com cursos de costura, jardinagem, estamperia e culinária.

Matias Barbosa faz parte das cidades beneficiadas pelo *Trem das Artes*, programa patrocinado pela *MRS Logística* através da *Lei Federal de Incentivo à Cultura*, que promove finais de semana movidos a cultura e arte em cidades com menos de 30 mil habitantes. Na programação os moradores podem assistir a espetáculos musicais e teatrais e professores, crianças e adolescentes podem interagir através de oficinas de educação, cultura, patrimônio, música e teatro.

Com o objetivo de manter viva a obra de Ataulfo Alves e promover o samba em Minas Gerais, a cidade de Mirai vem sendo contemplada com realizações que resgatam e divulgam a obra do conterrâneo ilustre desde 2007. O responsável pelo projeto é o *Grupo Energisa* através da *Fundação Cultural Ormeu Junqueira Botelho*²³, da *Lei de Incentivo à Cultura de Minas Gerais*, da *Lei Federal de Cultura* e de parceria com a prefeitura local. A primeira ação desenvolvida foi a construção do *Memorial Ataulfo Alves*, que abriga informações sobre a vida do sambista, suas músicas, peças de roupa, escritos, além de contar com uma área voltada para o acesso gratuito à *internet*, onde todo o acervo musical do sambista está disponível.

Em 2009, ano do centenário do sambista-compositor, fizeram parte dos festejos a reconstrução de seu mausoléu, documentários, biografia escrita por Sérgio Cabral, CD do centenário, exposição multimídia, monumento público e o *1º Festival Ataulfo Alves de Samba e Culinária de Botequim*. O último é o principal tributo prestado, e tem como maior destaque o concurso destinado a compositores e interpretes de samba de todo o Brasil com premiação em dinheiro, além de contar com a apresentação de grandes nomes do samba nacional. A gastronomia privilegia tira-gostos típicos de botequim e articula a profissionalização de cozinheiras e atendentes por meio de cursos disponibilizados pelo SEBRAE. O Festival busca com isto, além do resgate e divulgação da obra de Ataulfo Alves estabelecer de forma sustentável o turismo e o desenvolvimento dos serviços locais como bares, restaurantes e hotéis.

²³ Doravante abreviada para FCOJB

Os municípios de Além Paraíba, Cataguases, Juiz de Fora, Leopoldina, Muriaé e Ubá apresentaram durante a pesquisa quantitativa as melhores iniciativas quanto à promoção de políticas públicas de cultura, entre as cidades que responderam ao questionário. Os critérios para a escolha destas localidades abrangeram a diversidade do trabalho nelas desenvolvido, o número de beneficiados, o empenho das empresas privadas e o fato de serem as maiores cidades da região em número de habitantes. Sendo assim, foram selecionadas para a pesquisa qualitativa junto a seus secretários de cultura. Para as políticas efetuadas por empresas privadas construiu-se uma discussão específica dentro do contexto das cidades onde estão inseridas, e para sua descrição fez-se uso da parte qualitativa do primeiro questionário, assim como foi feito com as cidades com menos de 40 mil habitantes. O resultado das entrevistas passa a ser descrito nas próximas linhas para melhor elucidação das mesmas.

2.2.2.1. Além Paraíba: ainda sem se beneficiar das leis de incentivo o município investe recursos próprios na cultura.

A menor cidade em número de habitantes entre as que fizeram parte desta pesquisa qualitativa, 33 495 (IBGE, 2007), não se adequa ao adjetivo quando o assunto é investimento em cultura. Possui verba anual fixa de aproximadamente R\$600.000,00 e extras, como a destinada à reforma do *Cine Teatro Brasil*, que recebeu do cofre público municipal em 2008 o montante de R\$1.500.000,00.

Na gestão dos projetos e à frente do departamento de cultura do município está há três anos, Pedro Augusto Rocha Costa, um jovem historiador de 41 anos que tem a falta de mão de obra qualificada como maior entrave no desenvolvimento da cultura alêmparaibana. Para sanar o problema se desdobra, e faz desde a arte e os textos dos panfletos de divulgação das ações da secretaria, até curso para construção de teatro de bonecos com o objetivo de se tornar disseminador da arte entre os concidadãos. Bem ao estilo dos intelectuais do início do século XX, citados por Ortiz no livro *Mundialização da Cultura*, que se desdobravam para atender as demandas político-culturais da época se transformando em escritores-editores, literatos-jornalistas, antropólogos-radialistas.

Os projetos culturais em Além Paraíba são desenvolvidos em seus bairros, ruas, praças e em três prédios especialmente preparados - *Casa de Cultura José Ruy da Cunha Moreira*, *Cine Teatro Brasil* e *Centro Ferroviário de Cultura*. Na primeira é onde são realizadas as oficinas de capacitação buscando sanar o já citado problema de qualificação. Assim, tendo como principal foco o artista local, a *Casa de Cultura* é tida como instrumento de capacitação e oportunidade para que o artista desenvolva e divulgue seu trabalho. Nas dependências da Casa são realizadas oficinas de violão, violino, flauta doce, decupagem, desenho e pintura, além de seus colaboradores serem responsáveis pelos projetos *Cinema na Praça*, *Bairro em Foco*, *Meu Bairro Faz Arte*, *Tocando em Frente*, *Roda de História* e *Feira de Artesanato*.

Segundo Costa, o projeto *meu Bairro Faz Arte* é hoje o que mais se destaca entre as ações movidas pela secretaria. Com o objetivo de valorizar e otimizar as manifestações culturais - artesanato, música, teatro, dança, literatura, cinema - acontece a cada mês em um bairro diferente:

A iniciativa ocupa uma praça, uma rua, um teatro, um centro comunitário, uma quadra esportiva ou uma escola do bairro e, através de apresentações artísticas, oficinas e brincadeiras, cultiva as

identidades, motiva transformações, e constrói a história nos lugares visitados.²⁴(COSTA, 2009)

Outra ação que se projetou e marcou lugar foi a reforma do *Cine Teatro Brasil*. Fundado em 1951 sediou importantes apresentações artísticas e recebeu renomados representantes da cultura no país. Fechado em 1997, foi reativado 10 anos mais tarde após ser reformado pela Prefeitura passando a compor um dos cenários mais modernos da região, contando com galeria de arte e espaço para convivência.

Seguindo a trilha das artes cênicas a Secretaria de Cultura criou o *Cinema na Praça*, que exhibe filmes uma vez por mês nos bairros da cidade e o *Estação Cultural* que capacitou jovens do Ensino Fundamental e Médio com técnicas da arte de vídeo e de cinema digital. Os aprendizes se familiarizaram com todas as fases de produção de um curta-metragem digital – desenvolvimento do roteiro, organização da produção, direção, direção de arte, fotografia para vídeo e iluminação, uso da câmera, edição de imagens e som, além do estudo da linguagem cinematográfica e de vídeo. O resultado do trabalho foi o resgate e registro da cultura alemparaibana através da produção de documentários sobre os bairros, retratando suas histórias, os personagens mais importantes, os sonhos e os desejos dos moradores.

Bibliotecas fixas em prédios municipais e sobre rodas que correm os bairros em busca dos leitores, contadores de histórias, armazém de artesanato formado por uma cooperativa de artesãos, casa do artesão, museus ferroviário, de cinema e de ciências e histórias naturais, encontro de bandas, corais e grupos de seresteiros se multiplicam com força equivalente às das águas caudalosas do rio *Paraíba do Sul*, que corta a pequena cidade.

Para Costa, o que representa a identidade cultural de Além Paraíba são os *Torreões*, *Conjunto Arquitetônico da Estação de Porto Novo*. Segundo o Instituto Estadual de Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais²⁵, a estação foi construída para ser o terminal do ramal de *Porto Novo*, na então São José d'Além Paraíba e foi inaugurada por D. Pedro II em 06 de agosto de 1871, com a chegada de trens especiais oriundos do Rio de Janeiro.

Os *Torreões* ainda preservam suas principais características e foram tombados pelo município, consciente da necessidade premente de sua restauração. Em busca de tal ação, o poder público conseguiu sensibilizar, em setembro de 2009, o IPHAN, deputados, ministério

²⁴ Comunicação à autora

²⁵ Doravante denominado IEPHA/MG

público e a empresa *Furnas Centrais Elétricas* para audiência pública onde se discutiu com a comunidade local, o destino e a recuperação do *Patrimônio Histórico e Cultural Ferroviário do Município*. O processo de recuperação da área não é simples, pois o terreno e os prédios pertencem à União, advindos da extinta *Rede Ferroviária Federal* e requer esforços para sanar problemas burocráticos, além da busca orçamentária. No entanto, a mobilização já teve início e a recuperação do símbolo da identidade cultural alêmparaibana já pode ser considerada um sonho realizável.

Além Paraíba conta também com instituições promotoras de cultura fruto da iniciativa privada como é o caso do *Grupo Teatral Evolução* e do *Coro Emap*. O primeiro se fez conhecido no município e região, conquistando além da credibilidade, o apoio do comércio local para realização de seus trabalhos. Possui inúmeras monções da Câmara Municipal e demais órgãos da cidade e participa de mostras e festivais de teatro em Minas Gerais. O Grupo tem entre seus principais projetos o *Festival Estudantil de Teatro* onde cultiva-se a dramaturgia entre os estudantes, promove-se o intercâmbio entre Estados e forma-se plateia; o *Represente com a Gente* onde oferece-se a *Oficina de Iniciação Teatral* e a possibilidade de fazer estágio no *Grupo Evolução* para renovação de elenco; e o *Traquinarte*, que idealizado para o público infantil promove recreação aliando o prazer de brincar com o aprendizado das artes plásticas, música e teatro.

O *Coro Emap*, apoiado pelo comércio e empresas locais, é realizado no *Fórum das Artes* onde são oferecidos aos coristas aulas de instrumento e voz, acesso à *internet* e ao acervo de partituras instrumental e vocal. O Coro trabalha para divulgar a arte coral promovendo o *Encontro de Corais* quando é realizado o intercâmbio entre os corais da cidade e região.

Além Paraíba já é destaque na promoção da cultura local em relação aos poucos investimentos oferecidos ao setor não só na Zona da Mata Mineira, mas em todo país. No entanto, apesar de realizar um trabalho significativo, Costa lembra que assim como o MinC, “a secretaria de cultura é a que recebe menor investimento na cidade e, além disso, quando se precisa economizar é dela que se retiram as verbas.”²⁶ (COSTA, 2009). Neste caso é importante lembrar Eagleton, que acredita que para a sobrevivência da cultura ela não poderá perder a característica de diálogo com a produção de bens materiais de forma consciente.

²⁶ Comunicação à autora

Mesmo com todos os problemas, como a falta de recursos ou de mão de obra qualificada, trabalhar com a cultura é uma das maiores alegrias do historiador, pois “é ela que movimentava a nação e enobrece o indivíduo. Quem trabalha com cultura tem um lado mais humano e sensível.”²⁷ (COSTA, 2009). Talvez aí esteja o motivo do trabalho desenvolvido na cidade e dos projetos que estão por vir, sejam eles de grande porte como a reforma dos *Torrões* e do futuro *Festival de Gastronomia de Além Paraíba* ou de ações basilares como o empoderamento dos artistas da cidade, um dos principais objetivos da secretaria de cultura.

²⁷ Comunicação à autora

2.2.2.2. Cataguases: contraste entre a diversidade de instituições culturais privadas e o ainda restrito investimento do poder público no setor

Cataguases, cidade de identidade modernista com 67 384 habitantes (IBGE, 2007), é conhecida nacionalmente por ter desenvolvido ações culturais através do cinema de Humberto Mauro, da literatura dos Verdes, da arquitetura de Niemayer e da obra de Portinari. Além destes, a partir de 1984, teve início através do investimento de empresas locais, a criação de instituições que visam alavancar a cultura entre os munícipes. Este empreendimento, tão apreciado e elogiado ao longo de sua história pode ser a causa, segundo trabalhadores da cultura da localidade e região, da acomodação do poder público na promoção de políticas públicas de cultura, observado durante esta pesquisa.

Cataguases conta hoje com quatro instituições culturais de peso mantidas por empresas e por leis de incentivo estadual e federal. A *Fundação Simão José Silva*²⁸, criada em 1984, é a mais antiga delas. A maior parte de suas verbas são provenientes do *Grupo Química Cataguases*, mas também utiliza recursos originários de parcerias, contribuições e prestação de serviços. Segundo seus representantes, entre seus projetos de maior visibilidade estão o *Festival de Teatro de Rua* que incentiva as artes cênicas e valoriza os talentos locais; o *Sou Moderno Sou de Cataguases*, série de visitas guiadas que apresentam a arquitetura, a arte e a cultura local a estudantes da cidade e região; e o *Arte Boa Praça*, eventos que reúnem expressões artísticas variadas como teatro, culinária, música e literatura na própria instituição e em ruas e praças. A FSJS possui ações voltadas para as escolas, mas tem na comunidade em geral a formação de seu principal público.

A FCOJB foi criada em 1985 e é mantida pelo grupo *Energisa* e através de parcerias. Desde então, desenvolve atividades não só em Cataguases, mas também em outras cidades de Minas Gerais e nos Estados da Paraíba, Rio de Janeiro e Sergipe. Destaca como uma de suas principais atividades as *Usinas Culturais*, que consistem na criação e manutenção de espaços culturais nas principais cidades das áreas de concessão de suas empresas. Outra ação permanente e de evidência internacional é o *Festival de Cinema de Países de Língua Portuguesa - CINEPORT*, evento anual sediado de forma intercalada entre os países envolvidos, que propõe a integração e o desenvolvimento do mercado audiovisual, promovendo filmes realizados em português e dialetos falados nas nações que compõem a

²⁸ Doravante abreviado para FSJS.

CPLP - Comunidade dos Países de Língua Portuguesa. A instituição possui ampla atuação no apoio a museus, arquivos e bibliotecas; na recuperação de sítios históricos; na restauração de obras de arte e arquitetônicas; na preservação do folclore, na manutenção da *Oficina de Artes do Museu da Eletricidade* com cursos de música, teatro e artes plásticas; no festival gastronômico no distrito de Piacatuba, há 33 km de Cataguases; e no resgate e divulgação da obra de Aaulfo Alves através de eventos como o *1º Festival Aaulfo Alves de Samba e Culinária de Botequim*, na cidade de Miraf. Todas estas atividades são consideradas pela fundação como destinadas a comunidade em geral.

No ano de 1999, foi inaugurado o *Instituto Francisca de Souza Peixoto*²⁹, instituição mantida pela *Companhia Industrial Cataguases*, através da venda do resíduo do algodão, parcerias com outras empresas da região e com os governos municipal, estadual e federal. A instituição tem como objetivo gerar qualidade de vida e desenvolvimento para a comunidade de Cataguases, e seus projetos sociais atendem anualmente mais de 40 mil pessoas de todas as idades, sendo a maioria crianças e adolescentes.

O IFSP divide seus programas nas áreas de cultura, esporte, saúde, educação, meio ambiente e cidadania. Entre os de maior visibilidade encontram-se a *Biblioteca Digital*, laboratório de informática que oferece condições para que professores da rede de ensino da cidade usem as tecnologias em favor da educação, promove o incentivo à leitura e à escrita, e a inclusão digital de pessoas com necessidades especiais, terceira idade e colaboradores e dependentes da mantenedora. Uma escola de ensino fundamental e médio para adultos e um grupo de doutores palhaços que visitam asilos, creches e hospitais, desenvolvendo de maneira lúdica apoio ao tratamento de saúde estão também entre ações que se destacam. Além destes, ainda conta com projetos de artesanato, escolas de música e dança, bibliotecas, teatro, espaço para exposições, museu de belas artes, editora, espaço de convivência, centro de documentação histórica e outros. O IFSP define-se como um espaço destinado à promoção e desenvolvimento social.

O *Instituto Cidade de Cataguases*³⁰ é uma associação criada em 2003. É mantido através de recursos provenientes de leis de incentivo, parcerias, patrocínios e prestação de serviços. Desenvolve seus projetos junto à *Fábrica do Futuro – Residência Criativa do Audiovisual* que tem como objetivo a criação e a difusão de conteúdos audiovisuais, culturais

²⁹ Doravante abreviado para IFSP

³⁰ Doravante abreviado para ICC

e educativos além de buscar, na apropriação social de novas tecnologias, a promoção de oportunidades para modelos de trabalho e empreendimento.

A *Rede Geração Digitalizada de Webvisão* é, segundo seus gestores, o projeto de maior importância para a instituição. Através dele exibe o conteúdo produzido pela *Fábrica do Futuro* e seus parceiros nos mais diversos projetos. Tem como proposta estimular o estabelecimento de redes sociais de cooperação e criação audiovisual colaborativa. As *Cidades Invisíveis*, outro projeto que se destaca na proposta do ICC, trabalha com a formação, capacitação e difusão cultural em todo o estado de Minas Gerais em colaboração com a *Rede Minas de Televisão e o Ponto de Cultura Contato – Centro de Referência da Juventude de Belo Horizonte*. Pauta-se pelos debates que circunscrevem a *TV Pública*, a *Convergência Digital* e a diversidade cultural mineira. O projeto *Arquitetura Pública* realizado através de convênio entre a Prefeitura Municipal de Cataguases, o CREA-MG e a UFMG é mais uma das realizações de sucesso citadas por sua gestão. Consiste na criação e reforma de casas populares com perfis diferenciados de acordo com o gosto de seus proprietários, e no auxílio ao município em suas políticas de planejamento urbano, habitação social e preservação do patrimônio cultural.

O ICC trabalha também, em parceria com as demais instituições culturais da cidade como no *Festival Ver e Fazer Filmes*, evento competitivo voltado para escolas de cinema do país, no *Fórum DiverCidades Criativas*, destinado a pensar a cultura como instrumento de geração de renda, oportunidades e desenvolvimento local e na implantação do *Pólo Audiovisual, Animação e Mídias Digitais* que se destinará ao arranjo criativo e produtivo das produções já existentes e de novas criações para que possam se transformar num ativo econômico que gere trabalho e uma nova economia. O ICC vem assim se tornando referência na articulação entre projetos culturais desenvolvidos nas demais instituições na cidade.

Organizações de menor porte, mas de real importância, também favorecem o ambiente cultural em Cataguases. Entre elas destaca-se a *Associação dos Criadores de Arte de Cataguases*, fundada por artistas da cidade com o objetivo de se organizarem para a produção de política cultural; dos eventos criados por cidadãos independentes como o *Festival Literário de Cataguases* que aconteceu pela primeira vez em 2009, já tendo entre seus participantes nomes de destaque na literatura nacional como Ferreira Gullar e Fabrício Carpinejar e talentos locais como Luiz Ruffato, Joaquim Branco e Lina Tâmega; e dos movimentos religiosos em

prol da cultura afro-brasileira. Todos são exemplos de iniciativas que surgem como frutos de uma cidade conhecida por sua produção cultural.

Em meio a esta profusão de ações, o poder público municipal dá seus primeiros passos na efervescência natural em prol da cultura presente em Cataguases. A engenheira eletricista, Marisa Beghine de Freitas, à frente da secretaria de cultura desde o início de 2009, acha-se em fase de apreciação do processo administrativo. Beghine reconhece que a cidade não dispõe de políticas públicas de cultura suficientes oferecidas pelo município, e que a secretaria ainda não tem condições de apoiar os projetos a ela submetidos. Considera a cultura estimulada pelas instituições da cidade elitista e visando sanar, o que avalia como um problema, buscará em sua gestão apoiar a “cultura nos bairros”³¹. Potencializar e divulgar “a cultura nos bairros” será para a secretária o ponto forte de seu mandato, através de uma política descentralizada de fomento aos projetos.

Mesmo com todas estas adversidades os trabalhadores do quadro fixo da cultura vêm desenvolvendo um projeto de educação patrimonial que vale ser destacado como uma política pública de cultura promovida pelo município. Liderado pela professora Virgínia Ribeiro de Souza a ação tem como objetivo apresentar às crianças informações históricas e culturais sobre a cidade através de visitas guiadas e de atividades interdisciplinares nas escolas. O projeto conta também com a publicação de cartilhas, apoia a educação e a pesquisa, os arquivos públicos e artes plásticas. Tudo é feito com recursos obtidos através do ICMS Patrimonial. Cataguases encontra-se atualmente em 11º lugar no *ranking* atual de valorização estabelecido pelo IEPHA/MG.

As ações que a gestão atual começa a desenvolver na tentativa de apoio mais consistente à cultura podem corroborar com seu crescimento se tratada com seriedade. O primeiro passo foi dado com a criação do *Fundo Municipal de Proteção ao Patrimônio Cultural* e do *Conselho Municipal do Patrimônio* regulamentados através do decreto 3647/2010, segundo o coordenador do *Departamento Municipal do Patrimônio Histórico e Artístico de Cataguases* (Demphac), José Luiz Batista. O mesmo acontece com a criação do *Programa de Incentivo à Cultura, Lei Ascâncio Lopes*, nº. 3.746/2009 pelo vereador Vanderlei Teixeira Cardoso. De acordo com seu mentor, a lei já foi sancionada e seu primeiro edital para aprovação dos projetos já está disponível ao público interessado.

³¹ Discussão utilizada nos anos 70. “Levar a cultura onde o povo está ou levar o povo à cultura?”

O esperado em políticas públicas é que independente de partidos políticos ou de ideais individuais o poder público assuma a responsabilidade pela cultura sem esperar que estas sejam feitas apenas por empresas privadas. A secretaria de cultura, além de criar e desenvolver seus projetos deve se tornar articuladora entre as instituições existentes ao potencializar o que já é feito, apoiar seus gestores através de parcerias financeiras, de recursos humanos e do que mais se fizer necessário, afinal a cultura como a saúde, a educação, o saneamento básico são responsabilidade do Estado.

2.2.2.3. Juiz de Fora: pólo de referência cultural para municípios das adjacências

Juiz de Fora, a maior cidade da Zona da Mata Mineira com 513 348 habitantes (IBGE, 2007) é hoje referência em diversificados âmbitos das políticas públicas, comércio, empregabilidade, lazer e gastronomia. No que se refere ao objeto deste estudo, conta com diferentes tipos de instituições culturais mantidas pela iniciativa privada e por associações através de leis de incentivo estadual e federal, patrocínios, cooperação internacional ou contribuições - o *Museu do Crédito Real*, o *Pró-Música*, a *Fundação Arcelormittal*, a *Casa de Cultura da UFJF* são algumas que se destacam. Os Pontos de Cultura, subsidiados pelo governo federal, espalhados pelos bairros, são também proeminentes na promoção da cultura. Mesmo assim, as iniciativas do poder público são as que alcançam grandes proporções.

A FUNALFA é a responsável pelas políticas públicas de cultura promovidas pelo poder municipal. Há 12 meses como seu superintendente (data da realização da pesquisa) o historiador, psicopedagogo e dramaturgo Antônio Carlos Siqueira Dutra, possui um extenso currículo inserido na cultura juizforana. Em sua ainda curta, mas eficiente gestão, vem privilegiando diversificadas formas de manifestações artísticas, das altamente refinadas às mais simples, além de dar continuidade às ações desenvolvidas nas administrações anteriores. Assim sendo, a FUNALFA apoia atividades que vão das festas populares como *Folia de Reis*, *Charolas de São Sebastião*, *Festa da Rainha do Carnaval*, *Carnaval*, *Pandeiro de Ouro*, *Festas das Etnias*, *Arraiá e Reveillon da Cidade* a eventos que disseminam a cultura erudita e a educação patrimonial como o *Circuito Caminhos da Cultura*, o *Prêmio Amigo do Patrimônio*, *Festival de Bandas Novas*, *Mostra Braille da Biblioteca Municipal Murilo Mendes*. Programas permanentes são também mantidos através da *Biblioteca Municipal Murilo Mendes*, do projeto *Biblioteca em Ação*, do *Centro Cultural Bernardo Mascarenhas*, do *Museu Ferroviário*, do *Anfiteatro João Carriço*, das mostras de cinema e dos projetos que valorizam a preservação e a divulgação do patrimônio na região central assim como, a da memória dos bairros.

Entre os projetos mais significativos, Dutra destaca o *Corredor Cultural*, maratona de 40 horas ininterruptas de atividades culturais e artísticas gratuitas, inspirada na *Noite Branca* francesa e na *Virada Cultural de São Paulo*, eventos que promovem diversificadas expressões artísticas no período de 24 horas seguidas. Pela primeira vez em Juiz de Fora, o *Corredor Cultural* reuniu uma gama de artistas com apresentações musicais, teatrais, de dança, contação de histórias, artes visuais e capoeira, além do mercado das pulgas, de lançamentos

literários, cinema, recreação infantil, artesanato, carnaval e moda. O Corredor foi o evento que marcou os 159 anos da cidade.

O *Festival Nacional de Teatro de Juiz de Fora*, onde grupos e companhias teatrais de todo o país inscrevem espetáculos, é mais uma iniciativa valorosa citada pelo superintendente da FUNALFA. Com objetivos de promover encontros, reflexão, aprendizado e valorização da arte em sua linguagem teatral e proporcionar ao público o acesso a espetáculos de qualidade, o evento entrou em sua quarta edição em 2009. A mostra de espetáculos é acompanhada por oficinas, palestras e debates o que promove diálogo e aprendizado entre os participantes.

Um terceiro destaque para as atividades da FUNALFA é lembrado por Dutra. Segundo o dramaturgo, a identidade cultural do município é conhecida por sua pluralidade. Música, teatro, artes plásticas, dança, literatura e arte popular possuem lugares similares no *ranking* tanto de interesse do público, quanto de artistas aptos a desenvolvê-los. Por isso a valorização da cultura local possui representatividade nas ações da Fundação.

Para manter esta variedade de ações a Prefeitura de Juiz de Fora investe aproximadamente 10 milhões de reais por ano nos projetos. As receitas para o fomento são captadas através de recursos do tesouro, do ICMS Patrimônio Cultural, leis estadual e federal de incentivo à cultura, patrocínios, parcerias e da *Lei Municipal Murilo Mendes*. A seleção dos projetos a serem incentivados pela última é feita *pelo Conselho Municipal de Cultura – CONCULT* – criado com o objetivo de democratizar a produção cultural em Juiz de Fora. Dutra destaca, que nem todos os projetos que se inscrevem são apoiados por não estarem relacionados com os objetivos da FUNALFA. O conselho municipal é criterioso na escolha das manifestações artísticas a serem financiadas pela *Lei Murilo Mendes* e pelos demais mecanismos de fomento, o que faz com que todos tenham chances justas quando inscrevem seus projetos.

Pela relevância das políticas públicas de cultura, Juiz de Fora deve ser considerada pólo de referência cultural para as demais cidades da Zona da Mata Mineira, assim como já o é em saúde e educação. Por outro lado, não se considerar autossuficiente e buscar a influência mútua em pequenos e grandes centros, seja através da inspiração em viradas culturais internacionais ou na troca durante os festivais de teatro e dança na cidade, a torna a cada dia mais atrativa e consolidada também culturalmente. A convivência é necessária e o intercâmbio cultural é produtivo, acontece e é inevitável.

Dutra define política pública de cultura como “organização do rastro que o homem deixa em sua passagem pela terra”³² (DUTRA, 2009). Neste sentido, Juiz de Fora já mapeou seus caminhos e tem condições de registrar seus passos no presente e no futuro, além de iluminar a estrada que percorrerá as políticas culturais das cidades adjacentes.

³² Comunicação à autora

2.2.2.4. Leopoldina: busca pela solidificação das ações já existentes e pela implantação de novas ideias

Leopoldina, cidade típica do interior mineiro com 49 915 habitantes (IBGE, 2007), foi onde o pernambucano, Augusto dos Anjos, passou os últimos anos de sua vida e está enterrado. Em retribuição a acolhida o poeta escolheu para guardar seus objetos pessoais, móveis e manuscritos. Tudo isto está comprovado em documentos redigidos por seu próprio punho, segundo os gestores da área cultural da cidade. Para realizar o desejo do ilustre morador a casa onde morou foi comprada pela prefeitura, passará por reformas e será transformada no museu *Augusto dos Anjos*, podendo então, abrigar seus pertences e torná-los acessíveis ao público.

O poeta, no entanto teria sua conhecida angústia ampliada se soubesse que a cidade que o encantou passou por anos adormecida culturalmente. Apesar de possuir uma pasta para a cultura desde 2005, apenas há sete meses possui gestão exclusiva e atuante que passou a organizar e potencializar as ações culturais vigentes e a implantar novos projetos. O objetivo, segundo a representante da cultura e historiadora, Valéria Equi Benatti Bartoli, é fazer de Leopoldina novamente orgulho de Augusto dos Anjos e demais concidadãos.

O trabalho da gestão atual já possibilitou mostrar que Leopoldina é palco de manifestações culturais desenvolvidas por iniciativas díspares como é o caso do *Gedec Teatro de Rua* conduzido por organização religiosa; do *Festival de Gastronomia e Cultura de Piacatuba* e da *Biblioteca Lya Maria Muller Botelho* organizados e mantidos pelo *Grupo Energisa*; da organização não governamental, *Cumbuca*, que realiza projetos que vão da cultura popular ao cinema, da música ao corpo, da tradição ao contemporâneo, do etéreo ao sólido; do conservatório de música sustentado há 10 anos pela prefeitura em parceria com o Estado de Minas Gerais; da *Feira Regional de Artesanato e Feira da Paz*, da *Casa de Cultura de Piacatuba* e das criações recentes do projeto de educação patrimonial, do *Arquivo Público Municipal*, do *Abaiba Minas Festival* e do *Festival de Banda de Praça*, todos sob a responsabilidade da prefeitura; além da cidade, ser também uma das poucas da Zona da Mata Mineira a contar com um conselho consultivo de patrimônio cultural e natural.

Leopoldina, como as demais cidades brasileiras, gerencia a cultura com verbas ínfimas e assim sendo, não apoia projetos apresentados por terceiros. Os projetos são criados e desenvolvidos pelos membros do *Conselho Consultivo* e pelos funcionários da cultura do

município. A gestão atual considera o fomento à cultura um de seus maiores problemas e acredita que isto se dá pela falta de aceitabilidade e visão governamental. “Alguns governantes veem a cultura como a cereja do bolo e não oferecem subsídios aos projetos. A importância da cultura para eles é momentânea, seu objetivo é apenas ilustrar eventos de ‘maior importância’. Feita a apresentação, os artistas voltam para suas casas sem nenhum apoio intelectual ou financeiro, pois não são mais necessários.”³³ (LIMA, 2009)

Quando os gestores são questionados sobre a identidade cultural do município o *Morro do Cruzeiro* é ovacionado como a principal referência cultural da cidade tendo o musicista leopoldinense, Serginho do Rock, como seu principal enaltecido. O artista assim o descreve em seus versos:

Neste pedaço de serra/O mundo é bem diferente/Aqui eu vivo sempre contente/E a vida é pura e natural/Sua paz envolvente/Me faz bem consciente/De viver longe do mal/Vivendo com os animais/Dentro do meu quintal/Em contato permanente/Com as coisas reais/Plantando e colhendo/Frutos naturais/Deixe os traumas lá embaixo/E suba o Morro do Cruzeiro/Vem ouvir o seu silêncio/Este meu velho companheiro/Situado no ponto culminante/Vejo o sol nascendo e se pondo/Por trás da linha do horizonte/Lá embaixo, no vale que aparece/Vejo apertada entre as colinas/Minha pequena Leopoldina. (SERGINHO DO ROCK).

Berço e morada de poetas, Leopoldina necessita de políticas públicas sérias de cultura para que a criatividade não se perca com o passar dos anos. Rosângela Lima, uma das gestoras da secretaria de cultura, está ciente de sua responsabilidade. Para ela a importância da preservação dos bens culturais, materiais ou simbólicos, se emparelha com a da criação. A primeira por resguardar e não deixar que se perca a identidade cultural do município e a segunda por o novo ampliar os horizontes e trazer novas perspectivas para o futuro. Acrescenta ainda a importância em se copiar. “Acredito que se deu certo com você, poderá também dar certo comigo. Quando copio faço diferente e tenho oportunidade de fazer surgir o novo”.³⁴ (LIMA, 2009)

Para os gestores culturais de Leopoldina, as políticas públicas de cultura têm que proporcionar o descobrimento da história e da identidade do povo, além de promover a esperança onde esta já se perdeu. Tem que preparar as pessoas para que reconheçam e valorizem seus bens culturais, e finalmente devem promover o intercâmbio entre o

³³ Comunicação à autora

³⁴ Comunicação à autora

conhecimento acadêmico e o popular, resgatando o folclore, as relações sociais, políticas e econômicas. Uma cidade de poetas, acolhedora, que encanta e que inspira não pode ser colocada às margens das iniciativas que valorizem a cultura.

2.2.2.5. Muriaé: destaque em políticas públicas de cultura na Zona da Mata Mineira

É preciso levar em consideração a representatividade de algumas cidades na Zona da Mata Mineira no que se refere a políticas públicas de cultura. A cidade de Muriaé, com população de 95.548 habitantes (IBGE, 2007) localizada a 316 km de Belo Horizonte, é uma delas. Suas ações em prol da cultura são realizadas através da *Fundação de Cultura e Artes de Muriaé*³⁵ responsável também pelo desenvolvimento do esporte, do lazer, do turismo e do patrimônio artístico-cultural. Em atuação há doze anos tem como superintendente há cinco, a senhora Gilca Maria Hubener Vieira Napier, professora de música, musicoterapeuta, psicooncologista e Mestre em Educação.³⁶

Além da preservação dos bens tombados, única preocupação aparente das políticas públicas culturais em grande parte das cidades do interior, a FUNDARTE mantém um calendário regular de atividades culturais, esportivas e de lazer. Segundo sua gestora, entre os projetos mais significativos estão: as *Escolas Municipais de Arte* que têm como foco o teatro, a dança, as artes visuais e a música, e como objetivo mais que a descoberta de talentos a criação de público artístico; o *Centro Cultural e Turístico Regional Dr. Pio Soares Canêdo*, antigo *Grande Hotel Muriaé*, reformado recentemente e transformado em complexo cultural quando passou a abrigar a *Escola Municipal de Dança* e sua sala de apresentações, a *Escola Municipal de Artes Visuais*, a *Cinemateca*, o *Memorial do Café*, a *Galeria de Artes*, o *Memorial Dr. Pio Canêdo* e o *Departamento de Patrimônio Histórico e de Turismo da FUNDARTE*; e a criação do *Fundo Municipal de Cultura, Lei Alcyr Pires Vermelho*, responsável por grande parte das verbas destinadas à cultura no município. Muriaé assim, soma até a presente data com Juiz de Fora e Senador Firmino, o inexpressivo número de cidades da Zona da Mata Mineira a possuir uma Lei de Incentivo à Cultura em funcionamento.

Muriaé é também uma das poucas cidades que possui e mantém viva sua identidade cultural. Segundo Napier, a música é o símbolo desta identidade que teve início na década de 60 do século passado com os *Festivais da Canção de Muriaé*³⁷ se estendendo até os dias atuais através da escola de música, da banda, do apoio a apresentações de orquestras, corais e das mais diversificadas formas de manifestações fonográficas. Além da música, suas políticas

³⁵ Doravante denominada FUNDARTE.

³⁶ É perceptível a formação heterogenia.

³⁷ Sobre os festivais da canção de Muriaé ver *Os Festivais da Canção de Muriaé e os Movimentos Musicais das Décadas de 60 e 70*. Bibliografia completa no final desta dissertação.

públicas de cultura têm atuações diversificadas no fomento à cultura, levando em consideração a variedade da clientela formada por artistas de distintas áreas.

As ações da FUNDARTE têm como prioridade a educação através da arte e a formação de público cultural. Seus projetos são inspirados na experiência local e busca-se adequá-los às necessidades culturais regionais, afastando-os assim de modelos pré-estabelecidos.

Na discussão sobre a importância de se criar e/ou conservar iniciada por Mário Brockmann Machado por ocasião do seminário *Estado e Cultura no Brasil. Anos 70* (MACHADO, 1984, p.12-13), Napier se posiciona adepta das duas formas de políticas públicas de cultura. A importância da conservação estaria na preservação da identidade cultural, e a da criação na abertura de novos rumos e acompanhamento das demandas naturais. A musicista deixa claro inclusive, que esta preservação da identidade deve abranger a sociedade muriaeense como um todo e não somente das elites e dos setores dominantes, preocupação intensa nos escritos de Machado.

Mesmo sendo uma das cidades que lideram as ações das políticas públicas de cultura na Zona da Mata Mineira, Muriaé enfrenta obstáculos para a concretização das mesmas. Para Napier, a falta de verba carimbada para projetos culturais, como a existente na educação, é o principal deles. “Só se consegue captar recursos através das leis de incentivo ou de políticos, não vem nada direcionado à cultura”.³⁸ (NAPER, 2009) Por outro lado, considera como vantagem comparativa as parcerias público e privadas que são hoje instrumentos em proveito do desenvolvimento da cultura.

Somando esforços ao trabalho da FUNDARTE, está o *Movimento Pró-Cultura de Muriaé*, ONG criada em 2001 que tem como objetivo a promoção da cultura como elemento transformador da sociedade. Fundado por um grupo de jovens ligado a *Pastoral da Juventude*, atua junto a comunidades carentes, promovendo atividades diversas, buscando difundir cultura, artes, educação, cidadania e consciência ecológica. Entre suas principais atividades estão o *Bloco Oficina de Percussão do Papagaio*, a biblioteca comunitária *Padre Adriano Keet*, o *Centro Comunitário Pró-Cultura*, oficina de dança, oficina de *Teatro Flor e Arte* e o *Projeto Pró-Cultura*. O *Movimento Pró-Cultura*, assim como a maior parte das instituições pesquisadas, encontra dificuldades financeiras, de pessoal qualificado para desenvolver os

³⁸ Comunicação à autora

projetos e entraves burocráticos comuns no país que, no entanto não se tornaram empecilhos para que o Movimento se transformasse em representativo promotor de políticas públicas na cidade.

É fácil perceber através da posição tomada frente a suas atividades, que as lideranças culturais da cidade ainda possuem sonhos a se realizarem. Entre eles está o de extinguir as diferenças culturais. Para Raymond Williams, as mais diversas elaborações humanas são cultura na medida em que fazem parte do modo de vida em sociedade, e o conceito de cultura como modo de vida não exclui o de produções artísticas porque em ambas o valor atribuído está no significado coletivo. Napier, à frente da FUNDARTE, busca potenciar estes valores e aproximar as diferenças.

2.2.2.6. Ubá: necessidade do resgate da identidade cultural

Música, poesia, literatura, teatro estão gravados na história de Ubá, a “cidade carinho” da Zona da Mata Mineira. Entre seus filhos ilustres estão Antonio Olinto, um dos imortais da *Academia Brasileira de Letras*, Ascânio Lopes, poeta de vida breve, mas de importância na literatura modernista, o cantor Nelson Ned, o ator Mauro Mendonça e o criador de *Aquarela do Brasil*, compositor e radialista, Ary Barroso. Além destes, possui entre sua população de 94 228 habitantes (IBGE, 2007) artistas de segmentos diversificados como os componentes da *Banda 22 de Maio*, criada há 111 anos e da qual Ary Barroso foi integrante.

Diante de uma história cultural abrangente a secretária de cultura, arte educadora e pianista, Aparecida Camiloto, se mostra insatisfeita com as políticas públicas de cultura realizadas até então com o intuito de preservar a identidade cultural ubaense. Acredita que esta se perdeu por má vontade política no decorrer dos anos, quando os representantes da cultura não deram seguimento às realizações de seus antecessores. Diante disto, e por acreditar ser Ubá um “celeiro de talentos”, buscará em sua gestão através de projetos em fase de criação, o resgate da memória cultural da cidade usando as histórias contadas oralmente por seus moradores.

Antes disto, porém, já desenvolve políticas públicas em que todas as manifestações artísticas são prioridade. “O artista deve ter abertura e incentivo para criar o que quer”³⁹ (CAMILOTO, 2009), diz a arte educadora ressaltando que também o público deve ter acesso a diversificadas manifestações culturais e assim poder fazer suas escolhas entre a banda de música e o rock, as artes plásticas e o artesanato, o balé e a capoeira, o erudito e o popular ou se assim quiser, optar por todas. “Ao invés da dança de salão preferimos ensinar a folclórica porque tem raiz, é perene e não apenas uma diversão⁴⁰.” (CAMILOTO, 2009). As ações da secretaria de cultura de Ubá evitam trabalhar com o modismo e a indústria cultural, por como afirmava Adorno, reprimirem o pensamento e evitarem qualquer tipo de esforço intelectual.

A principal política pública de cultura promovida pela Secretaria de Cultura de Ubá em parceria com a TIM e empresas locais, é a descoberta e o incentivo de novos talentos realizada no *Centro Experimental de Artes*, espaço público onde são oferecidas dezesseis modalidades artísticas para crianças de sete a dezessete anos num total de 670 jovens. O

³⁹ Comunicação à autora.

⁴⁰ Comunicação à autora.

projeto de *Educação Patrimonial* também é considerado pelos gestores como de grande relevância para a cultura local, seguido pela *Hora do Conto*, projeto de contação de histórias que tem como objetivo o incentivo à leitura e a utilização da *Biblioteca Pública Municipal*.

É fácil perceber o encantamento dos trabalhadores da cultura pelo que fazem, pois são tomados de entusiasmo quando solicitados que falem sobre seus projetos e sonhos alcançados, em desenvolvimento ou a se realizar. A gestão da cultura em Ubá, no entanto vivencia as políticas públicas que busca promover com certo diferencial. Aparecida Camiloto e Cassius Lopes trabalham na linha de frente dos projetos que criam junto aos jovens a quem procuram beneficiar “não formando artistas, mas tornando-os cidadãos melhores”⁴¹ (CAMILOTO, 2009). Dizem preferir trabalhar assim porque acreditam que não se vive sem cultura e que ela lhes é necessária. Cultura segundo eles é paixão, é vital, é criação, é amanhecer e anoitecer pensando nas ações a serem desenvolvidas, e acima de tudo é ter prazer com o que é produzido, seja material ou simbólico, porque este “produto” tem o poder de tornar as pessoas mais felizes.

É este tipo de razão que leva Camiloto a trabalhar com tanto entusiasmo em prol da cultura ubaense e do resgate de sua identidade, seja através da retomada das atividades da *Academia Ubaense de Letras*, das homenagens prestadas a Ary Barroso e sua *Aquarela*, da reformulação da lei de incentivo municipal da cultura que não foi implementada, da indignação frente à escassez de recursos e a àqueles que trabalham com a cultura, mas não são apaixonados ou através de sonhos. Por sinal, sonho é a principal palavra no vocabulário dos ubaenses. Sonham com um cinema, com um teatro, com um festival de gastronomia, com a democratização e a descentralização da cultura, que a arte, a dança e a música sejam levadas às pessoas mais simples, que até então não tiveram acesso a elas, com a valorização dos artistas locais, de suas tradições e talentos. Sonham principalmente com mais verbas porque quanto mais as tiverem mais farão, pois a criatividade não possui limites. Pensando assim, ainda muito realizarão e poderão cantar Ubá em versos, fazendo-o gíngar na “terra de nosso senhor” como o fez seu indescritível compatriota.

Com a apresentação da cidade de Ubá, encerra-se a transcrição dos dados obtidos através da pesquisa quantitativa e apresentados através de tabelas e suas respectivas descrições, assim como os relatos detalhados das políticas públicas de cultura, diagnosticadas

⁴¹ Comunicação à autora.

pela pesquisa qualitativa em cidades de maior representatividade na área: Além Paraíba, Cataguases, Juiz de Fora, Leopoldina, Muriaé e Ubá. Sendo assim, diante do que foi exposto ficou claro que para sua criação e realização é necessário além de interesse dos poderes públicos e privados, de pessoal capacitado, de boa vontade e do tão reclamado e importante orçamento a ser destinado à cultura. Para isto nada melhor do que a criação e/ou reformulação de leis de incentivo federais, estaduais e municipais, e é este o tema que o tópico a seguir abordou.

2.3. A Legislação sobre Políticas Públicas de Cultura

As atenções nesta alínea do trabalho estiveram voltadas para a legislação sobre políticas públicas de cultura no Brasil. Como referência para a análise das leis federais, do estado de Minas Gerais e dos municípios da Zona da Mata Mineira foram usados os livros *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado* (2003), de Ana Carla Fonseca Reis; *Estado e Cultura no Brasil* (1984), de Sérgio Miceli e ainda uma refinada busca no *site* do Ministério da Cultura e da Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais.

2.3.1 Leis Federais de Incentivo

A primeira lei de estímulo a participação da iniciativa privada no setor cultural brasileiro foi a *Lei Sarney* (7.505/86). Publicada em 1986, permitia a dedução de 2% do Imposto de Renda de pessoas jurídicas e de 10% do de pessoas físicas, aplicados sobre a transferência de recursos para atividades culturais; definiu os termos doação, patrocínio e investimento e seus campos de abrangência; e estabeleceu multas e penas rigorosas às fraudes e irregularidades. Negar seu pioneirismo e deixar de considerá-la propulsora de avanço no esforço coletivo de tomar a iniciativa do projeto cultural e mobilizar recursos para a sua realização seria até mesmo injusto. “Entretanto, da maneira como foi formulada (permitindo a transação direta do patrocínio entre empresas e promotores culturais, sem haver necessidade de apresentação prévia do projeto), acabou dando margem a desvios e, por mais bem intencionada que pudesse ser, transformou-se em alvo de ferozes acusações de facilitar fraudes.” (REIS, 2003, p.163-164).

Em 1990, quando Collor de Mello assumiu a presidência do país, o Ministério da Cultura foi rebaixado à condição de Secretaria da Cultura, as demais instituições foram eliminadas e os gastos públicos com o setor foram reduzidos. Entretanto, apesar de todos os entraves enfrentados, foi neste período que o então Secretário da Cultura, Sérgio Paulo Rouanet, criou uma nova Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº. 8.813, de 23/12/1991, a *Lei Rouanet*), que definiu os incentivos concedidos pela lei anterior e o processo de aprovação dos projetos. Além disso, instituiu o *Fundo de Investimento Cultural e Artístico* e restabeleceu o *Fundo Nacional de Cultura* (antigo Fundo de Promoção Cultural).

Com o fim do governo Collor, seu sucessor, Itamar Franco, recriou em 1992 o Ministério da Cultura, promulgou em 1993 a *Lei do Audiovisual* (Lei nº. 8.685, de 20/07/1993) e reinstaurou várias instituições, como o IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) e a FUNARTE (Fundação Nacional de Arte). Mesmo assim, sob seu governo as leis de incentivo fiscal permaneceram pouco utilizadas.

Em 1995, no governo de Fernando Henrique Cardoso, parte da *Lei Rouanet* foi alterada e a adoção de novas medidas foi vista como a grande responsável pelo crescimento da participação empresarial no patrocínio de projetos culturais no país, atingindo a proposta do governo. Paralelamente, também foi significativo o crescimento de recursos do *Fundo Nacional de Cultura (FNC)*.

No que diz respeito especificamente à *Lei Rouanet*, nota-se um crescimento significativo no número de projetos apresentados no período 1998/1999. Quanto à evolução de captação de recursos, após o valor total incentivado ter praticamente dobrado de 1996 para 1997, permaneceu estável entre 1997 e 1999, voltando a apresentar um crescimento significativo em 2000, quando ultrapassou o valor incentivado em 1999 em 31%. É interessante notar também que, embora o valor e o número de projetos incentivados tenham apresentado variações ao longo dos anos, seu valor médio permaneceu relativamente constante.

Já a *Lei do Audiovisual* apresenta um quadro de evolução bastante distinto, quando comparado ao da *Lei Rouanet*. No biênio 1996-97, houve um crescimento expressivo no número de projetos apresentados e incentivados, possivelmente como resultado da Medida Provisória nº.1515, de 15/8/1996, que também ampliou o limite da captação de R\$1,5 milhão para R\$3 milhões. Entretanto, já em 1998 há uma reversão da tendência de maior apoio ao audiovisual, não só no número de projetos incentivados, mas até mesmo do número de projetos apresentados.

A queda do número de projetos incentivados foi acompanhada de uma redução mais do que proporcional do valor captado pela Lei do Audiovisual. Entre 1997 e 1998, o valor incentivado foi reduzido a praticamente a metade, enquanto o número de projetos incentivados foi significativamente menor, tendo se mantido estável até 2000. Ao procurar contornar as dificuldades do setor, o governo federal criou em setembro de 1999 um novo programa de financiamento, o *Mais Cultura*, parceria firmada entre o MinC, o BNDES, o Banco do Brasil, e o SEBRAE que beneficiou na época de sua criação o setor do audiovisual.

O livro *Marketing cultural e Financiamento da Cultura* (2003) de Ana Carla Fonseca Reis, fonte dos dados aqui apresentados traz análise das leis de incentivo nacionais até o ano de 2001 e é leitura obrigatória para se entender a legislação atual.

Com o governo Lula, novas perspectivas foram oferecidas para a cultura brasileira, a começar pela cadeira do Ministério da Cultura passar a ser ocupada não por um nome já consagrado no meio político, mas pelo músico Gilberto Gil. A atuação do novo ministro logo se tornou visível, o que se deve em parte naturalmente, por já ser uma figura midiática. O crescimento do trabalho, no entanto, teve razões maiores, uma vez que Gilberto Gil concretizou ações através do Ministério antes nunca vistas no cenário nacional. Um exemplo marcante é o Programa *Cultura Viva*, criado com o objetivo de impulsionar a diversidade cultural brasileira, assume a cultura, a educação e a cidadania, enquanto incentiva, preserva e promove a diversidade cultural brasileira. Contempla iniciativas culturais que envolvem a comunidade em atividades de arte, cultura, cidadania e economia solidária. Essas organizações são selecionadas por meio de edital público e passam a receber recursos do Governo Federal para potencializarem seus trabalhos, seja na compra de instrumentos, figurinos, equipamentos multimídias, seja na contratação de profissionais para cursos e oficinas, produção de espetáculos e eventos culturais, entre outros.

Em 2004, o Ministério da Cultura, por meio da Secretaria de Programas e Projetos Culturais, iniciou a implantação dos Pontos de Cultura em parceria com a sociedade civil. De acordo com Célio Turino,⁴² “o Ponto de Cultura não é um espaço cultural feito pelo governo para as comunidades. Pelo contrário: são ações desenvolvidas pela comunidade que ganham o reconhecimento do Estado e passam a receber aporte de recursos para aplicar conforme o plano de trabalho composto por eles”⁴³.

Ao lado dos Pontos de Cultura, o Programa integra outras quatro ações: *Cultura Digital*, *Agente Cultura Viva*, *Griô* e *Escola Viva*. O *Cultura Digital* fornece suporte tecnológico aos Pontos de Cultura que recebem verbas para o *kit* multimídia (ilha de edição com computador conectado à *internet*, câmeras de vídeo e de fotografia e outros equipamentos de acordo com a necessidade de cada um), que possibilita gravar um CD, produzir material audiovisual e impresso, entre outros produtos de registro e divulgação. Junto ao *kit*, somam-se as *Oficinas de Conhecimentos Livres*, realizadas em todo o Brasil,

⁴² Secretário de Programas e Projetos Culturais e coordenador do Programa Cultura Viva.

⁴³ Site do Ministério da Cultura (Visitado em Outubro de 2009).

para que integrantes dos Pontos de Cultura aprendam a manusear os equipamentos multimídia.

As ações governamentais relatadas são de suma importância para o incentivo à cultura, entretanto é através da *Lei Rouanet* que se obtém fomento para os principais projetos culturais no país. É por meio dela que artistas, produtores e gestores culturais vêm produzindo cultura desde sua implantação em 1991. Destarte, não se pode negar sua importância para a potencialização da cultura dos grupos com características similares aos mapeados nesta dissertação, ao longo de sua existência. Foi a primeira ação que efetivamente trouxe força às produções artísticas ajudando a profissionalizar o sistema cultural do país. Os que reivindicaram o fomento através dela tiveram de aprender a apresentar seus projetos, planejar, executar e prestar contas.

Faz-se necessário ressaltar que a lei apresenta distorções que vêm dificultando sua utilização democrática e legitimamente. Tentativas de reformulações foram feitas sem grande sucesso no decorrer dos anos, causando muitas vezes ainda maiores problemas como mostrou o estudo de Reis.

Um dos principais motivos de críticas é dar oportunidade às empresas de não investir dinheiro próprio, e sim 100% do Imposto de Renda que iria para o Estado, aumentando a carga tributária em outras frentes. Yacoff Sarkovas,⁴⁴ considerado um dos maiores críticos do modelo, considera as leis de incentivo fiscal “injustas, ineficientes como sistema de financiamento público e ainda por cima perdulárias porque criam gastos de intermediação.”⁴⁵ Para Sarkovas, o Brasil não possui políticas públicas governamentais de cultura e sim um mecanismo em que o dinheiro público é distribuído por empresas. A cultura necessita de financiamento público, da mesma forma que a educação e a saúde. Critica também o projeto do ex-ministro Gilberto Gil de reformar as leis para incentivar a descentralização do destino dos recursos. Segundo o consultor, “para falar em descentralização, é necessário ter sistema de financiamento direto. Se a Região Nordeste precisa ter taxa de investimento público em cultura que seja desproporcional a seu PIB, isso tem de ser estabelecido dentro de fundos públicos.”⁴⁶ Uma solução que sugere para o sistema atual de leis de incentivo seria uma transição feita gradualmente, diminuindo ano a ano a porcentagem de dedução fiscal. “O Gil tinha no início do mandato todas as condições de fazer esta transição. Tinha recursos

⁴⁴ Neoliberal na cultura, presidente da Articultura, empresa de gestão de patrocínios.

⁴⁵ Revista Época, 2005, p.22-26.

⁴⁶ Revista Época, 2005, p.22-26.

humanos, políticos e financeiros. As áreas técnicas sabem desses problemas e muita gente no ministério tem a mesma visão crítica que eu.”⁴⁷

Com a presença de Juca Ferreira no Ministério desde 2008, a *Lei Rouanet* entrou com ânimo nos debates culturais. O fato se deu devido ao ministro ser também um grande crítico da lei. Uma pequena alteração, perto do que se propõe, já foi feita em sua gestão no que se refere ao fomento a projetos culturais. O artigo segundo passa a determinar que os incentivos criados pela lei devam ser concedidos a projetos culturais cuja exibição, utilização e circulação dos bens culturais deles resultantes sejam abertas, sem distinção, a qualquer pessoa; veda-se a concessão de incentivo a obras, produtos, eventos ou outros decorrentes, destinados ou circunscritos a coleções particulares ou circuitos privados que estabeleçam limitações de acesso; e acrescenta-se a construção e manutenção de salas de cinema e teatro em municípios com menos de 100.000 habitantes como beneficiários das doações e patrocínios.

Por considerar a renúncia fiscal insuficiente para configurar política pública de cultura e para os desafios da diversidade e da riqueza cultural do país, além da lei atual de incentivo necessitar de ajustes que sanem as distorções que provocam a concentração regional do financiamento e o baixo apoio a atividades culturais em todas as áreas, o Ministério da Cultura promove desde 2008 ações com o objetivo de elaborar propostas de alterações tendo a sociedade como coautora. Em outubro deste ano teve início a série *Diálogos Culturais*, encontros com representantes do setor cultural que já aconteceram no Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo, para discutir os principais avanços e desafios das políticas públicas para a área. No centro do debate está a *Lei Rouanet*, suas distorções e necessidade de reformulação. Nos Diálogos, Juca Ferreira destaca como principais distorções a lei permitir 100% de renúncia fiscal - casos em que a empresa não precisa colocar nenhum real para apoiar um projeto cultural e o fato de que cerca de apenas 3% dos proponentes dos projetos culturais captam metade dos recursos que são disponibilizados. Defende o fortalecimento do *Fundo Nacional de Cultura*, mecanismo previsto na *Lei Rouanet* em que o Estado aplica diretamente o dinheiro público, sem usar o mecanismo da renúncia, com a condição de que haja mudanças em sua estrutura, criando fundos setoriais, geridos por conselhos representativos de cada setor.

⁴⁷ Idem.

Para a participação ativa da sociedade foi criado o blog *Reforma da Lei Rouanet*, onde estão disponibilizadas as linhas gerais da proposta da reforma e explicações de pessoas ligadas ao Ministério sobre a mesma através de textos e vídeos. Opiniões de artistas e produtores culturais são frequentes. O que se destaca, no entanto, é o espaço para a interatividade, onde qualquer cidadão pode opinar sobre o assunto postado, sobre a reforma da lei, esclarecer dúvidas, dentre outros. Existe um espaço destinado à consulta pública e informações para os proponentes de projetos culturais que buscam apoio na lei, que devem agora preencher os formulários via web.

O projeto que será enviado ao Congresso Nacional propõe as seguintes mudanças:

1. *FNC – O Fundo Nacional de Cultura* já existe na atual *Rouanet*, mas permite apenas doação de 80% do valor do projeto, com 20% de contrapartida. Com a *Nova Rouanet*, o *FNC* poderá fazer empréstimos, associar-se a projetos culturais e fazer repasse para fundos municipais e estaduais. Isso permitirá que o *Fundo Nacional de Cultura* se torne mais atrativo para produtores culturais e se transforme, verdadeiramente, numa alternativa para aqueles que não conseguem captar financiamento via renúncia.
2. Renúncia fiscal – O mecanismo continua existindo, assim como a *CNIC (Comissão Nacional de Incentivo à Cultura)*, que analisa os projetos. A única mudança é que, em vez de apenas ter duas faixas – de 30% e 100% – passa a ter mais quatro – 60%, 70%, 80% e 90%. A lei vai definir quais os critérios serão usados pela *CNIC*, que, além de analisar aspectos orçamentários do projeto, vai analisar em qual faixa ele se encaixa. O objetivo da mudança é permitir uma maior contribuição das empresas – hoje, de cada 10 reais investidos pela *Rouanet*, 9 são públicos – e permitir que projetos com menor atratividade de investimento tenham faixa de renúncia maior.
3. *Ficart – O Fundo de Investimento Cultural e Artístico* também já existe. No entanto, nunca saiu do papel, por falta de interesse das empresas. A *Nova Rouanet* vai aumentar a atratividade, com maior dedução fiscal, para que seja uma alternativa atrativa para projetos com grandes chances de retorno financeiro.

4. *Vale Cultura* - Grande novidade do projeto, o vale de 50 reais para trabalhadores vai, além de facilitar o consumo de bens culturais para 12 milhões de trabalhadores, injetar, pelo menos, 7,2 bilhões de reais por ano, o que é mais de seis vezes o montante atual da *Rouanet*.⁴⁸

O debate público traz a baila opiniões convergentes e divergentes que terminam por acrescentar valores à reestruturação da lei federal de cultura. Em entrevista para a revista *Cult* Júlio Medaglia⁴⁹ desabafa que o que não está certo na *Lei Rouanet* é que as empresas precisam usar de seus dividendos para gastar com cultura:

O pessoal fica com um pouco de raiva pelo seguinte: por que a Volkswagen, que ganha muito dinheiro no país, não gasta dinheiro com a restauração lá da igreja no interior do Piauí? Existe a vontade de alterar esse mecanismo para distribuir melhor o dinheiro destinado à cultura. Mas acho isso errado, porque não faltam grandes empresas nesses estados também. (...) Os empresários precisam se dar conta de que precisam estabelecer um relacionamento com a comunidade local, como nos Estado Unidos. (...) Uma fábrica de parafusos lá do Texas, quando se instala na região, a primeira coisa que faz é se relacionar com a comunidade, dar apoio à biblioteca, a uma orquestra de câmara que precisa de ajuda. E lá não tem *Lei Rouanet*. O dono da empresa tira do bolso dele.⁵⁰

Medaglia responsabiliza o Ministério da Cultura por algumas das distorções da lei. “Se aprovam o *Cirque du Soleil*, então quem está errado é o Ministério, não a lei. Acho que precisa de uma peneira. Músicos como Chitãozinho e Xororó não precisam de incentivo. Ivete Sangalo tem avião! Tem sentido ela ganhar incentivo fiscal?”⁵¹ Em sua opinião, as regiões mais ricas são mais beneficiadas pela lei porque têm maior movimentação cultural, e questiona:

Por que os empresários de Sergipe não fazem uma orquestra de qualidade internacional? Não querem. A *Lei Rouanet* deveria servir para incentivar o espírito comunitário. Mesmo assim, não colocam dinheiro, porque acham que precisam patrocinar alguma coisa que vai fazer sucesso, quando deveriam patrocinar aquilo que valoriza a marca.⁵²

⁴⁸ Blog da Reforma da *Lei Rouanet* (Visitado em Outubro de 2009)

⁴⁹ Maestro, ensaísta e colaborador da imprensa nacional, membro da *União Brasileira de Escritores e da Academia Paulista de Letras*.

⁵⁰ Revista *Cult*, 2009.

⁵¹ *Idem*.

⁵² *Idem*, *ibidem*.

Para Hugo Barreto⁵³ a *Lei Rouanet* não é culpada pelas distorções do setor cultural brasileiro:

A *Lei Rouanet* trabalha em duas dimensões: a do fomento e a da renúncia fiscal. Fomento é a aplicação direta de recursos via *Fundo Nacional de Cultura*. Renúncia é quando parte do Imposto de Renda, em vez de ir para o fisco, vai para um projeto aprovado pelo próprio MinC. Fomento serve para equalizar as distorções ou carências do mercado; renúncia serve para induzir o mercado a se interessar pelo setor. Ambos combinados, como na lei atual, e se bem calibrados pelo gestor, são a solução: este engenhoso mecanismo dinamiza o setor e, por sua pulverização, impede qualquer dirigismo por parte do governo vigente; já o fomento, controlado pelo Estado (governo mais sociedade civil), corrige distorções, estimula novas linguagens, a formação de talentos e a cultura popular. As ferramentas atuais possibilitam isso. Cabe indagar porque não ocorre, mesmo na área de fomento, apesar do forte desejo do ministro.

O novo projeto de lei não ataca as atuais distorções, como a propalada concentração no Sudeste, que poderia ser minimizada com alíquotas regionais diferenciadas ou com a sua ampliação para empresas tributadas pelo lucro presumido e pelo Simples. E ainda lança o setor cultural na incerteza, com a intenção de jogar recursos que hoje vão diretamente para a área cultural, via renúncia fiscal, na vala comum do Orçamento da União, sempre sujeito a cortes, contingenciamentos e burocracia.

Reduzir a atratividade do mecenato e, portanto, o interesse das empresas pelo mercado cultural só interessa a quem acredita que cultura não precisa de mercado. Ou talvez ao Leão. Mas este tem presas mais suculentas, pois a Cultura consome menos de 1,5% de toda a renúncia fiscal do país. É uma opção ideológica, mas é preciso saber se os brasileiros que trabalham no setor, hoje um dos mais dinâmicos do país, concordam.⁵⁴

As ações do Ministério se tornaram um bom começo para a consolidação de uma boa reformulação, afastando da lei incentivadores que busquem apenas projetos com apelo comercial; fazendo-a mais abrangente com os benefícios estendidos a todas as regiões do país e não centralizadas nas regiões Sul e Sudeste; tornando os valores dos produtos culturais incentivados acessíveis ao grande público; criando exigências para que as empresas incentivadoras invistam dinheiro próprio e não apenas de renúncia fiscal; e finalmente estimulando seu debate, seja entre os trabalhadores da cultura, na academia, nos meios de comunicação ou nas mesas de bares.

⁵³ Bacharel em filosofia, diretor de teatro e televisão e secretário-geral da Fundação Roberto Marinho.

⁵⁴ Jornal O Globo, 2008

2.3.2. Lei Estadual de Incentivo de Minas Gerais

As leis de incentivo estaduais se disseminaram por diversos estados brasileiros como alternativa para os escassos recursos destinados à cultura. Em Minas Gerais foi criada em 30 de dezembro de 1997, a *Lei Estadual de Cultura*, nº.12.733, posteriormente modificada pela lei nº.13.665, de 20 de Julho de 2000, alterada e regulamentada pelos decretos 41.124/2000 e 41.289/2000. No entanto, assim como as leis federais, a *Lei Estadual de Cultura de Minas Gerais*, necessitou revisão para que melhor alcançasse os fins para os quais foi criada:

Para encontrar possíveis distorções na lei estadual e proporcionar à sociedade um demonstrativo dos recursos gastos e sua distribuição, foram realizadas pesquisas pela *Fundação Getúlio Vargas* e avaliações de desempenho pelo projeto *Prestando Contas aos Mineiros: avaliação da Lei Estadual de Incentivo à Cultura*. (SILVA, 2008, p.83)

Dentre os principais prejudicados por suas distorções, estavam os proponentes iniciantes, sem tradição no mercado cultural, com baixa visibilidade midiática e retorno de marketing. De acordo com Silva, eles encontravam:

três grandes óbices para desenvolverem suas ações de forma eficaz. O primeiro diz respeito à formatação do projeto; o segundo a sua aprovação pela Comissão Técnica de Análise de Projetos - CTAP, e o terceiro, caso passasse pelos dois primeiros, referir-se-ia a sua capacidade de captação financeira junto ao mercado, o que garantiria o desenvolvimento do projeto. (Idem, p.83)

A Lei Estadual de Cultura de Minas Gerais apresentava problemas similares aos que o Ministério da Cultura enfrenta atualmente com a *Lei Rouanet*.

Diante de tais necessidades o Governo de Minas Gerais promulgou a Lei nº 17.615 em 4 de Julho de 2008, regulamentada pelo decreto nº 44.866, de 1º de Agosto de 2008 que revogou a Lei nº 12.733. Seu primeiro edital realizou inscrições de projetos no período de 08 de agosto a 19 de setembro de 2008 a serem beneficiados no ano de 2009. Segundo o *site* da Secretaria de Estado de Cultura, dentre as principais modificações está a criação de três patamares de renúncia fiscal, 10%, 7% e 3% do ICMS⁵⁵ devido, que podem variar de acordo com o faturamento anual da empresa patrocinadora. A mudança tem como objetivo estimular

⁵⁵ Tributo incidente basicamente nas operações de compra e venda, bem como nas prestações de serviço de transporte e de comunicação, é um recurso fundamental para a população, porque é empregado em educação, saúde, infraestrutura, dentre outros setores.

a participação de empresas de diversos portes, sem onerar o Estado e sem ampliar o valor anual dedicado à Lei de Incentivo à Cultura, que permanece em 0,30% do ICMS líquido recolhido pelo Estado.

A Lei de Incentivo à Cultura de Minas Gerais também passou a assegurar um montante mínimo de recursos destinados a projetos de empreendedores, domiciliados no interior do Estado, que beneficiem diretamente o público e os profissionais da área cultural do interior, destinando do montante total de recursos o percentual, em 2008, de 40%, com o crescimento de 1% ao ano, pretendendo chegar a 45% em 2013. Tal iniciativa vai de encontro à política de descentralização e interiorização da Secretaria de Estado de Cultura.

Outras modificações importantes são vistas na composição da CTAP, responsável pela análise e aprovação dos projetos culturais concorrentes. A atual lei é organizada em nove câmaras setoriais, nas áreas de: artes cênicas; audiovisual; artes visuais; música; literatura; preservação e restauração do patrimônio material e imaterial; pesquisa e documentação; centros culturais, bibliotecas, museus, arquivos e congêneres; e áreas culturais integradas. A CTAP conta com 54 membros, sendo 27 do poder público, técnicos da Secretaria Estadual de Cultura e de suas instituições vinculadas, e 27 da sociedade civil, representantes de entidades do setor cultural de Minas Gerais, dos quais 18 compõem, de forma igualitária, o colegiado.

Toda empresa que apoia financeiramente um ou mais projetos culturais aprovados pela CTAP pode deduzir do imposto devido, até 80% do valor total destinado ao projeto. A dedução dos recursos investidos é feita de acordo com os três patamares de renúncia fiscal já citados anteriormente, 10%, 7% e 3% do ICMS devido, de acordo com o faturamento anual da empresa. O incentivador deve participar com 20% de recursos próprios, contrapartida que pode ser efetivada em moeda corrente, fornecimento de mercadorias, prestação de serviços ou cessão de uso de imóvel, necessários à realização do projeto.

Esta legislação é hoje a única no Brasil a admitir como incentivador aquele contribuinte inscrito em dívida ativa⁵⁶ até 31 de outubro de 2007. Este pode quitar a dívida parceladamente, com 25% de desconto, desde que apoie financeiramente um projeto cultural previamente aprovado.

⁵⁶ Crédito tributário regularmente inscrito na Procuradoria da Fazenda, depois de esgotados os procedimentos fiscais.

O patrocínio de projetos, de acordo com a lei, é vedado a microempresas e empresas de pequeno porte; empresas cujos créditos tributários sejam decorrentes de ativação com dolo ou má-fé; substituto tributário relativamente ao imposto retido do substituído; patrocínio de projetos culturais próprios aos contribuintes e suas empresas, contratadas ou coligadas (qualquer entidade que estiver sob controle ou vinculação direta ou indireta com a empresa ou titular, bem como as fundações e organizações culturais por eles criadas e/ou mantidas), como os sócios, titulares ou diretores, estendendo a proibição aos ascendentes, descendentes de primeiro grau e cônjuges ou companheiros de quaisquer deles.

Qualquer pessoa física e jurídica pode se tornar um empreendedor cultural desde que comprovadamente estabelecida em Minas Gerais há, pelo menos, um ano, com objetivo e atuação efetiva na área cultural e diretamente responsável pela promoção e execução do projeto cultural apresentado. As entidades da administração pública indireta estadual só poderão apresentar projetos se desenvolverem atividade artística ou cultural.

Os projetos apresentados também devem ser de caráter estritamente artístico-cultural, encaixando-se em algumas das seguintes áreas:

1. Artes cênicas, incluindo teatro, dança, circo, ópera e congêneres e respectivos eventos, festivais, publicações técnicas, seminários, cursos e bolsas de estudos;
2. Audiovisual, incluindo cinema, vídeo, novas mídias e congêneres e respectivos eventos, festivais, publicações técnicas, seminários, cursos e bolsas de estudos;
3. Artes visuais, incluindo artes plásticas, design artístico, design de moda, fotografia, artes gráficas, filatelia e congêneres e respectivos eventos, publicações técnicas, seminários, cursos e bolsas de estudos;
4. Música e respectivos eventos, festivais, publicações técnicas, seminários, cursos e bolsas de estudos;
5. Literatura, obras informativas, obras de referência, revistas e respectivos eventos, seminários, cursos e bolsas de estudos;

6. Preservação e restauração do patrimônio material e imaterial, inclusive folclore e artesanato e respectivos eventos, publicações técnicas, seminários, cursos e bolsas de estudos;
7. Pesquisa e documentação e respectivos eventos, publicações técnicas, seminários e bolsas de estudos;
8. Centros culturais, bibliotecas, museus, arquivos e congêneres e respectivos eventos, publicações técnicas, seminários, cursos e bolsas de estudos;
9. Áreas culturais integradas e respectivos eventos, festivais, publicações técnicas, seminários, cursos e bolsas de estudos.

O fato da lei se tornar mediadora da interlocução entre o empreendedor e o incentivador pode facilitar o acesso ao incentivo de projetos geridos por iniciantes com baixa visibilidade antes ignorados pelas empresas que buscam exclusivamente o *marketing* cultural. Além disso, favorece a descentralização do incentivo, oferecendo apoio a projetos desenvolvidos no interior do Estado e aproxima produtores, artistas, investidores e público. Deve-se, portanto, cuidar para que o Estado cumpra realmente seu papel de garantir a equidade ao acesso à cultura não interferindo no que será produzido. Afinal, não está sob sua incumbência a definição de tendências, estilos ou o que se deve ou não ser cultivado pela sociedade.

2.3.3. Fundo Estadual de Cultura

Além da *Lei Estadual de Cultura*, Minas Gerais conta com o apoio à cultura através do *Fundo Estadual de Cultura* (FEC), desde sua criação em 2006, pela Lei nº 15.975 de 12 de janeiro. São responsáveis por sua coordenação representantes da Secretaria de Estado de Cultura, Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão, Secretaria de Estado de Fazenda, Banco de Desenvolvimento do Estado de Minas Gerais – BDMG e Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais.

Os recursos destinados ao Fundo Estadual de Cultura provêm de:

1. 4% (quatro por cento) do total dos recursos resultantes de retornos de financiamentos concedidos pelo Fundo de Fomento e Desenvolvimento Socioeconômico do Estado de Minas Gerais – Fundese - aí incluídos principal e encargos, já deduzida a comissão do agente financeiro;
2. Retornos do principal e encargos dos financiamentos com recursos do Fundo;
3. Doações, contribuições ou legados de pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras;
4. Os recursos provenientes de operações de crédito interno e externo firmadas pelo Estado e destinadas ao Fundo;
5. Receitas oriundas das multas aplicadas sobre projetos culturais e artísticos;
6. Valores relativos à cessão de direitos autorais e à venda de livros ou outros produtos patrocinados, editados ou coeditados pela Secretaria de Estado de Cultura;
7. Recursos previstos na Lei Orçamentária Anual.

Proveniente de “Financiamento Reembolsável” e da “Liberação de Recursos não Reembolsáveis” estes recursos totalizaram um montante superior a vinte milhões de reais nos seus dois anos de existência.

Somente pessoas jurídicas podem inscrever projetos no *Fundo Estadual de Cultura*: pessoa jurídica de direito privado com fins lucrativos, pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos e pessoa jurídica de direito público municipal com exceção de Belo Horizonte. Entre os que estão impedidos de inscrever projetos estão: pessoa física; órgão ou entidade da administração pública federal, estadual e do município de Belo Horizonte, bem como suas respectivas associações de amigos; institutos, fundações e associações vinculadas a organizações privadas com fins lucrativos que não tenham na arte e na cultura uma de suas principais atividades; membros da direção do Sistema Estadual de Cultura de Minas Gerais e do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG), assim como seus sócios, parentes ascendentes, descendentes de 1º (primeiro) grau, cônjuges ou companheiros de qualquer deles; e membros das *Câmaras Setoriais Paritárias*.⁵⁷

O fundo beneficia áreas diversificadas relativas à cultura:

1. Patrimônio material e imaterial: projetos que visem à preservação e difusão da memória, dos bens patrimoniais e das tradições, usos e costumes coletivos característicos das diversas regiões de Minas Gerais;
2. Organização e recuperação de acervos, bancos de dados e pesquisas de natureza cultural: projetos que visem à sistematização e à recuperação de acervos artísticos e documentais de cunho cultural, à elaboração e à manutenção de bancos de dados na área de cultura e ao desenvolvimento e publicação de pesquisas de natureza cultural;
3. Circulação, distribuição e rede de infraestrutura cultural: a) Circulação e distribuição: projetos que promovam a formação de público, a circulação e a distribuição de produções artísticas e culturais das diversas regiões de Minas Gerais; b) Rede de infraestrutura cultural: projetos de construção, reforma, aquisição de equipamentos e manutenção de espaços culturais no Estado;
4. Fomento à produção de novas linguagens artísticas: projetos de produção nos segmentos de artes cênicas, artes gráficas, artes visuais, audiovisual, *design*, literatura, música e performance, voltados para a experimentação e a investigação de possibilidades expressivas dentro das diversas áreas artísticas, bem como de utilização de novos suportes no contexto de um trabalho

⁵⁷ Doravante abreviadas para CSPs.

continuado de pesquisa, que poderá estar em estágio inicial ou em desenvolvimento. Entende-se como pesquisa um trabalho sistemático a partir de objetivos bem definidos, levantamento de questões e escolha de instrumentos e metodologias adequados ao problema/situação investigada;

5. Capacitação e intercâmbio: projetos de cursos, oficinas, seminários e debates que contribuam para a formação e/ou profissionalização de artistas, gestores e agentes culturais no Estado de Minas Gerais, além de projetos que fomentem ações de intercâmbio cultural, ou seja, aquelas que promovam a troca de conhecimentos e experiências entre grupos, entidades e profissionais da cultura.

Existem causas específicas que desclassificam os projetos para os quais os proponentes precisam atentar. Podem ser desclassificados projetos inscritos de forma inadequada, por falta de documentação e/ou quaisquer outras incorreções que não atendam às exigências do edital; projetos de proponentes que não comprovarem seu objetivo e sua atuação artística ou cultural; projetos enviados pelo correio depois da data estipulada nos editais; projetos cujos proponentes constem como inadimplentes na Secretaria de Estado de Cultura por não terem regularizado, até a data de encerramento das inscrições dos editais ou ao final do processo de análise, suas pendências junto à Lei Estadual de Incentivo à Cultura ou ao Fundo Estadual de Cultura; e projetos que sejam considerados semelhantes ou que tenham sido beneficiados com recursos em editais da Lei Estadual de Incentivo à Cultura e dos programas *Cemig Cultural*, *Copasa Cultural* e *Cena Minas* ou inscritos no *Prêmio Minas Gerais de Literatura*, no mesmo período.

As CSPs são responsáveis pela análise dos projetos, as quais são compostas por quatro membros efetivos e dois suplentes, sendo 3 representantes da Secretaria de Estado de Cultura e três representantes da Sociedade Civil. Cada CSP é responsável pela análise dos projetos inscritos em uma área específica. Após a análise de cada Câmara, todas se reúnem em um colegiado, com o objetivo de confirmar os projetos aprovados. As decisões tomadas nestas reuniões são soberanas, não cabendo qualquer tipo de recursos às mesmas.

Os critérios para a análise dos projetos utilizados pelas CSPs são:

1. Critérios eliminatórios: são desclassificados os projetos que não forem considerados de interesse público, não tiverem caráter prioritariamente artístico ou cultural, não

visarem à promoção do desenvolvimento cultural regional ou não se destinarem à produção, à exibição, à utilização ou à circulação públicas de bens artísticos ou culturais.

2. Critérios técnicos: na avaliação desses critérios, serão atribuídos 45 (quarenta e cinco) pontos, distribuídos da seguinte forma:

2.1. Exemplaridade da ação: 35 (trinta e cinco) pontos. Entende-se como exemplar uma ação que possa ser reconhecida e tomada como modelo, em sua área artística ou cultural, por seu conceito e conteúdo, por seu conjunto de atributos técnicos, por sua capacidade de preencher lacuna ou suprir carência constatada, com justa conveniência e oportunidade.

2.2. Potencial de realização da equipe envolvida no projeto: 6 (seis) pontos. Entende-se como potencial de realização da equipe a capacidade do proponente e dos demais profissionais envolvidos de realizar, com êxito, o projeto proposto, comprovada por intermédio dos currículos, documentos e materiais apresentados.

2.3. Adequação da proposta orçamentária e viabilidade do projeto: 4 (quatro) pontos. Entende-se como adequada uma proposta orçamentária que especifique todos os itens de despesa do projeto, de forma detalhada e compatível com preços de mercado, e como viável um projeto que seja exequível de acordo com a planilha financeira apresentada.

3. Critérios de fomento: nessa avaliação serão atribuídos 55 (cinquenta e cinco) pontos, distribuídos da seguinte forma:

3.1. Acessibilidade do projeto ao público: 25 (vinte e cinco) pontos. Entende-se como acessível um projeto que contenha estratégias eficazes de formação de público e de facilitação do acesso aos bens culturais por ele gerados.

3.2. Efeito multiplicador do projeto: 15 (quinze) pontos. Entende-se por efeito multiplicador a capacidade do projeto de gerar impacto no desenvolvimento cultural local e regional, no seu universo de abrangência, proporcionando

benefícios concretos e diretos à comunidade e ao maior número possível de artistas, técnicos, agentes e entidades culturais.

3.3. Permanência da ação – 15 (quinze) pontos. Entende-se por permanente uma ação que tenha perspectivas de continuidade, regularidade e sustentabilidade. (LEI nº. 15.975:2006)

O diferencial do *Fundo Estadual de Cultura* está em dar apoio prioritário ao desenvolvimento cultural do interior do Estado, o que faz com que projetos que, tradicionalmente, encontram maiores dificuldades de captação de recursos no mercado sejam reconhecidos. Os projetos aprovados no edital de 2008, especialmente na categoria não reembolsáveis, são em sua quase totalidade de cidades interioranas. No entanto, para que atinja com eficiência seus objetivos é necessário que reveja suas normas, que por serem excessivamente burocratizadas, semelhante ao modelo da *Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais* – FAPEMIG, dificultam mais do que facilitam a inscrição dos projetos.

2.3.4. Programa Cultural Murilo Mendes – Lei Murilo Mendes

Mais antiga que o próprio Ministério da Cultura, criado em 1985, a FUNALFA, fundada em 14 de setembro de 1978, é responsável pela política cultural de Juiz de Fora. Seus primeiros anos foram destinados a sua constituição e à democratização da cultura através dos projetos de teatro, cinema, dança e visitas orientadas a espaços culturais. Em sua trajetória estão incluídas ações em benefício do resgate à cultura, como a transformação da fábrica de tecidos *Bernardo Mascarenhas* em centro cultural; a restauração do *Cine-Theatro Central*; a construção da sede definitiva da *Biblioteca Municipal Murilo Mendes*; a revitalização do *Núcleo Histórico Ferroviário*, transformado em *Museu Ferroviário de Juiz de Fora*; a viabilização para a *Sociedade de Belas Artes Antônio Parreiras*; e a criação da *Lei Murilo Mendes*. Além destes, a FUNALFA também implantou o *Conselho Municipal de Cultura – CONCULT*, promove o *Festival Nacional de Teatro*, o *Circuito Caminhos da Cultura*, a *Semana do Livro e da Biblioteca*, o *Mês da Criança*, a *Folia de Reis e Charola*, publica livros. É ainda parceira e apoia o Carnaval, o *FestLer – Festival da Leitura*, a *Canata de Natal*, o *Festival Internacional de Música Colonial Brasileira e Música Antiga*, o *Festival de Cinema de Juiz de Fora* e o *Festival Internacional de Coros*. Administra a *Biblioteca Municipal Murilo Mendes*, o *Centro Cultural Bernardo Mascarenhas*, o *Museu Ferroviário* e o *Anfiteatro João Carriço*.

O *Programa Cultural Murilo Mendes*, objeto de análise neste tópico, foi criado por projeto do então vereador Vanderlei Tomaz, através da Lei nº 8.525 de 27 de agosto de 1994, quando também se instituiu o *Fundo Municipal de Incentivo à Cultura*. Os decretos nº 8.517/2005, 8.878/2006 e 9.306/2007 os regulamentaram.

Conhecida por *Lei Murilo Mendes*, a Lei nº 8.525, objetiva incentivar a formação e a produção artística e cultural, preservar e divulgar o patrimônio histórico de Juiz de Fora e dar apoio a atividades consideradas de interesse cultural relevante. Para obtenção de apoio do programa, o produtor cultural deve apresentar o projeto à FUNALFA onde é colocado sob análise da *Comissão Municipal de Incentivo à Cultura (COMIC)*. Os projetos devem ter caráter estritamente artístico-cultural, cabendo a cada proponente apenas um projeto com o valor limitado a R\$25.000,00 (vinte cinco mil reais). A COMIC é soberana em suas decisões e pode contemplar projetos com percentuais que variem de 80% a 100% do valor pleiteado. O município destina o valor de R\$1.000.000,00 (Um milhão de reais) para os projetos aprovados na *Lei Murilo Mendes*.

As receitas para o fundo são originárias de dotações orçamentárias, doações públicas privadas, subvenções, contribuições, transferências e participações do município em convênios, contratos e consórcios relacionados à lei, legados, auxílios de entidades de qualquer natureza ou de organismos internacionais, devolução de recursos de projetos não iniciados ou interrompidos, receitas decorrentes de projetos financiados pela lei, resultados das aplicações financeiras dos recursos e receitas não mencionados que puderem se adequar ao estímulo à cultura.

Não restam dúvidas sobre a importância da *Lei Murilo Mendes* para a valorização e aprimoramento da cultura na cidade de Juiz de Fora. É possível se perceber sem muito esforço, o quão substancial são os projetos, instituições e eventos por ela beneficiados. Mesmo assim, é necessário devido ao porte do município, quarta cidade mineira em número de habitantes (IBGE, 2007), maiores ações em proveito da cultura para que esta possa ser vivida em sua plenitude por toda a sociedade juizforana. As palavras que Paulo Sérgio de Souza Silva usa na dissertação de Mestrado, *Políticas Culturais e Arquivos Públicos – difusão cultural, acesso e preservação do patrimônio cultural em Minas Gerais* (2008), sintetizam a ideia, transformando-a no primeiro passo para a sua concretização:

Acreditamos que a administração municipal teria um importante trunfo, caso houvesse a combinação de vontade política, interesse socioeconômico e pressão de grupos organizados do setor cultural, para que, juntamente com o fundo municipal que caracteriza a *Lei Murilo Mendes*, implante também no município, os mecanismos de renúncia fiscal, pelo fato de a cidade representar uma robusta economia industrial e de serviços, com a geração de receitas expressivas, oriundas do recolhimento de tributos que poderiam ser capitaneados para o investimento em atividades culturais da cidade (...) (SILVA, 2008, p.102).

Aprimorar as leis de incentivo é uma das melhores formas de promover a cultura dando-lhe condições para a democratização da aplicação dos fomentos. As cidades do interior de Minas Gerais ainda são carentes de legislações de apoio à cultura e Juiz de Fora, apesar de esforços isolados em alguns municípios, permanece como referência também neste componente como se registrou e pode-se ler nas próximas linhas.

2.3.5. As leis nas demais cidades da Zona da Mata Mineira

Entre as 143 cidades pesquisadas na Zona da Mata Mineira, poucas são as que contam com incentivos reais à cultura originários de leis municipais. As cidades de Muriaé, e Senador Firmino são escassos exemplos. A primeira conta com a Lei nº. 3.202 de Março de 2006, regulamentada pelo decreto nº. 2.947 de Março de 2006 que revogou as anteriores, nº. 2.364 de 29 de Novembro de 1999 e nº. 2.718 de 26 de novembro de 2002. Conhecida como *Lei Alcyr Pires Vermelho*, a *Lei Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte* conta com a *Comissão Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte* - COMICE, responsável por coordenar e apreciar os projetos a serem contemplados pelo incentivo financeiro do *Fundo Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte* – FUMICE. Suas receitas são obtidas de mecanismos similares aos utilizados pela *Lei Murilo Mendes*. Para serem aprovados, os projetos têm que estar em conformidade com os critérios determinados pela COMICE, onde se destacam a exequibilidade, consistência, efeito multiplicador, impacto cultural e esportivo e a possibilidade de descentralização das ações culturais ou esportivas.

Criada no ano de 2008, em Senador Firmino, cidade de 7 019 habitantes (IBGE, 2007), a Lei nº. 1085, instituiu o *Fundo de Proteção ao Patrimônio Cultural* – FUMPAC com a finalidade de prestar apoio financeiro, em caráter suplementar, a projetos e ações destinados à promoção, manutenção e conservação do patrimônio cultural local. Apesar de seus fins se destinarem somente à proteção do patrimônio material já é considerada relevante em prol do incentivo à cultura.

O improvável acontece com relação a lei de incentivo à cultura no município de Cataguases. Apesar de ser uma cidade de reconhecido investimento em atividades culturais, seja através das leis estaduais, federais ou da longa tradição em investimento em cultura pela iniciativa privada, Cataguases não contava com uma lei de incentivo municipal até o início de 2009. A cultura era regulamentada por um compêndio municipal que abrangia além desta, esporte, lazer, turismo com decretos de tombamento e leis simplificadas que aprovaram conselhos culturais inexistentes.

Tentativas de mudar o panorama cultural na cidade já tinham sido feitas sem sucesso pelo legislativo municipal em 2002 quando propôs, através de um projeto de lei, a criação da Lei nº. 3131, denominada *Lei Francisco Inácio Peixoto*, que disporia sobre incentivo fiscal para a realização de projetos culturais e esportivos, no âmbito municipal. A receita a ela

destinada, corresponderia a até 20% dos valores devidos mensalmente pelos contribuintes do Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza – ISSQN – e sobre o Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU – na proporção de até 30% ao ano. Além do incentivo fiscal, a lei determinaria a criação do *Fundo de Projetos Culturais*. Apesar, de ser necessária, a Lei nº. 3131, não foi regulamentada pelo executivo por sua inaplicabilidade. Os recursos destinados a ela através dos impostos seriam insuficientes para a manutenção dos projetos culturais apresentados. Desta forma, a *Lei Francisco Inácio Peixoto*, ainda que exista legalmente, não pôde ser aplicada.

Em 2009, liderada pelo vereador Vanderlei Teixeira Cardoso, surge mais uma iniciativa na tentativa de subsidiar recursos à cultura na cidade. Desta vez é criado o Programa Municipal de Incentivo à Cultura, denominada *Lei Ascânio Lopes*, que propõe que o município destine um percentual do seu orçamento anual para o financiamento da cultura em Cataguases:

As leis de incentivos fiscais não são boas porque as empresas não liberam dinheiro com facilidade. Aí fica lá o autor competente, mas desconhecido, com o pires vazio na mão. O nosso programa democratizará e facilitará o acesso dos artistas de Cataguases ao patrocínio de suas obras, independente de currículo ou classe social.⁵⁸
(CARDOSO, 2009).

Criada nos termos das leis *Murilo Mendes* de Juiz de Fora e *Alcyr Pires Vermelho* de Muriaé, a *Lei Ascânio Lopes*, nº. 3.746/2009 foi regulamentada pelo decreto nº. 3.609/2009. Seus proventos serão disponibilizados pela Secretaria Municipal de Fazenda, até o dia 30 de junho de cada ano à Secretaria Municipal de Cultura. O valor total do investimento equivale a 0,25% do Orçamento do Município, para composição do *Fundo Municipal de Incentivo à Cultura* e financiamento dos projetos aprovados pela *Comissão Municipal de Incentivo à Cultura*. Em junho de 2010 o fundo deverá contar com cerca de R\$ 185 mil e cada proponente poderá pleitear até R\$ 12 mil por obra apresentada.

Cataguases é hoje órfã no que se refere a incentivos fiscais municipais e assim dependente da mobilização da iniciativa privada e dos benefícios concedidos pelas leis estaduais e federais, que muitas vezes não chegam às cidades do interior como já descrito com exatidão neste estudo.

⁵⁸ Comunicação à autora.

As leis municipais de incentivo à cultura para municípios de menor porte são de extrema relevância, principalmente quando se leva em consideração que os que as possuem, terminam por se destacar entre as demais mesmo que as receitas a elas destinadas sejam restritas. No entanto, é preciso lembrar dois pontos presentes nas leis aqui analisadas, que as impedem de avançar de forma substancial no fomento a cultura. As leis não são criadas com exclusividade para a cultura, dividindo muitas vezes os recursos a elas destinados com o esporte e o turismo, e quando não o fazem os destinam somente a proteção do patrimônio cultural material. O que os representantes do legislativo, assim como os do executivo, precisam passar a considerar são os bens simbólicos produzidos por artistas consagrados ou não, e não apenas os bens físicos onde podem fixar placas com seus nomes em destaque.

A Reforma da *Lei Rouanet*, do *Fundo Nacional da Cultura*, das leis estaduais que buscam a descentralização dos benefícios, das leis municipais de incentivo são iniciativas que se aplicadas com coerência, podem vir a promover de maneira consistente a cultura no país tornando-a acessível a todos.

Iniciativas como a do Ministério da Cultura de promover a reforma da principal lei de incentivo brasileira, criando mecanismos de participação popular em sua reestruturação, ou a reformulação da lei estadual e do fundo de cultura em Minas Gerais que direciona os incentivos para o interior do Estado trazem benefícios à cultura. Mas, é importante salientar que além dos incentivos, é necessário que os poderes locais criem leis municipais aumentando as verbas em prol da cultura, e sejam dadas orientações a gestores, produtores culturais e artistas sobre as formas de se buscar receitas para seus projetos. São ações que ajudarão a distribuir os recursos presos aos 3% dos incentivados atuais.

Os dados aqui apresentados, eminentemente empíricos, cotejados com as devidas teorias sobre o tema apresentadas no capítulo I são os subsídios para a interpretação das informações recolhidas, assim como diagnósticos, prognósticos e sugestões para as políticas culturais que foram apresentadas no terceiro e último capítulo que se inicia a seguir.

CAPÍTULO III – Análise e Interpretação

O trabalho desenvolvido nesta dissertação teve como objetivo principal o mapeamento das políticas públicas de cultura pelos governos federal, estadual e municipais na Zona da Mata Mineira, assim como a realização de diagnósticos e prognósticos com o intuito de contribuir para seu crescimento e potencialização. Dentre os principais arremates que se chegou através deste estudo, o de maior relevância e que deve ser destacado desde o início, é que quando se associa os resultados das pesquisas quantitativa e qualitativa, constata-se que apesar das constantes queixas quanto à falta de recursos financeiros, infraestrutura, mão de obra qualificada dentre outras sobre os mais variados problemas, as instituições têm realizado nos últimos anos, projetos em prol da cultura na região que conferem às políticas culturais patamar elevado. Para se compreender como se chegou a este diagnóstico, passa-se neste capítulo a explicá-lo pormenorizadamente.

No que se refere à pesquisa quantitativa, os dados reunidos apontaram para conclusões que puderam ser sumariadas destacando os pontos que se considerou de relevância a todos os entrevistados: há um crescimento notório na criação de instituições culturais a partir de 1999; as prefeituras são as principais apoiadoras da cultura, exceção feita à cidade de Cataguases; entre as principais carências institucionais estão a falta de verbas, infraestrutura e pessoal qualificado; o *marketing* cultural é usado por metade das instituições; existe carência de colaboradores com formação superior e os cursos de capacitação oferecidos não levam em conta a atividade que exercem; procura-se dar apoio a diversificados gêneros socioculturais; o percentual de beneficiados é significativo levando-se em consideração o número de habitantes das cidades; e o público alvo possui faixa etária e características distintas, no entanto são nos jovens e na comunidade que as instituições concentram suas atenções quando criam seus projetos.

A parte qualitativa do primeiro questionário apresentou as características das políticas públicas oferecidas às cidades com menos de 40.000 habitantes e através dela pôde-se localizar projetos de que além de beneficiar a cultura, também movimentam a economia local. É o caso do *Festival de Gastronomia e Viola* em Piacatuba, distrito de Leopoldina, do *1º Festival Ataulfo Alves de Samba e Culinária de Botequim* em Miraf, das festas regionais e dos Pontos de Cultura incentivados pelo Governo Federal que buscam a sustentabilidade dos projetos. A importância destas iniciativas está no fato de que, além de proporcionarem

conhecimento, diversão e entretenimento, têm papel de destaque no desenvolvimento humano, social e econômico.

Ainda na primeira entrevista pôde-se diagnosticar o trabalho desenvolvido pelas instituições mantidas por empresas privadas, que tem entre as principais apoiadoras à cultura a *Companhia Industrial Cataguases*, o *Grupo Energisa* e o *Grupo Química Cataguases*. Cataguases é a cidade que mais se beneficia deste modelo de política pública de cultura, e é devido a este fato que se encontra entre as principais cidades que promovem a cultura na região. Apesar das críticas apontadas na tabela 19, de que as empresas privadas devem contribuir mais com recursos próprios e não apenas através de isenção fiscal, o que acontece em Cataguases é exceção, faz a diferença no desenvolvimento de projetos culturais e deve servir de modelo para outras corporações. A empresa que se mobiliza no apoio a projetos culturais além de trazer benefícios para a comunidade onde está inserida, promove seu trabalho e todos se beneficiam.

O poder público já começa a interferir e assim contribuir para sanar os problemas de falta de apoio através de lucro real, com a reformulação das leis de incentivo que já exige que o incentivador invista recursos próprios (3% do valor investido no caso da Lei Estadual de Minas Gerais), e da lei federal que no momento define mudanças que exigirão maior contribuição das empresas. Estas ações buscam equalizar os investimentos fazendo com que parte do faturamento do investidor seja direcionada à cultura e mesmo que não sejam suficientes ou que só venham acontecer a longo prazo, já começaram a despertar o interesse dos empresários e projetos passam a ser incentivados dando início a um futuro de maiores investimentos.

No segundo questionário, eminentemente qualitativo, foram encontradas características peculiares da cultura das seis cidades de maior representatividade em políticas públicas na região - Além Paraíba, Cataguases, Juiz de Fora, Leopoldina, Muriaé e Ubá - e apresenta os esforços na sua promoção entre os municípios. É visível e notória a força da produção cultural nestas localidades e entre os principais motivos para o sucesso das ações estão gestores comprometidos, leis de incentivo municipais, estadual e federal e o empenho de empresas locais.

Quando se pensou no mapeamento destas instituições, Raymond Williams foi a principal referência. Sendo assim, para interpretá-las foi preciso atentar para as noções de hegemonia, cultura e ideologia como parâmetros interpretativos. No que se refere à

hegemonia e à ideologia, a pesquisa mostrou que há certa divergência entre as ideias dos atuais gestores culturais dos municípios com os anteriores e algumas vezes com as instituições privadas. Nos depoimentos, isto se tornou claro quando se registrou o ressentimento pela perda da identidade cultural, por ver as políticas públicas de cultura adormecidas por anos, ou pela indignação por considerar que a cultura promovida na cidade é elitista. Entre as instituições privadas a disputa pela preeminência, quando acontece, se faz discretamente, tanto que não pôde ser diagnosticada através dos questionários.

Para se identificar as políticas públicas de cultura tomou-se como referencial os estudos de Lia Calabre, principalmente aquelas políticas que reconhecem a diversidade de públicos com visões e interesses variados.

No primeiro capítulo estudou-se exaustivamente o conceito de cultura e concluiu-se o óbvio: que seu significado é amplo e abrangente. Destarte, foi preciso delimitar um deles para ser possível estudar as instituições. Segundo Williams, as mais diversas elaborações humanas são cultura por fazerem parte do modo de vida em sociedade e que sendo assim, o conceito de cultura como modo de vida não exclui o de produções artísticas, pois em ambas o valor atribuído está no significado coletivo. Logo, visto que a arte é cultura, foi ela o grande foco desta análise.

A arte trabalhada e estimulada nestas instituições não é estática, constitui-se em um processo que visa o crescimento e ampliação dos seus mais diversificados segmentos, não é mercantilizada nos moldes da indústria cultural e o trabalho que desenvolvem tem a capacidade de a médio e a longo prazo, fazer com que as pessoas deixem o estado de apatia cultural e possam ter a real liberdade de escolha entre os produtos culturais tornando assim, o fosso cultural, citado por Salgado e exposto no primeiro capítulo, menos largo e profundo.

No que se refere ainda à indústria cultural, a pesquisa demonstrou que determinadas falas como as dos representantes da cultura de Ubá, buscam valorizar particularmente produções artísticas que não se identificam com a indústria cultural como o folclore ou o artesanato. Também fora do mercado da cultura está a cidade de Além Paraíba onde seu coordenador, por falta de mão de obra qualificada, transita entre os mais variados projetos, desdobrando-se para atender as demandas como faziam o escritor-editor, o literato-jornalista, o antropólogo-radialista, o jornalista-crítico-literário, lembrados por Ortiz no livro *Mundialização da Cultura*.

O seguimento empírico da teoria neste livro de Renato Ortiz sobre a mundialização da cultura aparece na declaração do superintendente de cultura de Juiz de Fora sobre a busca de inspiração em viradas culturais internacionais, e no depoimento da gestora cultural de Leopoldina sobre a importância de se “copiar”. São relevantes demonstrações de que as dimensões globais superam as nacionais como afirma o estudioso.

A pesquisa comprovou que nestas cidades as políticas públicas de cultura buscam estimular a diversidade cultural, além de oferecer atrações artísticas variadas para que as pessoas sejam livres e passem a ter condições de optar entre o que lhes mais agrada. As iniciativas das cidades vêm de encontro ao que prega o secretário estadual de cultura de Minas Gerais, Bernardo Brant. Durante o *Fórum Diversidades Criativas* em Cataguases, ele definiu o termo “bulimia cultural” como uma forma de desinteresse cultural por falta de conhecimento. O indivíduo diagnosticado com os sintomas desta “enfermidade” pode ser apresentado a diversos tipos de arte, mas não vai se interessar, porque não foi apresentado. Por outro lado, um erudito pode gostar de músicas de teor menos refinado e isto não alterará sua condição. A possibilidade de se realmente escolher que tipo de música ouvir, que filme assistir, que livro ler, optar por uma peça de teatro ao invés dos programas vespertinos dos domingos é clara representação de liberdade que as instituições estudadas buscam proporcionar.

Ainda com relação à promoção da diversidade cultural deve-se, no entanto cuidar, para que não seja realizada com o objetivo de intensificar a distinção, mas como forma de valorização das culturas. Como defendeu Sérgio Paulo Rouanet, quando ainda Secretário Nacional de Cultura:

o que existe, de fato, é uma certa insensibilidade aos problemas reais das classes subalternas. As pessoas que acreditam nessa dicotomia se movem numa espécie de bilinguismo cultural. São pessoas que vão assistir a uma ópera de Mozart no *Festival de Salzburg* e, quando voltam para o Brasil, participam do desfile de uma escola de samba. Essas mesmas pessoas, que se movem com tanta desenvoltura entre os dois universos culturais, querem condenar as classes populares ao monolinguismo, a se moverem apenas no universo da música sertaneja – que aliás, é um fenômeno de classe alta. Gosto de broa de milho e não rejeito a *madeleine* de Proust. Vamos ser ecumênicos e degustar as duas iguarias. (Rouanet in REIS, 2003, p.146).

A existência de um círculo vicioso, no qual a falta de conhecimento das artes clássicas leva a uma falta de contato e interesse pelas mesmas, o que por sua vez contribui para

perpetuar sua falta de conhecimento é um problema sério, mesmo que passível de solução por estas instituições. Não se pode gostar do que não se conhece, sendo assim, a política cultural não deve estimular as pessoas a adquirir o gosto por um tipo de arte, mas sim oferecer-lhes a oportunidade de experimentar diversas formas de manifestações artísticas. Somente assim elas poderão exercer seu livre arbítrio na participação em uma e em outra forma de arte, em vez de consumir o que conhecem, simplesmente por não terem entre o que optar. Como lembram Heilbrum e Gray, citados por Ana Carla Fonseca Reis no livro *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*, “a ignorância das artes está evitando que muitas pessoas vivenciem coisas que elas adorariam, se simplesmente soubessem que existem” (Heilbrum&Gray in REIS, 2003, p. 146).

Estando os teóricos aqui estudados, resguardados pelo comprometimento científico, suas ideias atuais e, portanto adequadas ao contexto hodierno faz-se então necessário, refletir sobre a posição tomada pelas instituições promotoras de cultura na modernidade, sejam elas servidas por verbas do poder público, do mecenato ou de empresas privadas através ou não de leis de incentivo à cultura. E ao se buscar maneiras para contribuir com o assunto, como fez Machado em 1982 durante o seminário *Estado e Cultura no Brasil* organizado por Sergio Miceli, criou-se uma série de questões que podem servir de estímulo à reflexão, ação essencial e urgente. Acredita-se que se tais indagações puderem ser colocadas em uma agenda para debates formando uma espécie de esfera pública nos moldes habermasianos⁵⁹ se conseguirá avanço:

1. As instituições, que se denominam promotoras de cultura, vêm realmente fazendo o que se propõem ou incluem-se na indústria cultural capitalista? Como não ser interpelado por ela?
2. O que fazer diante de ações como o uso indevido da *Lei Rouanet*, criada com o objetivo de alavancar a cultura, e hoje utilizada muitas vezes com fins unicamente comerciais? Os abusos vão de exemplos famosos como o *Cirque du Soleil* e revista *Bravo!* beneficiados pela lei e que cobram preços exorbitantes do consumidor final, até festas de final de ano com propaganda de supermercados nas mesas.
3. A arte que é oferecida às pessoas pelas instituições promotoras de cultura promove a diversidade de gêneros culturais? De estilos?

⁵⁹ Sobre esfera pública ver *Mudança Estrutural da Esfera Pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa* de Jürgen HABERMAS. Bibliografia completa no final desta dissertação.

4. Os preceptores culturais, representantes destas instituições, estão preparados para promover a arte e a cultura nos seus mais diversificados segmentos? Poderão promover a integração direta entre os segmentos numa concepção de políticas públicas? Conhecerão o conceito de políticas públicas de cultura? Conseguirão avaliá-las, monitorá-las, criar instrumentos para sua aplicação?
5. Qual o tipo de treinamento a se oferecer ao preceptor cultural para que, além de promover a arte de qualidade, possa contribuir com a compreensão da identidade do indivíduo?
6. O que fazer quando as próprias instituições diferenciam a cultura através das classes sociais? Cultura erudita? Cultura popular?
7. O que são políticas públicas de cultura e como promovê-las no intuito de atrair consumidores de cultura que ainda não compreendem a importância dos bens culturais?
8. Como retirar o indivíduo de seu estado de alienação causado pela indústria cultural e contribuir para que realmente exerça sua capacidade intelectual?
9. As empresas que fazem uso das leis de incentivo, ao criar espaços de promoção da cultura, realizam seu discurso na prática ou se tornam meios diversificados de manipulação dos que detêm o poder?
10. Como conscientizar os políticos e a comunidade sobre a importância dos bens simbólicos, do conhecimento e da cultura em geral?

As sugestões proferidas são modestas posições de uma iniciante nos estudos das políticas públicas de cultura, que deseja com veemência contribuir para a elevação e consolidação da cultura entre os indivíduos, longe de manipulações, de minimalismos e qualquer outra forma de redução da cultura. E mesmo consciente das limitações de suas sugestões, sustenta-se em Weber, desta vez em *A Ciência como Vocação*, ao ter a expectativa de ainda poder enriquecê-las, pois como nos lembra o mestre:

seja como for, as ideias nos acodem quando não as esperamos e não quando, sentados à nossa mesa de trabalho, fatigamos o cérebro a procurá-las. É verdade, entretanto que elas não nos ocorreriam se, anteriormente, não houvéssemos refletido longamente em nossa mesa

de estudos e não houvésemos, com devoção apaixonada, buscado uma resposta. (WEBER, 1983, p. 26).

Quanto ao futuro das políticas públicas culturais na Zona da Mata Mineira a pesquisa mostra que a preservação patrimonial, o folclore, o artesanato, o teatro, as artes plásticas e o audiovisual são as que terão maior incentivo. A tendência é que as instituições já existentes cresçam e que novas sejam criadas através das leis de incentivo, que passam alcançar o interior do Estado, e do poder público. No entanto, há que se ressaltar que para que obtenham sucesso e atinjam seus objetivos serão necessários também investimentos imateriais, como a capacitação de seus gestores e colaboradores, a compreensão de políticos e da comunidade local sobre a importância das produções de bens e serviços culturais, destacando que estas devem ser continuadas e trabalhem a diversidade. E por fim, para tornar as instituições culturais representativas e transformá-las em ambientes formadores de opinião onde a sociedade civil poderá discutir com propriedade seus interesses, passar a pensá-las como pontos de encontro da esfera pública, como tanto deseja Habermas.

Caminha-se para o fim desta explanação, sem receio de torná-la repetitiva e/ou pretensiosa, tendo mais uma vez em Weber, a idealização de novas maneiras de agir no que se refere à arte. Para se promover a cultura é preciso vocação, é preciso vontade, é preciso gosto. Para Weber:

só aquele que se coloca pura e simplesmente *ao serviço de sua causa* possui, no mundo da ciência, ‘personalidade’. E não é somente nesta esfera que assim acontece. Não conheço grande artista que haja feito outra coisa que não o colocar-se ao serviço da causa da arte e dela apenas. (WEBER, 1983, p. 27).

E mesmo aqueles que não foram agraciados com o dom da produção artística, mas encontram-se em situação de controle sobre o que será produzido, o que será apreciado e o que será consumido devem possuir vocação “pela causa”. Pouco se conseguirá se a responsabilidade pela cultura for posta em mãos dos que só visam o lucro e o poder. O ideal seria se ao artista fosse dado o controle e como desejou Weber: a arte se elevasse a ciência e o artista ao nível de um doutor.

Acredita-se que para uma sociedade enriquecer é preciso que as pessoas sejam cultas; que o país será mais rico quanto melhor forem as pessoas; que a cultura é fundamental para o desenvolvimento da sociedade; e que não há desenvolvimento econômico que menospreze,

que agrida a tradição cultural. Só o contato com uma obra de arte, a literatura ou qualquer outra manifestação artística-cultural faz repensar, enriquece o indivíduo. É simplesmente injusto que bens culturais sejam restritos a poucos.

Neste ponto encerra-se as observações do último capítulo desta dissertação, o que definitivamente não dá fim às reflexões sobre o tema, sobre o qual ainda se pode muito discutir. Nas próximas linhas encontra-se a conclusão do trabalho construída através de recapitulação sintética dos pontos que o estudo demonstrou, seguida de seus limites e desdobramentos futuros que podem vir a ser a complementação ao estudo. Fechando o trabalho estão a bibliografia e os anexos compostos de cartas de apresentação, questionários, endereço de instituições e das legislações que beneficiam a Zona da Mata Mineira.

CONCLUSÃO

Sonhos estão sendo cultivados. Esta convicção é o mínimo que se pôde absorver através do contato com tantos jardins espalhados pela Zona da Mata Mineira. O cenário das políticas públicas de cultura na região encontra-se em plena primavera, o sol brilha e a chuva irriga os canteiros cuidados com tanto carinho por jardineiros que não se cansam de revolver e adubar a terra tornando-a mais fértil e farta.

Os teóricos estudados no primeiro capítulo, essenciais para a formação de base sólida para todo o trabalho, mostraram que cultura é muito mais do que artes, é a maneira de viver, o jeito de ser, que não existe cultura melhor ou mais importante que a outra. Foi também com base em suas reflexões que se procurou entender o poder do conhecimento para o empoderamento do indivíduo, da influência da cultura globalizada em sua formação intelectual e o que se tem realizado para as políticas públicas de cultura nacionais.

No segundo capítulo pôde-se ter descrições detalhadas do que vem sendo feito para a promoção da cultura na Zona da Mata Mineira. Diagnosticou-se os problemas orçamentários, de infraestrutura, de mão de obra qualificada tanto para desenvolver os projetos, quanto para captar recursos e mantê-los, das cidades de menor porte que ainda não fazem o mínimo pela cultura local, dentre outros que assombram os trabalhadores da cultura. Apesar disto, o que ainda faz os mineiros sonharem e que a pesquisa também mostrou é que existem empresários, políticos e anônimos engajados no desenvolvimento da cultura e que muitas vezes se unem em prol sucesso do trabalho, que municípios de menos de 20 mil habitantes possuem modelos de ações culturais, que as leis de incentivo começam a ser reformuladas e a alcançar o interior do Estado, que a diversidade cultural é pauta fundamental nas políticas públicas, e que devido a tudo isto a cultura passa a ser reconhecida e valorizada levando o povo de Minas a “mover suas máquinas de sonhos” como ensinou seu conterrâneo Murilo Mendes.

O trabalho culmina com a análise e interpretação destes dados, no terceiro e último capítulo, que levou a previsões e sugestões para políticas públicas futuras no intuito de deixar sua contribuição, mesmo que limitada.

A carência deste trabalho está principalmente na ausência de estudos dos mecanismos de poder, nos moldes focaultianos, exercidos pelas instituições promotoras de cultura. Não que ele não esteja discutido aqui, mas tem pontos importantes, que por falta de tempo hábil

não foram tocados, problematizados. Devido a isto, fica o convite para futuros pesquisadores contemplarem a lacuna, visto que este já alcança um número substancial de informações.

O que se pretendeu com o mapeamento e com o estudo aprofundado das instituições culturais, assim como a análise das políticas públicas de cultura, não foi contribuir para que os cidadãos se tornem meros consumidores de cultura, mas que possam em sua plenitude apropriar-se do conhecimento, reconhecer-se em sua cultura, além de contribuir para que as políticas públicas culturais se consolidem e se qualifiquem na Zona da Mata Mineira. E na certeza de ter alcançado seu objetivo, encerra-se.

BIBLIOGRAFIA

ARRUDA, Maria A. do Nascimento. **Mitologia da Mineiridade – o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

_____ “A Política Cultural – Regulação Estatal e Mecenato Privado.” in **Tempo Social– Revista de Sociologia da USP**, p. 179-192. São Paulo: USP, 2003.

_____ “Pensamento Brasileiro e Sociologia da Cultura – questões de interpretação”. in **Tempo Social – Revista de Sociologia da USP**, p. 108-118. São Paulo: USP, 2004.

_____ **A Embalagem do Sistema – a publicidade no capitalismo brasileiro**. Bauru, SP: Edusc, 2004.

_____ “Empreendedores Culturais Imigrantes em São Paulo de 1950.” in **Tempo Social– Revista de Sociologia da USP**. Vol. 17/nº1, p. 135-158. São Paulo: USP, 2005.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER. “A Indústria Cultural: esclarecimento como mistificação das massas”, in **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987.

BASTOS, Elide Rugai. **Conversas com Sociólogos Brasileiros**. São Paulo: Ed. 34, 2006.

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo, Ed. Brasiliense: 1987.

BONNEWITZ, Patrice. **Primeiras Lições sobre a sociologia de P. Bourdieu**. Petrópolis: Vozes, 2003,

BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____ **A Distinção – crítica social do julgamento**. São Paulo/Porto Alegre: Edusp/Zouk, 2007.

BRANTE, Thomas. **Consequências do Realismo na Construção de Teoria Sociológica. Sociologia - Problemas e Práticas**. Lisboa, 2001.

BROCKMANN MACHADO, Mario. “Notas sobre Política Cultural no Brasil” in: MICELI, SÉRGIO (org). **Estado e Cultura no Brasil**. São Paulo: IDESP, 1984.

CALABRE, Lia. **Políticas Culturais no Brasil – balanço e perspectivas**. Salvador: Paper apresentado no 3º Encontro de Estudos Multidisciplinares em cultura, 2007.

COHN, Gabriel. “A concepção oficial da política cultural nos anos 70” in: MICELI, SÉRGIO (org). **Estado e Cultura no Brasil**. São Paulo: IDESP, 1984.

COSTA, Carlos Roberto. **A Revista no Brasil, o Século XIX**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

_____. “As Revistas de Cultura do Século XIX”. **Revista Cult**, São Paulo, out. 2008. Ensaio, p. 19.

EAGLETON, Terry. **A Ideia de Cultura**. São Paulo: UNESP, 2005.

FILHO, Ciro Marcondes. “A Análise do Produto Cultural”, in: FERNANDES, Florestan (coord.) e FILHO, Ciro Marcondes (org). **Dieter Prokop**. São Paulo: Ática S. A, 1986.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade II - o uso dos prazeres**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

_____. **História da Sexualidade III - o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

_____. **Vigiar e Punir - nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1987.

_____. **História da Sexualidade I - a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Em Defesa da Sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

_____. **As palavras e as Coisas – uma arqueologia das ciências humanas**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

GOLDMANN, Lucien. **A Sociologia do Romance**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Corpo e Forma – ensaios para uma crítica não-hermeneutica**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998.

HABERMAS, Jürgen. **A Mudança Estrutural da Esfera Pública - investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil – sua história**. São Paulo: Edusc, 2005.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 10/05/2008 a 31/01/2009.

JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO. São Paulo, 11/05/2008 a 01/02/2009.

JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO. São Paulo, 11/05/2008 a 01/02/2009.

JORNAL O GLOBO. Rio de Janeiro, 10/05/2008 ao 31/01/2009.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

MANNHEIM, Karl. “O Problema Sociológico das Gerações”, in **Coleção Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: Ática, 1982.

MICELI, Sérgio. **Estado e Cultura no Brasil**. São Paulo: IDESP, 1984.

_____. **Intelectuais à Brasileira**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

_____ “Bourdieu e a Renovação da Sociologia Contemporânea da Cultura”. in **Tempo Social – Revista de Sociologia da USP**. p. 63-79. São Paulo: USP, 2003.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a Banca de Revistas - a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho D'Água/Fapesp, 2001.

ORTIZ, Renato. “As Ciências Sociais e a Cultura”. in **Tempo Social– Revista de Sociologia da USP**. p. 19-32. São Paulo: USP, 2002.

_____ **A Moderna Tradição Brasileira - cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

_____ **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

REIS, Ana Carla Fonseca, **Marketing Cultural e Financiamento da Cultura - teoria e prática em um estudo internacional comparado**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

REVISTA BRAVO!. São Paulo, edições do nº. 123 de 11/2007 ao nº. 137 de 01/2009.

REVISTA CULT. São Paulo, Edições do nº. 123 de 04/2008 ao nº. 137 de 01/2009.

REVISTA ÉPOCA: São Paulo, p. 22-26, edição nº. 367 de 30/05/2005.

REVISTA PIAUÍ. Rio de Janeiro, Edições do nº. 19 de 04/2008 ao nº. 28 de 01/2009.

ROSENBERG, Morris. **A Lógica da Análise do Levantamento de Dados**. São Paulo: Cultrix, 1976.

SALGADO, Gilberto B. **O Imaginário em Movimento – crescimento e expansão da indústria editorial no Brasil (1960 – 1964)**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1995.

_____ **Fabulação e Fantasia – o impacto da hipermídia no universo simbólico do leitor**. Juiz de Fora: UFJF, 2005.

_____ **Desigualdades Culturais e Modernidade Periférica**.

Caxambu: Paper apresentado no 31º Encontro Anual da ANPOCS, 2007.

SILVA, Paulo Sérgio de Souza e. **Políticas Culturais e Arquivos Públicos - difusão cultural, acesso e preservação do patrimônio cultural em Minas Gerais - 1995-2005**.

Dissertação (Mestrado em História) Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2008.

SILVA JUNIOR, A. R. “Cultura: a palavra e as ideias”. **Sociedade e Estado**. Brasília, v. 23, n.1, p.171-178, jan./abril, 2008.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUZA JÚNIOR, Fabiano Moreira de. **Os Festivais da Canção de Muriaé e os Movimentos Musicais das Décadas de 60 e 70**. Muriaé: FAMINAS, 2008.

WEBER, Max. “Rejeições Religiosas do Mundo e suas Direções” in: GERTH H. H. e MILLS, Wright (org). **Ensaio de Sociologia**. 5ª edição. São Paulo: LTC Editora, 1982.

_____ “A Ciência como Vocação” in **Ciência e Política - duas vocações**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1983.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro, Zahar, 1979.

_____ **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

WRIGHT, Erik et alli. **Reconstruindo o Marxismo - ensaios sobre a explicação e teoria da história**. Rio de Janeiro: Vozes, 1993.

LEGISLAÇÃO

LEI Nº 7.505, de 02/07/1986 – **Lei Sarney**.

LEI Nº 8.313, de 30/12/1991 – **Lei Rouanet**.

LEI Nº 8.525, de 27/08/1994 – **Programa Cultural Murilo Mendes**.

LEI Nº 12.733, de 30/12/1997 – **Lei de Incentivo à Cultura do Estado de Minas Gerais**.

LEI Nº 3.004 de 19/06/2000 – **Lei de Incentivo à Cultura do Município de Ubá**.

LEI Nº 13.803 de 27/12/2000- **Lei Robin Hood**.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CATAGUASES – **Legislação Cultural e Ambiental de Cataguases** – 2004.

LEI Nº 15.975, de 12/01/2006 – **Fundo Estadual de Cultura – MG**.

LEI Nº 3.202, de 09/03/2006 – **Programa Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte – Lei Alcyr Pires Vermelho**.

LEI Nº 3.571, de 06/03/2007 – **Fundo Municipal do Patrimônio Cultural de Ubá**.

LEI Nº 17.615, de 04/07/2008 – **Lei Estadual de Incentivo à Cultura – MG**.

LEI Nº. 1085 – **Fundo Municipal de Proteção ao Patrimônio Cultural de Senador Firmino**.

LEI Nº. 3.746/ de 09/06/2009 – **Lei Ascânio Lopes**.

ENTREVISTADOS DURANTE A PESQUISA QUALITATIVA

1. Antônio Carlos Siqueira Dutra - Superintendente da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage de Juiz de Fora.
2. Aparecida Camiloto – Secretária de Cultura, de Esportes e Turismo e Cassius Lopes – Gestor Cultural de Ubá
3. Gilca Maria Hubener Vieira Napier – Superintendente da Fundação de Cultura e Artes de Muriaé.
4. José Luiz Batista – Coordenador do Departamento Municipal do Patrimônio Histórico e Artístico de Cataguases.
5. Marisa Beghine de Freitas – Secretária de Cultura e Turismo de Cataguases.
6. Pedro Augusto Rocha Costa – Coordenador do Departamento de Cultura de Além Paraíba.
7. Valéria Equi Benatti Bartoli e Rosângela Lima – Gestoras na Secretaria de Educação e Cultura da cidade de Leopoldina.
8. Vanderlei Teixeira Cardoso – Vereador de Cataguases na gestão 2009-2012.

WEBGRAFIA

- [http://www.asminasgerais.com.br/frame.asp?urlconteudo=http%3A%2F%2Fwww%2Easminasgerais%2Ecom%2Ebr%2FZona%2520da%2520Mata%2FUnivlerCidades%2Findex%2Ehtm/Capturado no período de Outubro a Novembro de 2008](http://www.asminasgerais.com.br/frame.asp?urlconteudo=http%3A%2F%2Fwww%2Easminasgerais%2Ecom%2Ebr%2FZona%2520da%2520Mata%2FUnivlerCidades%2Findex%2Ehtm/Capturado%20no%20per%C3%ADodo%20de%20Outubro%20a%20Novembro%20de%202008)
- [http://www.almg.gov.br/ \(Capturado no período de Outubro a Novembro de 2008](http://www.almg.gov.br/)
- [http://bravonline.abril.com.br/capturado no período de Maio de 2008 a Fevereiro de 2009](http://bravonline.abril.com.br/capturado)
- [http://www.digestivocultural.com/entrevistas/entrevista.asp?codigo=8/Capturado em Janeiro de 2009](http://www.digestivocultural.com/entrevistas/entrevista.asp?codigo=8/Capturado)
- [http://www.estadao.com.br/arteelazer/Capturado no período de Maio de 2008 a Fevereiro de 2009](http://www.estadao.com.br/arteelazer/Capturado)
- [http://www.sambaebotequim.com.br/Capturado em outubro de 2009](http://www.sambaebotequim.com.br/Capturado)
- [http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ apturado no período de Maio de 2008 a Fevereiro de 2009](http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/)
- [http://www.funalfa.pjf.mg.gov.br/home.php/Capturado no período de Janeiro e Março de 2009](http://www.funalfa.pjf.mg.gov.br/home.php/Capturado)
- [http://www.fundabrinq.org.br/Capturado no período de Outubro de 2008 a Outubro de 2009](http://www.fundabrinq.org.br/Capturado)
- [http://www.fjp.gov.br/produtos/cees/robin_hood/Capturado no período de Janeiro a Fevereiro de 2009](http://www.fjp.gov.br/produtos/cees/robin_hood/Capturado)
- [http://www.casasimao.org.br/Capturado no período de Janeiro e Março de 2009](http://www.casasimao.org.br/Capturado)
- [http://www.fundartemuriae.com.br/Capturado em Julho de 2009](http://www.fundartemuriae.com.br/Capturado)
- [http://www.ibge.gov.br/Capturado no período de Fevereiro e Outubro de 2009](http://www.ibge.gov.br/Capturado)
- [http://www.jornada.mg.gov.br/patrimonio.php?pag_atual=3&/Capturado em Setembro de 2009.](http://www.jornada.mg.gov.br/patrimonio.php?pag_atual=3&/Capturado)
- [http://www.fabricadofuturo.org.br/Capturado no período de Janeiro e Março de 2009](http://www.fabricadofuturo.org.br/Capturado)
- [http://www.chica.com.br/noticias/noticias.htm/Capturado no período de Janeiro a Março de 2009](http://www.chica.com.br/noticias/noticias.htm/Capturado)
- [http://jbonline.terra.com.br/editorias/cultura/ideiaselivros.asp/Capturado no período de Maio de 2008 a Fevereiro de 2009](http://jbonline.terra.com.br/editorias/cultura/ideiaselivros.asp/Capturado)
- [http://www.newton.freitas.nom.br/artigos.asp?cod=91/Capturado em Janeiro de 2009](http://www.newton.freitas.nom.br/artigos.asp?cod=91/Capturado)
- [http://www.cultura.gov.br/site/Capturado no período de Junho de 2008 a Fevereiro de 2009](http://www.cultura.gov.br/site/Capturado)
- [http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/Capturado período de Maio de 2008 a Fevereiro de 2009](http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/Capturado)
- [http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_08/rbcs08_resenhas.htm/Capturado em Agosto de 2009](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_08/rbcs08_resenhas.htm/Capturado)

<http://www.prefeituradealemparaiba.com.br/Capturado> em Setembro de 2009

<http://www.vicosa.mg.gov.br/Capturadoem> Setembro de 2009

<http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/Capturado> no período de Janeiro a Fevereiro de 2009

<http://revistacult.uol.com.br/novo/Capturado> no período de Maio de 2008 a Fevereiro de 2009

<http://www.revistapiaui.com.br/Capturado> no período de Maio de 2008 a Fevereiro de 2009

<http://veja.abril.com.br/250701/entrevista.html/Capturado> em Agosto de 2009

http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_26/rbcs26_resenhas.htm/Capturado em Agosto de 2009

<http://www.cultura.mg.gov.br/?task=capa/Capturado> no período de Janeiro a Fevereiro de 2009

<http://www.redenetmail.com.br/serginhorock/Capturado> em Julho de 2009

ANEXO 1 – Cartas



Prezados Gestores Sócio-Culturais,

Sou mestranda em Sociologia pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), onde estudo políticas públicas de cultura e um dos meus objetivos é fazer o mapeamento das instituições promotoras de cultura na Zona da Mata Mineira. Para isto, conto com sua preciosa colaboração respondendo esta entrevista. Suas respostas serão de crucial importância na composição de meu projeto de pesquisa intitulado “O Cultivo de Sonhos: Uma Cartografia das Políticas Públicas de Cultura da Zona da Mata Mineira” que será defendido nesta Universidade para obtenção de grau de mestra.

Solicito, assim, que o Gestor desta instituição ou algum de seus membros faça a gentileza de respondê-la e em seguida devolvê-la ao remetente. Junto a esta, seguem cartas de apresentação da UFJF assinada por meu orientador, Professor Doutor Gilberto Barbosa Salgado e do Instituto Francisca de Souza Peixoto, assinada por seu Gestor Executivo, Marcelo Inácio Peixoto.

Faz-se importante salientar que após a defesa, pública, todas as informações reunidas comporão banco de dados disponível aos colaboradores.

Certa de sua compreensão e colaboração desde já agradeço.

Atenciosamente.

Cataguases, outubro de 2008

Andréa Vicente Toledo Abreu

andrea@chica.com.br

(32) 3421-4910 - 3421-5378 - 8406-8184



Prezados Gestores Sócio-Culturais,

Meu nome é Gilberto Barbosa Salgado, sou professor e pesquisador do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), onde leciono no mestrado e no doutorado em Ciências Sociais.

Apresento-lhes ANDREA VICENTE TOLEDO ABREU, minha orientanda de mestrado, que está elaborando a dissertação intitulada “O Cultivo de Sonhos: Uma Cartografia das Políticas Públicas de Cultura da Zona da Mata Mineira”, cujo questionário, ora em tela, pertence à parte metodológica do estudo.

Certo de sua compreensão e auxílio no preenchimento do mesmo, subscrevo-me atenciosamente,

Juiz de Fora, outubro de 2008

Gilberto Barbosa Salgado

(32) 9988-3540

gbsalgado@terra.com.br

Prezados Gestores Sócio-Culturais,

Eu, Marcelo Inácio Peixoto, gestor executivo do Instituto Francisca de Souza Peixoto, instituição que visa a democratização cultural, cuja mantenedora é a Companhia Industrial Cataguases, venho por meio desta solicitar a gentileza de sua Instituição responder o questionário anexo.

Esta pesquisa está sendo realizada pela colaboradora do Instituto Francisca de Souza Peixoto, ANDRÉA VICENTE TOLEDO ABREU, como parte de seu projeto de mestrado, em todos os municípios da Zona da Mata Mineira e tem por objetivo o mapeamento das Instituições promotoras de cultura.

Certo de sua compreensão e colaboração agradeço e me coloco a disposição para o esclarecimento que se fizer necessário sobre a pesquisadora.

Atenciosamente.

Cataguases, outubro de 2008

Marcelo Inácio Peixoto
instituto@chica.com.br
(32)3421-4910
www.chica.org.br

ANEXO 2 – Questionários**Pesquisa quantitativa:****Questionário (Auto – Resposta)**

1. Nome da Instituição:

2. Nome de fantasia: _____

3. Natureza Jurídica:

Associação

Fundação

Prefeitura

4. Sem fins lucrativos:

Sim

Não

5. Mantenedor(a): _____

6. Fundadores: _____

7. Ano de Fundação: _____

8. Principais gestores culturais:

9. Gestor Executivo (presidente):

10. Endereço comercial completo, incluindo telefones, email e site:

11. Número atual de colaboradores: _____

12. Número de colaboradores sem formação superior: _____

13. Número de colaboradores com formação superior: _____

14. A Instituição possui colaboradores com formação superior em: (escolha as alternativas que se aplicarem).

- Administração
- Arquitetura
- Artes
- Ciências Contábeis
- Ciências Sociais
- Comunicação
- Designer
- Publicidade e Propaganda
- Engenharias
- História
- Letras
- Normal Superior
- Pedagogia
- Psicologia
- Serviço Social
- Sistema de Informação/Ciência da Computação
- Outro(s). Qual (is)? _____

15. A instituição se beneficia da isenção de pagamento dos direitos trabalhistas a seus colaboradores através de:

- Cooperativa
- RPA (trabalho autônomo)
- Não se beneficia

16. Quanto ao pró-labore, a instituição possui colaboradores: (escolha as alternativas que se aplicarem).

- Remunerados através da instituição
- Remunerados através de parcerias
- Voluntários
- Estagiários

17. A instituição oferece a seus colaboradores cursos de atualização:

- A cada seis meses
- Anualmente
- Sempre que se faz necessário
- Esporadicamente
- Não oferece

18. Estes cursos são:

- Oferecidos de acordo com a formação do colaborador;
- Oferecidos de acordo com o tipo de atividade que o colaborador exerce na instituição;
- Oferecido a todos os colaboradores, independente de sua formação e/ou atuação;
- Oferecido de acordo com o interesse do colaborador;
- Todas as alternativas anteriores
- Não oferece

19. Sobre a elaboração de projetos a serem desenvolvidos pela instituição? Sua criação ou sugestão é feita:

- Pelos colaboradores
- Analisam-se projetos oferecidos por terceiros
- Ambas alternativas

20. Por favor, assinale os gêneros sócio-culturais com as quais a Instituição trabalha:
(escolha as alternativas que se aplicarem).

- Artes Plásticas
- Arquivos Públicos
- Artesanato
- Áudio Visual (cinema, web, música).
- Bandas
- Bibliotecas
- Dança
- Direito de grupos e minorias
- Economia Solidária

- Educação e Pesquisa
- Esportes e Recreação
- Gastronomia
- Leitura
- Literatura
- Meio Ambiente
- Museus
- Música
- Novas Tecnologias
- Teatro
- Outro(s). Qual(is)? _____

21. Quais dos projetos oferecidos pela instituição são mais significativos e apresentam maior visibilidade?

- 1º - _____
- 2º - _____
- 3º - _____

22. No que se refere à promoção de eventos culturais a instituição geralmente apóia: (escolha as alternativas que se aplicarem).

- Cinema
- Eventos Literários
- Feiras Artesanais
- Festival gastronômico
- Folclore
- Música
- Peças teatrais
- Seminários, congressos, encontros
- Outro(s). Qual (is)? _____

23. No que tange a localização, a aplicação dos projetos se dá:

- Na própria Instituição;
- Em locais públicos como praças, parques e ruas;
- Em espaços criados com este objetivo como museus, teatros e casas de cultura;
- Em clubes, campos de futebol.
- Outro(s). Qual (is)? _____

24. Com relação à estrutura física, a sede da Instituição conta com: (marque as alternativas que se aplicarem)

- Computadores/impressoras;
- Internet;
- Projetor multimídia/tela de projeção;
- Material de áudio visual;
- Salas para reuniões, cursos e afins;
- Espaço para apresentações teatrais, palestras, seminários, congressos;
- Biblioteca;
- Espaço de convivência (cafés, cantinas);
- Salão de exposição;

25. Número de pessoas beneficiadas anualmente:

- 0 a 100 pessoas
- 101 a 500 pessoas
- 501 a 1000 pessoas
- 1001 a 10.000 pessoas
- Acima de 10.000

26. Com quais públicos sua Instituição trabalha? (escolha as alternativas que se aplicarem)

- Afrodescendentes
- Comunidade em geral
- Crianças de escolas públicas
- Estudantes em geral
- Funcionários da mantenedora
- Funcionários de empresas parceiras

- Gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros
- Mulheres
- Pessoas atendidas por hospitais, creches e asilos.
- Pessoas com necessidades especiais
- Pessoas em risco social
- Professores
- Terceira Idade
- Outro(s). Quais? _____

27. Idade do público alvo: (escolha as alternativas que se aplicarem)

- 1 a 14 anos
- 15 a 19 anos
- 20 a 25 anos
- 26 a 40 anos
- 41 a 60 anos
- Acima de 60 anos

28. Os recursos utilizados para fomento aos projetos provêm de: (escolha as alternativas que se aplicarem)

- Contribuições
- Cooperação internacional
- Doações de Pessoas Físicas
- Doações de pessoas jurídicas
- Lei Municipal de Cultura
- Lei Estadual de Cultura
- Lei Sérgio Paulo Rouanet
- Parcerias
- Patrocínios
- Prestação de serviços e/ou venda de produtos
- Outras receitas. Qual (is)? _____

29. Seu município possui Lei orgânica de cultura?

- Não
- Sim. Faria a gentileza de anexá-la a esta entrevista?

30. A instituição aplica em seus projetos anualmente:

- Até R\$10.000,00
- Entre R\$10.001,00 e R\$100.000,00
- Entre R\$100.001,00 e R\$1.000.000,00
- Mais de R\$1.000.000,00

31. Como e de que maneira a instituição é usada como recurso de marketing por sua mantenedora?

- Feiras
- Congressos e Simpósios
- Exportação
- Comércio local
- Comércio no país
- Não é usada

32. Em caso de resposta afirmativa, quais os meios utilizados. Marque com números a ordem de preferência.

- Revistas
- Rádios
- Revistas da instituição ou da mantenedora
- Jornais
- Outdoors
- Mala-direta
- TVs
- Cartazes
- Internet
- Panfletos
- Outro(s). Qual (is)? _____

33. Quanto às estratégias de marketing a instituição:

- Possui assessoria de comunicação própria;
- Os serviços de marketing são terceirizados;
- Possui assessoria de imprensa própria, mas terceiriza parte dos serviços;
- Outro(s). Qual (is)? _____

34. No que se refere às políticas públicas de cultura, a opinião da instituição é:

- Os recursos são suficientes;
- Os recursos são insuficientes, mas diante dos demais problemas sociais é o que é possível oferecer;
- Os recursos são insuficientes e devem ser completados pelas empresas privadas;
- Os recursos são insuficientes e devem ser completados pelo Estado;

35. No que se refere às políticas públicas de cultura realizadas por empresas privadas, a opinião da instituição é que:

- O que é oferecido é suficiente para sanar problemas fora do alcance do Estado;
- Contribuem mais do que o necessário, pois investimentos em cultura assim como, nas demais políticas públicas são de obrigação do Estado;
- São utilizadas como recursos exclusivos de marketing;
- Não confere mérito à empresa, pois a maioria delas realiza as políticas públicas de cultura através de isenção fiscal;
- As empresas deveriam contribuir mais com recursos próprios e não apenas através de isenção fiscal;

36. Assinale as opções onde a Instituição é reconhecida e ou recebe apoio:

- Cultura Viva – Cultura, Educação e Cidadania
- Empresas privadas
- Faculdades
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente
- Lei Estadual de Cultura
- Lei Sérgio Paulo Rouanet
- Ministério da Cultura – Governo Federal
- Ponto de Cultura
- Prefeitura

- Utilidade Pública Estadual
- Utilidade Pública Municipal
- Utilidade Pública Federal

37. Uma instituição promotora de cultura pode beneficiar seu público alvo:

- Contribuindo com sua formação intelectual;
- Aumentando suas chances na busca de melhores oportunidades no trabalho;
- Promovendo lazer de qualidade;
- Oferecendo opções às costumeiras atrações televisivas;
- Promovendo a cultura local;
- Todas as alternativas anteriores

38. O que falta na Instituição para apoiar os referidos projetos sociais?

- Pessoal capacitado para o desenvolvimento dos projetos;
- Infraestrutura;
- Incentivo financeiro do Estado;
- Incentivo intelectual do Estado;
- A Instituição se encontra em boa situação e não lhe é necessário acréscimos.

39. Para melhor entendimento desta Instituição solicito anexar o título e uma breve descrição dos projetos desenvolvidos.

40. Fale-me se possível, de obstáculos aos mesmos e/ou de vantagens comparativas. Saliente, se for de seu interesse, os pontos positivos e negativos.

Pesquisa Qualitativa:**Entrevista:**

1. Instituição:
2. Data:
3. Município: _____ População: _____
4. Investimento anual na cultura:
5. Número de funcionários:
6. Média Salarial:
7. Nome do(a) Secretário(a) de Cultura:
8. Formação:
9. Idade:
10. Há quanto tempo atua como secretário(a) de cultura deste município?
11. Pensando no conceito de cultura como amplo e abrangente, exponha o que melhor se adapta para o desenvolvimento dos projetos de sua cidade.
12. Existe um foco para as políticas públicas de cultura em sua cidade? Qual?
13. Tendo o fomento à cultura clientela variada: órgãos públicos os mais diversos, fundações culturais, associações de bairro, organizações de profissionais, artistas, produtores, diretores, a demanda também se faz variada ou é sempre destinada a um determinado projeto cultural?
14. Que tipo de projeto cultural é apoiado?
15. Para se criar um projeto busca-se inspiração em modelos de sucesso já existentes? Especifique o motivo.
16. Sua cidade busca em centros maiores capacitação para o desenvolvimento dos projetos culturais? Como isto é feito?
17. O que pode ser considerado como símbolo da identidade cultural de seu município e por quê?
18. O que é mais importante em uma política pública de cultura conservar ou criar? Por quê?

ANEXO 3 – Instituições

Instituições Promotoras de Cultura na Zona da Mata Mineira

- | | |
|---|---|
| <p>1. Abre Campo
 Prefeitura:
 Rua Santo Antônio, 228 - Centro
 Abre Campo- MG CEP:35365-000
 Tel: (31) 3872.1254 Fax: (31) 3872-1112</p> | <p>Prefeitura:
 Praça Nossa Senhora da Conceição, 116
 Amparo do Serra- MG CEP:35444-000
 Tel: (31) 3895.5160 Fax: (31) 3895-5158</p> |
| <p>2. Acaiaca
 Prefeitura:
 Praça Tancredo Neves, 35
 Acaiaca- MG CEP:35438-000
 Tel: (31) 3887.1122</p> | <p>8. Antônio Prado de Minas
 Prefeitura:
 Rua Pref. Euripedes Carlos de Abreu, 150
 Antônio Prado de Minas- MG
 CEP:36850-000
 Tel: (32) 3725.1032 Fax: (32) 3725-1000</p> |
| <p>3. Além Paraíba
 Secretaria de Cultura, Esporte, Lazer e Turismo
 Secretário: José Alves Fortes
 Praça Coronel Breves, 151 – São José – Além Paraíba – MG
 CEP: 36660000</p> | <p>9. Araporanga
 Prefeitura:
 Praça Manoel Romualdo, 221 - Centro
 Araporanga- MG CEP:36594-000
 Tel: (31) 3894.1100 Fax: (31) 3894-1110</p> |
| <p>3.1. Fórum das Artes: Grupo Teatro Evolução
 3.2. Coro EMAP
 Contato: Jaílza Furtado
 jailzafurtado@yahoo.com.br</p> | <p>10. Aracitaba
 Prefeitura:
 Praça Barão de Montes Claros, 16
 Aracitaba- MG CEP:36255-000
 Tel: (32) 3256.1108 Fax: (32) 3256-1145</p> |
| <p>4. Alto Caparaó
 Prefeitura:
 Rua Luciano Breder, 15 - Liberdade
 Alto Caparaó- MG CEP:36836-000
 Tel: (32) 3747 2507 Fax: (32) 3747-2580</p> | <p>11. Argirita
 Prefeitura:
 Rua Joaquim Barbosa de Castro, 22
 Argirita- MG CEP: 36710-000
 Tel: (32) 3445-1261 Fax: (32) 3445-1207</p> |
| <p>5. Alto Jequitibá
 Prefeitura:
 Av. Catarina Eller, 421
 Alto Jequitibá- MG CEP:36976-000
 Tel: (33) 3343.1268 Fax: (33) 3343-1120</p> | <p>12. Astolfo Dutra
 Prefeitura:
 Praça Governador Valadares, 77
 Astolfo Dutra- MG CEP: 36780-000
 Tel: (32) 3451.1387 Fax: (32) 3451-1498
 Centro Cultural Abílio Linhares</p> |
| <p>6. Alto Rio Doce
 Prefeitura:
 Praça Miguel Batista Vieira, 121
 Alto Rio Doce- MG CEP:36260-000
 Tel: (32) 3345.1155 Fax: (32) 3345-1270</p> | <p>13. Barão do Monte Alto
 Prefeitura:
 Rua Benedito Valadares, 269
 Barão do Monte Alto- MG CEP:36870-000
 Tel: (32) 3727 1000 Fax: (32) 3727-1043</p> |
| <p>7. Amparo do Serra</p> | <p>14. Barra Longa
 Prefeitura:</p> |

Rua Matias Barbosa, 40
Barra Longa- MG CEP:35447-000
Tel: (31) 3888 1176 Fax: (31) 3888-1240

15. Belmiro Braga
Prefeitura:
Rua Joana Claudina, 329 - Centro
Belmiro Braga- MG CEP:36126-000
Tel: (32) 3284.1161 Fax: (32) 3284-1170

15.1. Ação Animatographo de Integração
e Promoção Cultural e Social - Ponto de
Cultura São José das Culturas
coordenador@caravanaholiday.com.br
<http://www.caravanaholiday.com.br/>

16. Bias Fortes
Prefeitura:
Rua dos Andradas, 13
Bias Fortes- MG CEP:36230-000
Tel: (32) 3344 1266 Fax: (32) 3344-1224

17. Bicas
Prefeitura:
Instituto Histórico José Maria Veiga
Praça Raul Soares, s/n
Bicas- MG CEP:36600-000
Tel: (32) 3271 1118 Fax: (32) 3271 2090

18. Brás Pires
Prefeitura:
Praça Capitão Vilela, 10
Brás Pires- MG CEP:36542-000
Tel: (32) 3534.1177 Fax: (32) 3534-1177

19. Caiana
Prefeitura:
Rua Miguel Toledo,106
Caiana- MG CEP:36832-000
Tel: (32) 3745-1019 Fax: (32) 3745-1049

20. Cajuri
Prefeitura:
Praça Capitão Arnaldo de Andrade,12
Cajuri- MG CEP:36560-000
Tel: (31) 3898-1106 Fax: (31) 3898-1106

21. Canaã
Prefeitura:

Praça Artur Bernardes,82
Canaã- MG CEP:36592-000
Tel: (31) 3892 1151 Fax: (31) 3892 1154

22. Caparaó
Prefeitura:
Praça Santo Antônio, 20
Caparaó- MG CEP:36834-000
Tel: (32) 3747 1016 Fax: (32) 3747 1016

23. Caputira
Prefeitura:
Praça Padre Joaquim Pereira, 54 - Centro
Caputira- MG CEP:36925-000
Tel: (31) 3873 5138 Fax: (31) 3873 5148

24. Carangola
Secretaria Municipal de Cultura, Turismo,
Esporte, Lazer e Preservação do
Patrimônio
Praça Presidente Getúlio Vargas, 56
Centro – Carangola – MG
Cep: 368000-000
Secretária: Amélia Maria Freitas Monteiro
de Castro
(32)3741-5320
(32) 8406-4099
culturacarangola@yahoo.com.br
<http://www.carangola.mg.gov.br/cultura.htm>
(32) 3741 – 9600

25. Cataguases
Secretaria Municipal de Cultura, Esporte e
Turismo
Secretária: Marisa Beghini
Contato: José Luís – 3429-2846
3429-2586
Praça Rui Barbosa

25.1. Fundação Simão José Silva
Gestor Cultural: Andréia Barbosa Silva
Av. Astolfo Dutra, 487 - Centro
(32) 3421-2622
contato@casasimao.org.br

25.2.Fundação Cultural Ormeo Junqueira
Botelho
Gestor Cultural:Mônica Botelho
fundacaocultural@cataguazes.com.br

Av. Astolfo Dutra, 41 – Centro –
Cataguases – Minas Gerais
Fone: (32) 3429-6424 – Fax: (32) 3429-
6496

25.3. Instituto Francisca de Souza Peixoto
Gestor Cultural: Marcelo Inácio Peixoto
Praça Manoel Inácio Peixoto, 96 – Centro
(32) 3421-4910
instituto@chica.com.br

25.4. Instituto Cidade de Cataguases
Gestor Cultural: César Piva
<http://www.fabricadofuturo.org.br/>
Av, Humberto Mauro, 340 - Centro
(32) 34227866
cesarpiva21@gmail.com

26. Chácara
Prefeitura:
Rua Heitor Cândido, 60 - Centro
Chácara- MG CEP:36110-000
Tel: (32) 3277 1014 Fax: (32) 3277 1015

27. Chalé
Prefeitura:
Av. Coronel José Maria Gomes, 139
Chalé- MG CEP:36985-000
Tel: (33) 3345 1208

28. Chiador
Prefeitura:
Praça Antônio Joaquim da Costa, 45
Chiador- MG CEP:36630-000
Tel: (32) 3285 1161

29. Coimbra
Prefeitura:
Rua Álvaro de Barros, 401 - Centro
Coimbra- MG CEP:36550-000
Tel: (32) 3555 1152 Fax: (32) 3555 1214

30. Cipotânea
Prefeitura:
Rua Francisco Pedrosa, 13
Cipotânea- MG CEP:36265-000
Tel: (32) 3348 1120 Fax: (32) 3348 1119

31. Coronel Pacheco
Prefeitura:

Praça Carlos Chagas, s/n
Coronel Pacheco- MG CEP:36155-000
Tel: (32) 3258 1112 Fax: (32) 3258 1165

32. Descoberto
Prefeitura:
Rua Capitão Basílio, 39
Descoberto- MG CEP:36690-000
Tel: (32) 3265 1261 Fax: (32) 3265 1317

33. Diogo de Vasconcelos
Prefeitura:
Praça Coronel Vicente Pereira, 20
Diogo de Vasconcelos- MG CEP:35437-
000
Tel: (31) 3886 1114 Fax: (31) 3886 1114

34. Divinésia
Prefeitura:
Rua Coronel Sebastião de Freitas, 85
Divinésia- MG CEP:36546-000
Tel: (32) 3535 1144 Fax: (32) 3535 1176

35. Divino
Prefeitura:
Rua Marinho Carlos de Souza, 05
Divino- MG CEP:36820-000
Tel: (32) 3743 1156 Fax: (32) 3743 1488

36. Dom Silvério
Prefeitura:
Praça Presidente Vargas, 143
Dom Silvério- MG CEP:35440-000
Tel: (31) 3857 1311 Fax: (31) 3857-1310

37. Dona Euzébia
Prefeitura:
Av. Antônio Esteves Ribeiro, 340
Dona Euzébia- MG CEP:36784-000
Tel: (32) 3453 1126 Fax: (32) 3453-1126

38. Dores do Turvo
Prefeitura:
Praça Cônego Agostinho J. Rezende, 30
Dores do Turvo- MG CEP:36508-000
Tel: (32) 3576 1130

39. Durandé
Prefeitura:

Rua Alvaro Moreira da Silva, 415
Durandé- MG CEP:36974-000
Tel: (33) 3331 2040

40. Ervália
Prefeitura:
Praça Arthur Bernardes, 01
Ervália- MG CEP:36555-000
Tel: (32) 3554 1124 Fax: (32) 3554 1104

41. Espera Feliz
Prefeitura:
Praça Dr. José Augusto, 251
Espera Feliz- MG CEP:36830-000
Tel: (32) 3746 1306 Fax: (32) 3746 1117

42. Estrela Dalva
Prefeitura:
Rua Lauro Barbosa, 254
Estrela Dalva- MG CEP:36725-000
Tel: (32) 3464 1110 Fax: (32) 3464 1110

43. Ewbank da Câmara
Prefeitura:
Av. Santo Antônio, 441
Ewbank da Câmara- MG CEP:36108-000
Tel: (32) 3255 1271 Fax: (32) 3255 1271

44. Eugenópolis
Prefeitura:
<http://prefeitura-municipal-eugenopolis.br.tele...>
Praça Angelo Rafael Barbuto, 58
Eugenópolis- MG CEP:36855-000
Tel: (32) 3724 1133 Fax: (32) 3724 1133

45. Faria Lemos
Prefeitura:
Rua Coronel João Marcelino, 97
Faria Lemos- MG CEP:36840-000
Tel: (32) 3749 1100 Fax: (32) 3749 1180

46. Fervedouro
Prefeitura:
Av. Maria Amélia de Souza Pedrosa, 493
Fervedouro- MG CEP:36807-000
Tel: (32) 3742 1167 Fax: (32) 3742 1110

47. Goianá
Prefeitura:

Av. 21 de Dezembro, 850
Goianá- MG CEP:36152-000
Tel: (32) 3274 5192

48. Guaraciaba
Prefeitura:
Rua Belarmino Veloso, 84
Guaraciama- MG CEP:39392-000
Tel: (38) 3251 8157 Fax: (38) 3251 8144

49. Guarani
Grupo Teatro Câmara de Guarani
Assistente Administrativo de Cultura: Alex da Costa Marigo
secultura@guaraninet.com.br
<http://www.cidadeguarani.com.br/>

50. Guarará
Prefeitura:
Rua Capitão Gervazio, s/n
Guarará- MG CEP:36606-000
Tel: (32) 3264 1185 Fax: (32) 3271 1515

51. Guidoal
Prefeitura:
Praça Santo Antônio, s/n
Guidoal- MG CEP:36515-000
Tel: (32) 3578 1241 Fax: (32) 3578 7254

52. Guiricema
Prefeitura:
Praça Coronel Luiz Coutinho, s/n
Guiricema- MG CEP:36525-000
Tel: (32) 3553 1225 Fax: (32) 3553 1172

53. Itamarati de Minas
Prefeitura:
Av. Coronel Araújo Porto, 506
Itamarati de Minas- MG CEP:36788-000
Tel: (32) 3452 1212 Fax: (32) 3452 1234

53.1.ONG Espaço Evoluir
Gestora Cultural: Ângela ou Sandra Mara
Tel: (32) 3452-1679
angelamxs@oi.com.br

54. Jequeri
Prefeitura:
Rua Getúlio Vargas, 71
Centro - Jequeri - MG - CEP: 35390-000

Tel: (31) 3877-1000 (31) 3877.1112 Fax:
(31) 3877-1301

55. Juiz de Fora
Funalfa - Fundação Cultural Alfredo
Ferreira Lage
imprensa@funalfa.art.br
<http://www.funalfa.pjf.mg.gov.br/>
Av. Rio Branco, 2234 - Centro - CEP
36016-310 - Juiz de Fora - MG
Telefone: (32) 3690-7033 / 7044 - Fax:
(32) 3215-5687

55.1.Permear
Contato: Marcos Olender
marcosolender@permear.com

55.2.Unibairros Associação Civil
Ponto de Cultura Unicultura
Contato: rosangelapdropc@ig.com.br
oliveirapc2005@hotmail.com

55.3.Instituto Angatu
R. Padre Café, 36 - São Mateus
Juiz de Fora - MG
Telefone: (32) 88433231/(32) 9923-2594
Coordenador: Érica Delgado
Contato: ericadelgado2004@yahoo.com.br

55.4.Fundação Arcelormittal
Gerente da Fundação: Marcelo Santos
<http://www.arcelormittal.com.br/>
Contato: Carmem: 32291135, 32291018,
32291110, 32291111
carmen.calheiros@arceormippal.com.br

55.5.Pró-Música
(32) 3216-4787
pmprensa@terra.com.br
promusica@terra.com.br
<http://www.promusica.org.br/>
Avenida Rio Branco 2329 - Centro
36010-011 - Juiz de Fora/MG
(32) 3215-3951/ 3215-8045 / 3216-4787

55.6.Museu do Crédito Real
Contato:
museucreditoreal@cultura.mg.gov.br
Rua Getúlio Vargas, 455 – Centro
Juiz de Fora, MG

36010-110
Tel.: (32) 3211-0770

55.7.Casa de Cultura da UFJF
Contato: secretaria.casa@ufjf.edu.br
Av. Rio Branco, 3372

56. Lajinha
Prefeitura:
Rua Nestor Vieira de Gouveia, 31
Lajinha- MG CEP:36980-000
Tel: (33) 3344 1589 Fax: (33) 3344 1918

57. Lamim
Prefeitura:
Praça Divino Espirito Santo, 06
Lamim- MG CEP:36455-000
Tel: (31) 3754 1130 Fax: (31) 3754 1130

58. Laranjal
Prefeitura:
Rua Marechal Deodoro, 85
Laranjal- MG CEP:36760-000
Tel: (32) 3424 1388 Fax: (32) 3424 1389

59. Leopoldina
Prefeitura:
Rua Lucas Augusto, 68
Leopoldina- MG CEP:36700-000
Tel: (32) 3694 4200 Fax: (32) 3694 4241

59.1.Cumbuca
Gestor Cultural: Oswaldo Giovannini Jr.R.
oswaldo.giovanninijr@gmail.com
Barão de Cotegipe, 101 - Sala 4
Leopoldina - MG
Telefone: (32) 9986-8294

60. Lima Duarte
Prefeitura:
Praça Juscelino Kubitschek, 173
Lima Duarte- MG CEP:36140-000
Tel: (32) 3281 1281 Fax: (32) 3281 1235

61. Luisburgo
Prefeitura:
Rua Abilio de Souza Fortes, 105
Luisburgo- MG CEP:36923-000
Tel: (33) 3378 7082 Fax: (33) 3378 7080

62. Manhuaçu

Prefeitura:
Praça Cordovil Pinto Coelho, 460
Manhuaçu- MG CEP:36900-000
Tel: (33) 3332 3771 Fax: (31) 3331 1447

63. Manhumirim

Prefeitura:
Praça Getúlio Vargas, 20
Manhumirim- MG CEP:36970-000
Tel: (33) 3341 1424 Fax: (33) 3341 1360

64. Mar de Espanha

Prefeitura:
Praça Barão de Ayuruoca, 53
Mar de Espanha- MG CEP:36640-000
Tel: (32) 3276 1225 Fax: (32) 3276 1234

65. Maripá de Minas

Prefeitura:
Rua Francisco Paradelas de Souza, 02
Maripá de Minas- MG CEP:36608-000
Tel: (32) 3263 1295 Fax: (32) 3263 1240

66. Martins Soares

Prefeitura:
Rua Thomás Hubra Turibe, 28 - Centro
Martins Soares- MG CEP:36972-000
Tel: (33) 3342 2029 Fax: (33) 3342 2029

67. Matias Barbosa

Prefeitura:
Av. Cardoso Saraiva, 305
Matias Barbosa- MG CEP:36120-000
Tel: (32) 3273 1344 Fax: (32) 3273 1515

68. Matipó

Prefeitura:
Praça da Independência, 242
Matipó- MG CEP:35367-000
Tel: (31) 3873 1680 Fax: (31) 3873 1645

69. Mercês

Prefeitura:
Praça Bias Fordes, 221
Mercês- MG CEP:36190-000
Tel: (32) 3337 1295 Fax: (32) 3337 1234

70. Miradouro

Prefeitura:

Praça Santa Rita,288

Miradouro- MG CEP:36893-000
Tel: (32) 3753 1160 Fax: (32) 3753 1227

71. Mirai

Prefeitura:
Praça Raul Soares,126
Mirai- MG CEP:36790-000
Tel: (32) 3426 1288 Fax: (32) 3426- 1288

72. Muriaé

Fundarte – Fundação de Cultura e Artes de
Muriaé
Gestora Cultural: Gilca Porcaro
Avenida Constantino Pinto, 400 - Terminal
Rodoviário
Tel: (32) 3729-1242

72.1.Movimento Pro-Cultura

Gestor Cultural: Sandro Carriso
Tel: 8848 8369
Email: scarrizo@ig.com.br.

72.2.Casa de Cultura

Gestor Cultural: Paula Ferreira
paulamariaferreira@hotmail.com
R. Alcyr Pires Vermelho, 737, Morro do
Castelo
Muriaé - MG
Telefone: (32) 3722-4931

73. Olaria

Prefeitura:
Rua São Jose, 96
Olaria- MG CEP:36145-000
Tel: (32) 3288 1114 Fax: (32) 3288 1114

74. Oliveira Fortes

Prefeitura:
Praça Bias Fortes, 63
Oliveira Fortes- MG CEP:36250-000
Tel: (32) 3366 1133 Fax: (32) 3366 1133

75. Oratório

Prefeitura:
Praça da Matriz, 05
Oratórios- MG CEP:35439-000
Tel: (31) 3876 9101 Fax: (31) 3876 9102

76. Orizânia

Prefeitura:
Rua João Henrique da Rocha, 74 - Centro
Orizânia- MG CEP:36828-000
Tel: (32) 3793 7171

77. Palma
Prefeitura:
Praça Getúlio Vargas, 26
Palma- MG CEP:36750-000
Tel: (32) 3446 1118 Fax: (32) 3446 1382

78. Paiva
Prefeitura:
Praça Bias Fortes, 22
Paiva- MG CEP:36195-000
Tel: (32) 3364 1123

79. Patrocínio do Muriaé
Prefeitura:
Av. Silveira Brum, 20
Patrocínio do Muriaé- MG CEP:36860-000
Tel: (32) 3726 1233 Fax: (32) 3726 1233

80. Paula Cândido
Prefeitura:
Rua Monsenhor Lisboa, 251
Paula Cândido- MG CEP:36544-000
Tel: (32) 3537 1242 Fax: (32) 3537 1242

81. Pedra Bonita
Prefeitura:
Rua Leopoldina de Almeida, 290
Pedra Bonita- MG CEP:35364-000
Tel: (31) 3872 9103 Fax: (31) 3872 9101

82. Pedra do Anta
Prefeitura:
Rua Major José Luiz da Silva Viana, 1111
Pedra do Anta- MG CEP:36585-000
Tel: (31) 3896 1130 Fax: (31) 3896 1131

83. Pedra Dourada
Prefeitura:
Rua São José, 81
Pedra Dourada- MG CEP:36847-000
Tel: (32) 3748 1004 Fax: (32) 3748 1008

84. Pedro Teixeira
Prefeitura:

Rua Coronel João Jacinto, 210
Pedro Teixeira- MG CEP:36148-000
Tel: (32) 3282 1109

85. Pequeri
Prefeitura:
Praça Dr. Potsch, 123
Pequeri- MG CEP:36610-000
Tel: (32) 3278 1234 Fax: (32) 3278 1418

86. Piau
Prefeitura:
Praça Pio XII, s/n
Piau- MG CEP:36157-000
Tel: (32) 3254 1130 Fax: (32) 3254 1123

87. Piedade de Ponte Nova
Prefeitura:
Praça Dr. José Pinto Vieira, 36
Piedade de Pte Nova- MG CEP:35382-000
Tel: (31) 3882 1146 Fax: (31) 3882 1146

88. Piranga
Prefeitura:
Rua Benedito Valadares, 09
Piranga- MG CEP:36480-000
Tel: (31) 3746 1251 Fax: (31) 3746 1260

89. Pirapetinga
Prefeitura:
Praça Dirceu de Oliveira Martins, 01
Pirapetinga- MG CEP:36730-000
Tel: (32) 3465 1300 Fax: (32) 3465 1300

90. Piraúba
Prefeitura:
Rua Opema, 80
Piraúba- MG CEP:36170-000
Tel: (32) 3573 2050 Fax: (32) 3573 1698

91. Ponte Nova
Prefeitura:
Av. Caetano Marinho, 306
Ponte Nova- MG CEP:35430-001
Tel: (31) 3817 1980 Fax: (31) 3817 1980

92. Porto Firme
Prefeitura:

Av. 18 de Agosto, 392
Porto Firme- MG CEP:36576-000
Tel: (31) 3893 1287 Fax: (31) 3893 1256

93. Presidente Bernardes
Prefeitura:
Praça Cônego Lopes, 09
Presidente Bernardes- MG CEP:36475-000
Tel: (32) 3538 1136 Fax: (31) 3538 1136

94. Raul Soares
Prefeitura:
Rua Presidente Tancredo Neves, 201
Raul Soares- MG CEP:35350-000
Tel: (33) 3351 1255 Fax: (33) 3351 1666

95. Raul Soares
Prefeitura:
Rua Prefeito José Antônio, 126
Recreio- MG CEP:36740-000
Tel: (32) 3444 1345 Fax: (32) 3444 1384

96. Reduto
Prefeitura:
Rua Novo Horizonte, 303 - Centro
Reduto- MG CEP:36920-000
Tel: (33) 3378 4155 Fax: (33) 3378 4155

97. Rio Casca
Prefeitura:
Av. Senador Cupertino, 66
Rio Casca- MG CEP:35370-000
Tel: (31) 3871 1545 Fax: (31) 3871 1400

98. Rio Doce
Prefeitura:
Rua Antônio Conceição Saraiva, 19
Rio Doce- MG CEP:35442-000
Tel: (31) 3883 5235 Fax: (31) 3883 5242

99. Rio Novo
Prefeitura:
Praça Marechal Floriano, s/n
Rio Novo- MG CEP:36150-000
Tel: (32) 3274 1228 Fax: (32) 3274 1173

100. Rio Pomba
Prefeitura:
Av. Raul Soares, 15
Rio Pomba- MG CEP:36180-000
Tel: (32) 3571 1544 Fax: (32) 3571 1544

101. Rio Preto
Prefeitura:
Rua Dr. Esperidião, 112
Rio Preto- MG CEP:36130-000
Tel: (32) 3283 1501 Fax: (32) 3283 1290

102. Rochedo de Minas
Prefeitura:
Praça Sebastião Gomes, 92
Rochedo de Minas- MG CEP:36604-000
Tel: (32) 3262 1232 Fax: () 3262 1222

103. Rodeiro
Prefeitura:
Praça São Sebastião, s/n
Rodeiro- MG CEP:36510-000
Tel: (32) 3577 1241 Fax: (32) 3577 1228

104. Rosário da Limeira
Prefeitura:
Rua Evaristo Benini, S/Nº
Rosário da Limeira- MG CEP:36878-000
Tel: (32) 3723 1263 Fax: (32) 3723 1267

105. Santana de Cataguases
Prefeitura:
Praça Agostinho Alves de Araújo, 26
Santana de Cataguases- MG CEP:36795-000
Tel: (32) 3425 1223 Fax: (32) 3425 1313

106. Santana do Deserto
Prefeitura:
Praça Mauro Roquete Pinto, 01
Santana do Deserto- MG CEP:36620-000
Tel: (32) 3275 1052 Fax: (32) 3275 1150

107. Santana do Manhuaçu
Prefeitura:
Rua Major Custódio, 88
Santana do Manhuaçu- MG CEP:36940-000
Tel: (33) 3373 1149 Fax: (33) 3373 1149

108. São Francisco do Glória
Prefeitura:
Rua Jacinto Antônio Bissiatti, 20
São Francisco do Glória- MG CEP:36810-000
Tel: (32) 3754 1150 Fax: (32) 3754 1155

109. São Francisco
Prefeitura:
Trav. Clemente Bastos, S/N
São Geraldo- MG CEP:36530-000
Tel: (32) 3556 1215 Fax: (32) 3556 1215
110. São João do Manhuaçu
Prefeitura:
Av. São João Batista, 265
São João do Manhuaçu- MG CEP:36918-000
Tel: (33) 3377 1200 Fax: (33) 3377 1200
111. São José do Mantimento
Prefeitura:
Rua Harcionil Laback, 25
São J do Mantimento- MG CEP:36990-000
Tel: (33) 3335 1120 Fax: (33) 3335 1121
112. São Miguel do Anta
Prefeitura:
Rua São José, 730
São Miguel do Anta- MG CEP:36590-000
Tel: (31) 3897 1221 Fax: (31) 3897 1364
113. São Sebastião da Vargem Alegre
Prefeitura:
Rua João Pinto de Faria, 1323
São Sebastião da Vargem Alegre- MG CEP:36793-000
Tel: (32) 3426 7146 Fax: (32) 3426 1232
114. São João Nepomuceno
Prefeitura:
Rua Presidente Getúlio Vargas, 248
São João Nepomuceno- MG CEP:36680-000
Tel: (32) 3261 1285 Fax: (32) 3261 3013
115. São Pedro dos Ferros
Prefeitura:
Praça Senador Cupertino, 01
São Pedro dos Ferros- MG CEP:35360-000
Tel: (33) 3352 1286 Fax: (33) 3352 1117
116. Santa Bárbara do Monte Verde
Prefeitura:
Praça Barão de Sta. Bárbara, 57 - Centro
Santa Bárbara do Monte Verde- MG CEP:36132-000
Tel: (32) 3283 8272
117. Santa Cruz do Escalvado
Prefeitura:
Rua Capitão Luiz Sette, 127
Santa Cruz do Escalvado- MG CEP:35384-000
Tel: (31) 3883 1152 Fax: (31) 3883 1176
118. Santa Margarida
Prefeitura:
Praça Cônego Arnaldo, 78
Santa Margarida- MG CEP:36910-000
Tel: (31) 3875 1200 Fax: (31) 3875 1349
119. Santa Rita do Ibitipoca
Prefeitura:
Rua Joaquim Rabelo da Fonseca, 150
Santa Rita de Ibitipoca- MG CEP:36235-000
Tel: (32) 3342 1202 Fax: (32) 3342 1221
120. Santa Rita do Jacutinga
Prefeitura:
Pc Gov Valadares, 320
Centro - Santa Rita de Jacutinga - MG
Tel: (32) 3291-1842
121. Santo Antônio do Aventureiro
Prefeitura:
Rua Carlos Torres, 45
Santo Antônio do Aventureiro- MG CEP:36670-000
Tel: (32) 3286 1110 Fax: (32) 3286 1122
122. Santo Antônio do Grama
Prefeitura:
Rua Padre João Coutinho, 121
Santo Antônio do Grama- MG CEP:35388-000
Tel: (31) 3872 5005 Fax: (31) 3872 5005
123. Santos Dumont
Prefeitura:
Av. Getúlio Vargas, 171
Santos Dumont- MG CEP:36240-000
Tel: (32) 3251 3319 Fax: (32) 3251 3319

123.1. Museu de Cabangu - Casa Natal de Alberto Santos Dumont
Mantenedora: Aeronáutica
Serra da Mantiqueira
Rodovia BR 499 - 16km do centro da cidade

124. Sem Peixe
Prefeitura:
Praça São Sebastião, 376
Sem-Peixe- MG CEP:35994-000
Tel: (31) 3857 5158 Fax: (31) 3857 5158

125. Senador Cortes
Prefeitura:
Av. Antônio de Souza Rabelo, 179 - Centro
Senador Cortes- MG CEP:36650-000
Tel: (32) 3287 1153 Fax: (32) 3287 1127

126. Senador Firmino
Prefeitura:
Praça Raimundo Carneiro, 48
Senador Firmino- MG CEP:36540-000
Tel: (32) 3536 1275 Fax: (32) 3536 1770

127. Senhora de Oliveira
Prefeitura:
Praça São Sebastião, 03
Senhora de Oliveira- MG CEP:36470-000
Tel: (31) 3755 1210 Fax: (31) 3755 1200

128. Sericita
Prefeitura:
Rua Jequitibá, 350
Sericita- MG CEP:35368-000
Tel: (31) 3875 5290 Fax: (31) 3875 5150

129. Silverânia
Prefeitura:
Rua Araújo Ferreira, 15
Silverânia- MG CEP:36185-000
Tel: (32) 3572 1122 Fax: (32) 3572 1122

130. Simão Pereira
Prefeitura:
Rua Dr. Duarte de Abreu, 90
Simão Pereira- MG CEP:36123-000
Tel: (32) 3272 1122 Fax: (32) 3272 1122

131. Simonésia
Prefeitura:
Rua Coronel Alves Costa, 13
Simonésia- MG CEP:36930-000
Tel: (33) 3336 1235 Fax: (33) 3336 1537

132. Tabuleiro
Prefeitura:
Praça Alzira Moraes Prata, 66
Tabuleiro- MG CEP:36165-000
Tel: (32) 3253 1234 Fax: (32) 3253 1235

133. Teixeira
Prefeitura:
Rua Antônio Moreira Barros, 101 - Centro
Teixeiras- MG CEP:36580-000
Tel: (31) 3895 1066 Fax: (31) 3233 1128

134. Tocantins
Prefeitura:
Rua Padre Macário, 129
Tocantins- MG CEP:36505-000
Tel: (32) 3574 1320 Fax: (32) 3574 1319

135. Tombos
Prefeitura:
Praça Coronel Quintão, 05
Tombos- MG CEP:36844-000
Tel: (32) 3751 1595 Fax: (32) 3751 1112

136. Ubá
Prefeitura:
<http://www.pmuba.mg.gov.br/index.asp?seacao=8>
Praça São Januário, 238
Ubá- MG CEP:36500-000
Tel: (32) 3539 6200 Fax: (32) 3539 6107

137. Urucuia
Prefeitura:
Rodovia MG 220, km 12
Urucuia- MG CEP:39315-000
Tel: (38) 3631 1200 Fax: (38) 3631 1200

138. Vermelho Novo
Prefeitura:
Rua Wilson Damião, 130
Vermelho Novo- MG CEP:35359-000
Tel: (33) 983 2638

139. Vieiras

Prefeitura:

Rua Dr. Olavo Tostes, 662

Vieiras- MG CEP:36895-000

Tel: (32) 3755.1000 Fax: (32) 3755-1006

140. Viçosa

Prefeitura:

Praça do Rosário, 05

Viçosa- MG CEP:36570-000

Tel: (31) 3891.3666 Fax: (31) 3891-3003

140.1. Instituto Universo Cidadão

Ponto de Cultura Núcleo Arte Viva

ongnavi@gmail.com

<http://www.geocities.com/ongnavi/>

141. Visconde do Rio Branco

Prefeitura:

Praça 28 de Setembro, s/n

Visc. do Rio Branco- MG CEP:36520-000

Tel: (32) 3559.1900 Fax: (32) 3551-2650

142. Volta Grande

Prefeitura:

Av. Arthur Pedras, 120

Volta Grande- MG CEP:36720-000

Tel: (32) 3463.1232 Fax: (32) 3463-1233

Fonte listagem cidades da Zona da Mata Mineira:

<http://www.asminasgerais.com.br/frame.asp?urlconteudo=http%3A%2F%2Fwww%2Easminasgerais%2Ecom%2Ebr%2FZona%2520da%2520Mata%2FUnivlerCidades%2Findex%2Ehtm>

Fonte endereços das prefeituras de Minas Gerais:

<http://www.almg.gov.br/instgov/Instituicao/CatPrefeitura.asp>

ANEXO 4 – Legislação**LEI SARNEY REGULAMENTADA****LEI Nº 7.505 - DE 2 DE JULHO DE 1986 - DOU DE 3/07/1986****Republicada pela - LEI Nº 7.505 - DE 02 DE JULHO DE 1986 - DOU DE 04/07/1986**

Dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

Art 1º O contribuinte do imposto de renda poderá abater da renda bruta, ou deduzir como despesa operacional, o valor das doações, patrocínios e investimentos, inclusive despesas e contribuições necessárias à sua efetivação, realizada através ou a favor de pessoa jurídica de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, cadastrada no Ministério da Cultura, na forma desta lei.

§ 1º Observado o limite máximo de 10% (dez por cento) da renda bruta, a pessoa física poderá abater:

- I - até 100% (cem por cento) do valor da doação;
- II - até 80% (oitenta por cento) do valor do patrocínio;
- III - até 50% (cinquenta por cento) do valor do investimento.

§ 2º O abatimento previsto no § 1º deste artigo não está sujeito ao limite de 50% (cinquenta por cento) da renda bruta previsto na legislação do imposto de renda.

§ 3º A pessoa jurídica poderá deduzir do imposto devido, valor equivalente à aplicação da alíquota cabível do imposto de renda, tendo como base de cálculo:

- I - até 100% (cem por cento) do valor das doações;
- II - até 80% (oitenta por cento) do valor do patrocínio;
- III - até 50% (cinquenta por cento) do valor do investimento.

§ 4º Na hipótese do parágrafo anterior, observado o limite máximo de 2% (dois por cento) do imposto devido, as deduções previstas não estão sujeitas a outros limites estabelecidos na legislação do imposto de renda.

§ 5º Os benefícios previstos nesta lei não excluem ou reduzem outros benefícios ou abatimentos e deduções em vigor, de maneira especial as doações a entidades de utilidade pública feitas por pessoas físicas ou jurídicas.

§ 6º Observado o limite de 50% (cinquenta por cento) de dedutibilidade do imposto devido pela pessoa jurídica, aquela que não se utilizar, no decorrer de seu período-base, dos benefícios concedidos por esta lei, poderá optar pela dedução de até 5% (cinco por cento) do imposto devido para destinação ao Fundo de Promoção Cultural, gerido pelo Ministério da Cultura.

Art 2º Para os objetivos da presente lei, no concernente a doações e patrocínios, consideram-se atividades culturais, sujeitas a regulamentação e critérios do Ministério da Cultura:

I - incentivar a formação artística e cultural mediante concessão de bolsas de estudo, de pesquisa, e de trabalho, no Brasil ou no exterior a autores, artistas e técnicos brasileiros, ou estrangeiros residentes no Brasil;

II - conceder prêmios a autores, artistas, técnicos de arte, filmes, espetáculos musicais e de artes cênicas, em concursos e festivais realizados no Brasil;

III - doar bens móveis ou imóveis, obras de arte ou de valor cultural a museus, bibliotecas, arquivos, e outras entidades de acesso público, de caráter cultural, cadastradas no Ministério da Cultura;

IV - doar em espécies às mesmas entidades;

V - editar obras relativas às ciências humanas, às letras, às artes e outras de cunho cultural;

VI - produzir discos, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográficas de caráter cultural;

VII - patrocinar exposições, festivais de arte, espetáculos teatrais, de dança, de música, de ópera, de circo e atividades congêneres;

VIII - restaurar, preservar e conservar prédios, monumentos, logradouros, sítios ou áreas tombadas pelo Poder Público Federal, Estadual ou Municipal;

IX - restaurar obras de arte e bens móveis de reconhecido valor cultural, desde que acessíveis ao público;

- X - erigir monumentos, em consonância com os Poderes Públicos, que visem preservar a memória histórica e cultural do País, com prévia autorização do Ministério da Cultura;
- XI - construir, organizar, equipar, manter ou formar museus, arquivos ou bibliotecas de acesso público;
- XII - construir, restaurar, reparar ou equipar salas e outros ambientes destinados a atividades artísticas e culturais em geral, desde que de propriedade de entidade sem fins lucrativos;
- XIII - fornecer recursos para o Fundo de Promoção Cultural do Ministério da Cultura, para fundações culturais, ou para instalação e manutenção de cursos de caráter cultural ou artístico, destinados ao aperfeiçoamento, especialização ou formação de pessoal em estabelecimentos de ensino sem fins lucrativos;
- XIV - incentivar a pesquisa no campo das artes e da cultura;
- XV - preservar o folclore e as tradições populares nacionais bem como patrocinar os espetáculos folclóricos sem fins lucrativos;
- XVI - criar, restaurar ou manter jardins botânicos, parques zoológicos e sítios ecológicos de relevância cultural;
- XVII - distribuir gratuitamente ingressos, adquiridos para esse fim, de espetáculos artísticos ou culturais;
- XVIII - doar livros adquiridos no mercado nacional a bibliotecas de acesso público;
- XIX - doar arquivos, bibliotecas e outras coleções particulares que tenham significado especial em seu conjunto, a entidades culturais de acesso público;
- XX - fornecer, gratuitamente, passagens para transporte de artistas, bolsistas, pesquisadores ou conferencistas, brasileiros ou residentes no Brasil, quando em missão de caráter cultural no País ou no exterior, assim reconhecida pelo Ministério da Cultura;
- XXI - custear despesas com transporte e seguro de objetos de valor cultural destinados a exposição ao público no País;
- XXII - outras atividades assim consideradas pelo Ministério da Cultura.

Art 3º Para fins desta lei considera-se doação a transferência definitiva de bens ou numerário, sem proveito pecuniário para o doador.

§ 1º O doador terá direito aos favores fiscais previstos nesta lei se expressamente declarar, no instrumento de doação a ser inscrito no Registro de Títulos e Documentos, que a mesma se faz sob as condições de irreversibilidade do ato e inalienabilidade e impenhorabilidade do objeto doado.

§ 2º O Ministério da Cultura ou o Ministério da Fazenda poderá determinar a realização de perícia para apurar a autenticidade e o valor do bem doado, cuja despesa correrá por conta do doador.

§ 3º Quando a perícia avaliar o bem doado por valor menor ao atribuído pelo doador, para efeitos fiscais, prevalecerá o valor atribuído pela perícia.

§ 4º Os donatários de bens ou valores, na forma prevista nesta lei, ficam isentos da incidência do imposto de renda sobre a receita não operacional obtida em razão da doação.

Art 4º Para os efeitos desta lei, consideram-se investimentos a aplicação de bens ou numerários com proveito pecuniário ou patrimonial direto para o investidor, abrangendo as seguintes atividades:

I - compra ou subscrições de ações nominativas preferenciais sem direito a voto, ou quotas de sociedades limitadas de empresas livres, ou editoriais que publiquem, pelo menos, 30% (trinta por cento) dos seus títulos de autores nacionais, devidamente cadastrados no Ministério da Cultura;

II - participação em títulos patrimoniais de associações, ou em ações nominativas preferenciais sem direito a voto, quotas do capital social ou de participantes de sociedades que tenham por finalidade: produções cinematográficas, musicais, de artes cênicas, comercialização de produtos culturais e outras atividades empresariais de interesse cultural.

§ 1º As participações de que trata este artigo dar-se-ão, sempre, em pessoas jurídicas que tenham sede no País e estejam, direta ou indiretamente, sob controle de pessoas naturais residentes no Brasil.

§ 2º As ações ou quotas adquiridas nos termos desta lei ficarão inalienáveis e impenhoráveis, não podendo ser utilizadas para fins de caução, ou qualquer outra forma de garantia, pelo prazo de 5 (cinco) anos. As restrições deste parágrafo compreendem, também, o compromisso de compra e venda, a cessão de direito à sua aquisição e qualquer outro contrato que tenha por objetivo o bem e implique a sua alienação ou gravame, mesmo que futuros.

§ 3º As quotas de participantes são estranhas ao capital social e:

a) conferem a seus titulares o direito de participar do lucro líquido da sociedade nas condições estipuladas no estatuto ou contrato social;

- b) poderão ser resgatadas, nas condições previstas no estatuto ou contrato social, com os recursos de provisão formada com parcela do lucro líquido anual;
- c) não conferem aos titulares direito de sócio ou acionista, salvo o de fiscalizar, nos termos da lei, os atos dos administradores da sociedade;

§ 4º O capital contribuído por seus subscritores é inexigível mas, em caso de liquidação da sociedade, será reembolsado aos titulares antes das ações ou quotas do capital social.

Art 5º Para os efeitos desta lei, considera-se patrocínio a promoção de atividades culturais, sem proveito pecuniário ou patrimonial direto para o patrocinador.

Art 6º As instituições financeiras, com os benefícios fiscais que obtiverem com base nesta lei, poderão constituir carteira especial destinada a financiar, apenas com a cobertura dos custos operacionais, as atividades culturais mencionadas no art. 4º.

Art 7º Nenhuma aplicação de benefícios fiscais previstos nesta lei poderá ser feita através de qualquer tipo de intermediação ou corretagem.

Art 8º As pessoas jurídicas beneficiadas pelos incentivos da presente lei deverão comunicar, para fins de registro, aos Ministérios da Cultura e da Fazenda, os aportes recebidos e enviar comprovante de sua devida aplicação.

§ 1º Os Ministérios da Cultura e da Fazenda poderão celebrar convênios com órgãos públicos estaduais ou municipais delegando-lhes as atividades mencionadas neste artigo, desde que as entidades e empresas beneficiadas não recebam, como doações, patrocínios ou investimentos, quantia superior a 2.000 (duas mil) OTN de cada contribuinte.

§ 2º As operações superiores a 2.000 (duas mil) OTN deverão ser previamente comunicadas ao Ministério da Fazenda pelo doador, patrocinador ou investidor para fins de cadastramento e posterior fiscalização. O Ministério da Cultura certificará se houve a realização da atividade incentivada.

Art 9º Em nenhuma hipótese, a doação, o patrocínio e o investimento poderão ser feitos pelo contribuinte a pessoa a ele vinculada.

Parágrafo único. Considera-se pessoa vinculada ao contribuinte:

- a) a pessoa jurídica da qual o contribuinte seja titular, administrador, acionista, ou sócio à data da operação, ou nos 12 (doze) meses anteriores;
- b) o cônjuge, os parentes até o 3º (terceiro) grau, inclusive os afins, e os dependentes do contribuinte ou dos titulares, administradores, acionistas ou sócios de pessoa jurídica vinculada ao contribuinte nos termos da alínea anterior;
- c) o sócio, mesmo quando outra pessoa jurídica.

Art 10. Se, no ano-base, o montante dos incentivos referentes à doação, patrocínio ou investimento, for superior ao permitido, é facultado ao contribuinte deferir o excedente para até os 5 (cinco) anos seguintes, sempre obedecidos os limites fixados no art. 1º e seus parágrafos.

Art 11. As infrações aos dispositivos desta lei, sem prejuízo das sanções penais cabíveis, sujeitarão o contribuinte à cobrança do imposto sobre a renda não recolhido em cada exercício acrescido das penalidades previstas na legislação do imposto de renda, além da perda do direito de acesso, após a condenação, aos benefícios fiscais aqui instituídos, e sujeitando o beneficiário à multa de 30% (trinta por cento) do valor da operação, assegurando o direito de regresso contra os responsáveis pela fraude.

Art 12. As doações, patrocínios e investimentos, de natureza cultural, mencionados nesta lei serão comunicados ao Conselho Federal de Cultura, para que este possa acompanhar e supervisionar as respectivas aplicações, podendo, em caso de desvios ou irregularidades, serem por ele suspensos.

§ 1º O Conselho Federal de Cultura, nas hipóteses deste artigo, será auxiliado (vetado), pelos Conselhos Estaduais de Cultura (vetado).

§ 2º (Vetado).

Art 13. A Secretaria da Receita Federal, no exercício das suas atribuições específicas, fiscalizará a efetiva execução desta lei, no que se refere à realização das atividades culturais ou à aplicação dos recursos nela comprometidos.

Art 14. Obter redução do imposto de renda, utilizando-se fraudulentamente de qualquer dos benefícios desta lei, constitui crime punível com reclusão de 2 (dois) a 6 (seis) meses e multa.

§ 1º No caso de pessoa jurídica, respondem pelo crime o acionista controlador e os administradores, que para ele tenham concorrido.

§ 2º Na mesma pena incorre aquele que, recebendo recursos, bens ou valores em função desta lei, deixe de promover, sem justa causa, atividade cultural objeto do incentivo.

Art 15. No prazo de 120 (cento e vinte) dias o Poder Executivo baixará decreto regulamentando a presente lei.

Art 16. Esta lei produzirá seus efeitos no exercício financeiro de 1987, sendo aplicável às doações, patrocínios e investimentos realizados a partir da data de sua publicação.

Art 17. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art 18. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 2 de julho de 1986; 165º da Independência e 98º da República.

JOSÉ SARNEY

Dilson Domingos Funaro

João Sayad

Angelo Oswaldo de Araújo Santos

Presidência da República

Casa Civil - Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 8.313, DE 23 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.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

CAPÍTULO I

Disposições Preliminares

Art. 1º Fica instituído o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), com a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor de modo a:

- I - contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;
- II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;
- III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;
- IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;
- V - salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;
- VI - preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro;
- VII - desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações;
- VIII - estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória;
- IX - priorizar o produto cultural originário do País.

Art. 2º O Pronac será implementado através dos seguintes mecanismos:

- I - Fundo Nacional da Cultura (FNC);

II - Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart);

III - Incentivo a projetos culturais.

~~Parágrafo único. Os incentivos criados pela presente lei somente serão concedidos a projetos culturais que visem a exibição, utilização e circulação públicas dos bens culturais deles resultantes, vedada a concessão de incentivo a obras, produtos, eventos ou outros decorrentes, destinados ou circunscritos a circuitos privados ou a coleções particulares.~~

§ 1º Os incentivos criados por esta Lei somente serão concedidos a projetos culturais cuja exibição, utilização e circulação dos bens culturais deles resultantes sejam abertas, sem distinção, a qualquer pessoa, se gratuitas, e a público pagante, se cobrado ingresso. (Renumerado do parágrafo único pela Lei nº 11.646, de 2008).

§ 2º É vedada a concessão de incentivo a obras, produtos, eventos ou outros decorrentes, destinados ou circunscritos a coleções particulares ou circuitos privados que estabeleçam limitações de acesso. (Incluído pela Lei nº 11.646, de 2008).

Art. 3º Para cumprimento das finalidades expressas no art. 1º desta lei, os projetos culturais em cujo favor serão captados e canalizados os recursos do Pronac atenderão, pelo menos, um dos seguintes objetivos:

I - incentivo à formação artística e cultural, mediante:

- a) concessão de bolsas de estudo, pesquisa e trabalho, no Brasil ou no exterior, a autores, artistas e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil;
- b) concessão de prêmios a criadores, autores, artistas, técnicos e suas obras, filmes, espetáculos musicais e de artes cênicas em concursos e festivais realizados no Brasil;
- c) instalação e manutenção de cursos de caráter cultural ou artístico, destinados à formação, especialização e aperfeiçoamento de pessoal da área da cultura, em estabelecimentos de ensino sem fins lucrativos;

II - fomento à produção cultural e artística, mediante:

~~a) produção de discos, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográfica de caráter cultural;~~

a) produção de discos, vídeos, obras cinematográficas de curta e média metragem e filmes documentais, preservação do acervo cinematográfico bem assim de outras obras de reprodução videofonográfica de caráter cultural; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

b) edição de obras relativas às ciências humanas, às letras e às artes;

c) realização de exposições, festivais de arte, espetáculos de artes cênicas, de música e de folclore;

d) cobertura de despesas com transporte e seguro de objetos de valor cultural destinados a exposições públicas no País e no exterior;

e) realização de exposições, festivais de arte e espetáculos de artes cênicas ou congêneres;

III - preservação e difusão do patrimônio artístico, cultural e histórico, mediante:

a) construção, formação, organização, manutenção, ampliação e equipamento de museus, bibliotecas, arquivos e outras organizações culturais, bem como de suas coleções e acervos;

b) conservação e restauração de prédios, monumentos, logradouros, sítios e demais espaços, inclusive naturais, tombados pelos Poderes Públicos;

c) restauração de obras de artes e bens móveis e imóveis de reconhecido valor cultural;

d) proteção do folclore, do artesanato e das tradições populares nacionais;

IV - estímulo ao conhecimento dos bens e valores culturais, mediante:

a) distribuição gratuita e pública de ingressos para espetáculos culturais e artísticos;

b) levantamentos, estudos e pesquisas na área da cultura e da arte e de seus vários segmentos;

c) fornecimento de recursos para o FNC e para fundações culturais com fins específicos ou para museus, bibliotecas, arquivos ou outras entidades de caráter cultural;

V - apoio a outras atividades culturais e artísticas, mediante:

a) realização de missões culturais no país e no exterior, inclusive através do fornecimento de passagens;

b) contratação de serviços para elaboração de projetos culturais;

~~e) ações não previstas nos incisos anteriores e consideradas relevantes pela Secretaria da Cultura da Presidência da República – SEC/PR, ouvida a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura – CNIC.~~

c) ações não previstas nos incisos anteriores e consideradas relevantes pelo Ministro de Estado da Cultura, consultada a Comissão Nacional de Apoio à Cultura. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

CAPÍTULO II

Do Fundo Nacional da Cultura (FNC)

Art. 4º Fica ratificado o Fundo de Promoção Cultural, criado pela Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, que passará a denominar-se Fundo Nacional da Cultura (FNC), com o objetivo de

captar e destinar recursos para projetos culturais compatíveis com as finalidades do Pronac e de:

I - estimular a distribuição regional equitativa dos recursos a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos;

II - favorecer a visão interestadual, estimulando projetos que explorem propostas culturais conjuntas, de enfoque regional;

III - apoiar projetos dotados de conteúdo cultural que enfatizem o aperfeiçoamento profissional e artístico dos recursos humanos na área da cultura, a criatividade e a diversidade cultural brasileira;

IV - contribuir para a preservação e proteção do patrimônio cultural e histórico brasileiro;

V - favorecer projetos que atendam às necessidades da produção cultural e aos interesses da coletividade, aí considerados os níveis qualitativos e quantitativos de atendimentos às demandas culturais existentes, o caráter multiplicador dos projetos através de seus aspectos sócio-culturais e a priorização de projetos em áreas artísticas e culturais com menos possibilidade de desenvolvimento com recursos próprios.

~~§ 1º O FNC será administrado pela Secretaria da Cultura da Presidência da República— SEC/PR e gerido por seu titular, assessorado por um comitê constituído dos diretores da SEC/PR e dos presidentes das entidades supervisionadas, para cumprimento do Programa de Trabalho Anual aprovado pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura— CNIC de que trata o art. 32 desta Lei, segundo os princípios estabelecidos nos artigos 1º e 3º da mesma.~~

~~§ 2º Os recursos do FNC serão aplicados em projetos culturais submetidos com parecer da entidade supervisionada competente na área do projeto, ao Comitê Assessor, na forma que dispuser o regulamento.~~

§ 1º O FNC será administrado pelo Ministério da Cultura e gerido por seu titular, para cumprimento do Programa de Trabalho Anual, segundo os princípios estabelecidos nos arts. 1º e 3º. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 2º Os recursos do FNC somente serão aplicados em projetos culturais após aprovados, com parecer do órgão técnico competente, pelo Ministro de Estado da Cultura. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 3º Os projetos aprovados serão acompanhados e avaliados tecnicamente pelas entidades supervisionadas, cabendo a execução financeira à SEC/PR.

§ 4º Sempre que necessário, as entidades supervisionadas utilizarão peritos para análise e parecer sobre os projetos, permitida a indenização de despesas com o deslocamento, quando houver, e respectivos pró-labore e ajuda de custos, conforme ficar definido no regulamento.

§ 5º O Secretário da Cultura da Presidência da República designará a unidade da estrutura básica da SEC/PR que funcionará como secretaria executiva do FNC.

~~§ 6º Os recursos do FNC não poderão ser utilizados para despesas de manutenção administrativa da SEC/PR.~~

§ 6º Os recursos do FNC não poderão ser utilizados para despesas de manutenção administrativa do Ministério da Cultura, exceto para a aquisição ou locação de equipamentos e bens necessários ao cumprimento das finalidades do Fundo. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 7º Ao término do projeto, a SEC/PR efetuará uma avaliação final de forma a verificar a fiel aplicação dos recursos, observando as normas e procedimentos a serem definidos no regulamento desta lei, bem como a legislação em vigor.

§ 8º As instituições públicas ou privadas receptoras de recursos do FNC e executoras de projetos culturais, cuja avaliação final não for aprovada pela SEC/PR, nos termos do parágrafo anterior, ficarão inabilitadas pelo prazo de três anos ao recebimento de novos recursos, ou enquanto a SEC/PR não proceder a reavaliação do parecer inicial.

Art. 5º O FNC é um fundo de natureza contábil, com prazo indeterminado de duração, que funcionará sob as formas de apoio a fundo perdido ou de empréstimos reembolsáveis, conforme estabelecer o regulamento, e constituído dos seguintes recursos:

I - recursos do Tesouro Nacional;

II - doações, nos termos da legislação vigente;

III - legados;

IV - subvenções e auxílios de entidades de qualquer natureza, inclusive de organismos internacionais;

V - saldos não utilizados na execução dos projetos a que se referem o Capítulo IV e o presente capítulo desta lei;

VI - devolução de recursos de projetos previstos no Capítulo IV e no presente capítulo desta lei, e não iniciados ou interrompidos, com ou sem justa causa;

VII - um por cento da arrecadação dos Fundos de Investimentos Regionais, a que se refere a Lei nº 8.167, de 16 de janeiro de 1991, obedecida na aplicação a respectiva origem geográfica regional;

~~VIII - um por cento da arrecadação bruta das loterias federais, deduzindo-se este valor do montante destinado aos prêmios;~~

~~VIII - um por cento da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais e similares cuja realização estiver sujeita a autorização federal, deduzindo-se este valor do montante destinados aos prêmios; (Redação dada pela Lei nº 9.312, de 1996) (Regulamento)~~

VIII - Três por cento da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais e similares cuja realização estiver sujeita a autorização federal, deduzindo-se este valor do montante destinados aos prêmios; (Redação dada pela Lei nº 9.999, de 2000).

IX - reembolso das operações de empréstimo realizadas através do fundo, a título de financiamento reembolsável, observados critérios de remuneração que, no mínimo, lhes preserve o valor real;

X - resultado das aplicações em títulos públicos federais, obedecida a legislação vigente sobre a matéria;

XI - conversão da dívida externa com entidades e órgãos estrangeiros, unicamente mediante doações, no limite a ser fixado pelo Ministro da Economia, Fazenda e Planejamento, observadas as normas e procedimentos do Banco Central do Brasil;

XII - saldos de exercícios anteriores; XIII recursos de outras fontes.

Art. 6º O FNC financiará até oitenta por cento do custo total de cada projeto, mediante comprovação, por parte do proponente, ainda que pessoa jurídica de direito público, da circunstância de dispor do montante remanescente ou estar habilitado à obtenção do respectivo financiamento, através de outra fonte devidamente identificada, exceto quanto aos recursos com destinação especificada na origem.

§ 1º (Vetado)

§ 2º Poderão ser considerados, para efeito de totalização do valor restante, bens e serviços oferecidos pelo proponente para implementação do projeto, a serem devidamente avaliados pela SEC/PR.

Art. 7º A SEC/PR estimulará, através do FNC, a composição, por parte de instituições financeiras, de carteiras para financiamento de projetos culturais, que levem em conta o caráter social da iniciativa, mediante critérios, normas, garantias e taxas de juros especiais a serem aprovados pelo Banco Central do Brasil.

CAPÍTULO III

Dos Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart)

Art. 8º Fica autorizada a constituição de Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), sob a forma de condomínio, sem personalidade jurídica, caracterizando comunhão de recursos destinados à aplicação em projetos culturais e artísticos.

~~**Art. 9º** São considerados projetos culturais e artísticos, para fins de aplicação de recursos dos FICART, além de outros que assim venham a ser declarados pela CNIC:~~

Art. 9º São considerados projetos culturais e artísticos, para fins de aplicação de recursos do FICART, além de outros que venham a ser declarados pelo Ministério da Cultura: (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

I - a produção comercial de instrumentos musicais, bem como de discos, fitas, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográficas;

II - a produção comercial de espetáculos teatrais, de dança, música, canto, circo e demais atividades congêneres;

III - a edição comercial de obras relativas às ciências, às letras e às artes, bem como de obras de referência e outras de cunho cultural;

IV - construção, restauração, reparação ou equipamento de salas e outros ambientes destinados a atividades com objetivos culturais, de propriedade de entidades com fins lucrativos;

~~V - outras atividades comerciais ou industriais, de interesse cultural, assim considerados pela SEC/PR, ouvida a CNIC.~~

V - outras atividades comerciais ou industriais, de interesse cultural, assim consideradas pelo Ministério da Cultura. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

Art. 10 Compete à Comissão de Valores Mobiliários, ouvida a SEC/PR, disciplinar a constituição, o funcionamento e a administração dos Ficart, observadas as disposições desta lei e as normas gerais aplicáveis aos fundos de investimento.

Art. 11 As quotas dos Ficart, emitidas sempre sob a forma nominativa ou escritural, constituem valores mobiliários sujeitos ao regime da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976.

Art. 12 O titular das quotas de Ficart:

I - não poderá exercer qualquer direito real sobre os bens e direitos integrantes do patrimônio do fundo;

II - não responde pessoalmente por qualquer obrigação legal ou contratual, relativamente aos empreendimentos do fundo ou da instituição administradora, salvo quanto à obrigação de pagamento do valor integral das quotas subscritas.

Art. 13 A instituição administradora de Ficart compete:

I - representá-lo ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente;

II - responder pessoalmente pela evicção de direito, na eventualidade da liquidação deste.

Art. 14 Os rendimentos e ganhos de capital auferidos pelos Ficart ficam isentos do imposto sobre operações de crédito, câmbio e seguro, assim como do imposto sobre renda e proventos de qualquer natureza. (Vide Lei nº 8.894, de 1994).

Art. 15 Os rendimentos e ganhos de capital distribuídos pelos Ficart, sob qualquer forma, sujeitam-se à incidência do imposto sobre a renda na fonte à alíquota de vinte e cinco por cento.

Parágrafo único. Ficam excluídos da incidência na fonte de que trata este artigo, os rendimentos distribuídos a beneficiário pessoas jurídica tributada com base no lucro real, os quais deverão ser computados na declaração anual de rendimentos.

Art. 16 Os ganhos de capital auferidos por pessoas físicas ou jurídicas não tributadas com base no lucro real, inclusive isentas, decorrentes da alienação ou resgate de quotas dos Ficart, sujeitam-se à incidência do imposto sobre a renda, à mesma alíquota prevista para a tributação de rendimentos obtidos na alienação ou resgate de quotas de fundos mútuos de ações.

§ 1º Considera-se ganho de capital a diferença positiva entre o valor de cessão ou resgate da quota e o custo médio atualizado da aplicação, observadas as datas de aplicação, resgate ou cessão, nos termos da legislação pertinente.

§ 2º O ganho de capital será apurado em relação a cada resgate ou cessão, sendo permitida a compensação do prejuízo havido em uma operação com o lucro obtido em outra, da mesma ou diferente espécie, desde que de renda variável, dentro do mesmo exercício fiscal.

§ 3º O imposto será pago até o último dia útil da primeira quinzena do mês subsequente àquele em que o ganho de capital foi auferido.

§ 4º Os rendimentos e ganhos de capital a que se referem o caput deste artigo e o artigo anterior, quando auferidos por investidores residentes ou domiciliados no exterior, sujeitam-se à tributação pelo imposto sobre a renda, nos termos da legislação aplicável a esta classe de contribuintes.

Art. 17 O tratamento fiscal previsto nos artigos precedentes somente incide sobre os rendimentos decorrentes de aplicações em Ficart que atendam a todos os requisitos previstos na presente lei e na respectiva regulamentação a ser baixada pela Comissão de Valores Mobiliários.

Parágrafo único. Os rendimentos e ganhos de capital auferidos por Ficart, que deixem de atender aos requisitos específicos desse tipo de fundo, sujeitar-se-ão à tributação prevista no artigo 43 da Lei nº 7.713, de 22 de dezembro de 1988.

CAPÍTULO IV

Do Incentivo a Projetos Culturais

~~**Art. 18** Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, de caráter privado, como através de contribuições ao FNC, nos termos do artigo 5º inciso II desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei, em torno dos quais será dada prioridade de execução pela CNIC.~~

Art. 18 Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, como através de contribuições ao FNC, nos termos do art. 5º, inciso II, desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 1º Os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias efetivamente despendidas nos projetos elencados no § 3º, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, nos limites e nas condições estabelecidos na legislação do imposto de renda vigente, na forma de: (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999).

a) doações; e (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999).

b) patrocínios. (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 2º As pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real não poderão deduzir o valor da doação ou do patrocínio referido no parágrafo anterior como despesa operacional. (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999).

~~§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos: (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999).~~

~~a) artes cênicas; (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999).~~

~~b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999).~~

~~e) música erudita ou instrumental; (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999).~~

~~d) circulação de exposições de artes plásticas; (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999).~~

~~e) doações de acervos para bibliotecas públicas e para museus. (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999).~~

§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos: (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

a) artes cênicas; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

c) música erudita ou instrumental; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

d) exposições de artes visuais; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; e (Incluída pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial. (Incluída pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001).

h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes. (Incluído pela Lei nº 11.646, de 2008).

~~Art. 19. Os projetos culturais previstos nesta Lei serão apresentados à SEC/PR, ou a quem esta delegar a atribuição, acompanhados de planilha de custos, para aprovação de seu enquadramento nos objetivos do PRONAC e posterior encaminhamento à CNIC para decisão final.~~

~~§ 1º No prazo máximo de noventa dias do seu recebimento poderá a SEC/PR notificar o proponente do projeto de não fazer jus aos benefícios pretendidos, informando os motivos da decisão.~~

~~§ 2º Da notificação a que se refere o parágrafo anterior, caberá recurso à CNIC, que deverá decidir no prazo de sessenta dias.~~

Art. 19. Os projetos culturais previstos nesta Lei serão apresentados ao Ministério da Cultura, ou a quem este delegar atribuição, acompanhados do orçamento analítico, para aprovação de seu enquadramento nos objetivos do PRONAC. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 1º O proponente será notificado dos motivos da decisão que não tenha aprovado o projeto, no prazo máximo de cinco dias. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 2º Da notificação a que se refere o parágrafo anterior, caberá pedido de reconsideração ao Ministro de Estado da Cultura, a ser decidido no prazo de sessenta dias. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 3º (Vetado)

§ 4º (Vetado)

§ 5º (Vetado)

§ 6º A aprovação somente terá eficácia após publicação de ato oficial contendo o título do projeto aprovado e a instituição por ele responsável, o valor autorizado para obtenção de doação ou patrocínio e o prazo de validade da autorização.

~~§ 7º A SEC/PR publicará anualmente, até 28 de fevereiro, o montante de recursos autorizados no exercício anterior pela CNIC, nos termos do disposto nesta Lei, devidamente discriminados por beneficiário.~~

§ 7º O Ministério da Cultura publicará anualmente, até 28 de fevereiro, o montante dos recursos autorizados pelo Ministério da Fazenda para a renúncia fiscal no exercício anterior, devidamente discriminados por beneficiário. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 8º Para a aprovação dos projetos será observado o princípio da não-concentração por segmento e por beneficiário, a ser aferido pelo montante de recursos, pela quantidade de projetos, pela respectiva capacidade executiva e pela disponibilidade do valor absoluto anual de renúncia fiscal. (Incluído pela Lei nº 9.874, 1999).

Art. 20. Os projetos aprovados na forma do artigo anterior serão, durante sua execução, acompanhados e avaliados pela SEC/PR ou por quem receber a delegação destas atribuições.

§ 1º A SEC/PR, após o término da execução dos projetos previstos neste artigo, deverá, no prazo de seis meses, fazer uma avaliação final da aplicação correta dos recursos recebidos, podendo inabilitar seus responsáveis pelo prazo de até três anos.

~~§ 2º Da Decisão da SEC/PR caberá recurso à CNIC, que decidirá no prazo de sessenta dias.~~

§ 2º Da decisão a que se refere o parágrafo anterior, caberá pedido de reconsideração ao Ministro de Estado da Cultura, a ser decidido no prazo de sessenta dias. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 3º O Tribunal de Contas da União incluirá em seu parecer prévio sobre as contas do Presidente da República análise relativa a avaliação de que trata este artigo.

Art. 21. As entidades incentivadoras e captadoras de que trata este Capítulo deverão comunicar, na forma que venha a ser estipulada pelo Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento, e SEC/PR, os aportes financeiros realizados e recebidos, bem como as entidades captadoras efetuar a comprovação de sua aplicação.

Art. 22. Os projetos enquadrados nos objetivos desta lei não poderão ser objeto de apreciação subjetiva quanto ao seu valor artístico ou cultural.

Art. 23. Para os fins desta lei, considera-se:

I - (Vetado)

II - patrocínio: a transferência de numerário, com finalidade promocional ou a cobertura, pelo contribuinte do imposto sobre a renda e proventos de qualquer natureza, de gastos, ou a utilização de bem móvel ou imóvel do seu patrimônio, sem a transferência de domínio, para a realização, por outra pessoa física ou jurídica de atividade cultural com ou sem finalidade lucrativa prevista no art. 3º desta lei.

§ 1º Constitui infração a esta Lei o recebimento pelo patrocinador, de qualquer vantagem financeira ou material em decorrência do patrocínio que efetuar.

§ 2º As transferências definidas neste artigo não estão sujeitas ao recolhimento do Imposto sobre a Renda na fonte.

Art. 24. Para os fins deste Capítulo, equiparam-se a doações, nos termos do regulamento:

I - distribuições gratuitas de ingressos para eventos de caráter artístico-cultural por pessoa jurídica a seus empregados e dependentes legais;

II - despesas efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas com o objetivo de conservar, preservar ou restaurar bens de sua propriedade ou sob sua posse legítima, tombados pelo Governo Federal, desde que atendidas as seguintes disposições:

a) preliminar definição, pelo Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural - IBPC, das normas e critérios técnicos que deverão reger os projetos e orçamentos de que trata este inciso;

b) aprovação prévia, pelo IBPC, dos projetos e respectivos orçamentos de execução das obras;

c) posterior certificação, pelo referido órgão, das despesas efetivamente realizadas e das circunstâncias de terem sido as obras executadas de acordo com os projetos aprovados.

Art. 25. Os projetos a serem apresentados por pessoas físicas ou pessoas jurídicas, de natureza cultural para fins de incentivo, objetivarão desenvolver as formas de expressão, os modos de criar e fazer, os processos de preservação e proteção do patrimônio cultural brasileiro, e os estudos e métodos de interpretação da realidade cultural, bem como contribuir para propiciar meios, à população em geral, que permitam o conhecimento dos bens de valores artísticos e culturais, compreendendo, entre outros, os seguintes segmentos:

I - teatro, dança, circo, ópera, mímica e congêneres;

II - produção cinematográfica, videográfica, fotográfica, discográfica e congêneres;

III - literatura, inclusive obras de referência;

IV - música;

V - artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia e outras congêneres;

VI - folclore e artesanato;

VII - patrimônio cultural, inclusive histórico, arquitetônico, arqueológico, bibliotecas, museus, arquivos e demais acervos;

VIII - humanidades; e

IX - rádio e televisão, educativas e culturais, de caráter não-comercial.

~~Parágrafo único. Os projetos culturais relacionados com os segmentos culturais do inciso II deste artigo deverão beneficiar, única e exclusivamente, produções independentes conforme definir o regulamento desta Lei.~~

Parágrafo único. Os projetos culturais relacionados com os segmentos do inciso II deste artigo deverão beneficiar exclusivamente as produções independentes, bem como as produções culturais-educativas de caráter não comercial, realizadas por empresas de rádio e televisão. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

Art. 26. O doador ou patrocinador poderá deduzir do imposto devido na declaração do Imposto sobre a Renda os valores efetivamente contribuídos em favor de projetos culturais aprovados de acordo com os dispositivos desta Lei, tendo como base os seguintes percentuais: (Vide arts. 5º e 6º, Inciso II da Lei nº 9.532 de, 1997).

I - no caso das pessoas físicas, oitenta por cento das doações e sessenta por cento dos patrocínios;

II - no caso das pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, quarenta por cento das doações e trinta por cento dos patrocínios.

§ 1º A pessoa jurídica tributada com base no lucro real poderá abater as doações e patrocínios como despesa operacional.

§ 2º O valor máximo das deduções de que trata o **caput** deste artigo será fixado anualmente pelo Presidente da República, com base em um percentual da renda tributável das pessoas físicas e do imposto devido por pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real.

§ 3º Os benefícios de que trata este artigo não excluem ou reduzem outros benefícios, abatimentos e deduções em vigor, em especial as doações a entidades de utilidade pública efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas.

§ 4º (VETADO)

§ 5º O Poder Executivo estabelecerá mecanismo de preservação do valor real das contribuições em favor de projetos culturais, relativamente a este Capítulo.

Art. 27. A doação ou o patrocínio não poderá ser efetuada a pessoa ou instituição vinculada ao agente.

§ 1º Consideram-se vinculados ao doador ou patrocinador:

a) a pessoa jurídica da qual o doador ou patrocinador seja titular, administrador, gerente, acionista ou sócio, na data da operação, ou nos doze meses anteriores;

b) o cônjuge, os parentes até o terceiro grau, inclusive os afins, e os dependentes do doador ou patrocinador ou dos titulares, administradores, acionistas ou sócios de pessoa jurídica vinculada ao doador ou patrocinador, nos termos da alínea anterior;

c) outra pessoa jurídica da qual o doador ou patrocinador seja sócio.

~~§ 2º. Não se consideram vinculadas as instituições culturais sem fins lucrativos, criadas pelo doador ou patrocinador, desde que, devidamente constituídas e em funcionamento, na forma da legislação em vigor e aprovadas pela CNIC.~~

§ 2º Não se consideram vinculadas as instituições culturais sem fins lucrativos, criadas pelo doador ou patrocinador, desde que devidamente constituídas e em funcionamento, na forma da legislação em vigor. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

Art. 28. Nenhuma aplicação dos recursos previstos nesta Lei poderá ser feita através de qualquer tipo de intermediação.

~~Parágrafo único. A contratação de serviços necessários à elaboração de projetos para obtenção de doação, patrocínio ou investimentos não configura a intermediação referida neste artigo.~~

Parágrafo único. A contratação de serviços necessários à elaboração de projetos para a obtenção de doação, patrocínio ou investimento, bem como a captação de recursos ou a sua execução por pessoa jurídica de natureza cultural, não configura a intermediação referida neste artigo. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999).

Art. 29. Os recursos provenientes de doações ou patrocínios deverão ser depositados e movimentados, em conta bancária específica, em nome do beneficiário, e a respectiva prestação de contas deverá ser feita nos termos do regulamento da presente Lei.

Parágrafo único. Não serão consideradas, para fins de comprovação do incentivo, as contribuições em relação às quais não se observe esta determinação.

Art. 30. As infrações aos dispositivos deste capítulo, sem prejuízo das sanções penais cabíveis, sujeitarão o doador ou patrocinador ao pagamento do valor atualizado do Imposto sobre a Renda devido em relação a cada exercício financeiro, além das penalidades e demais acréscimos previstos na legislação que rege a espécie.

~~Parágrafo único. Para os efeitos deste artigo, considera-se solidariamente responsável por inadimplência ou irregularidade verificada a pessoa física ou jurídica proponente do projeto.~~

§ 1º Para os efeitos deste artigo, considera-se solidariamente responsável por inadimplência ou irregularidade verificada a pessoa física ou jurídica proponente do projeto. (Renumerado do parágrafo único pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 2º A existência de pendências ou irregularidades na execução de projetos da proponente junto ao Ministério da Cultura suspenderá a análise ou concessão de novos incentivos, até a efetiva regularização. (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999).

§ 3º Sem prejuízo do parágrafo anterior, aplica-se, no que couber, cumulativamente, o disposto nos arts. 38 e seguintes desta Lei. (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999).

CAPÍTULO V DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 31. Com a finalidade de garantir a participação comunitária, a representação de artista e criadores no trato oficial dos assuntos da cultura e a organização nacional sistêmica da área, o Governo Federal estimulará a institucionalização de Conselhos de Cultura no Distrito Federal, nos Estados, e nos Municípios.

Art. 32. Fica instituída a Comissão Nacional de incentivo à Cultura - CNIC, com a seguinte composição:

I - o Secretário da Cultura da Presidência da República;

II - os Presidentes das entidades supervisionadas pela SEC/PR;

III - o Presidente da entidade nacional que congrega os Secretários de Cultura das Unidades Federadas;

IV - um representante do empresariado brasileiro;

V - seis representantes de entidades associativas dos setores culturais e artísticos de âmbito nacional.

§ 1º A CNIC será presidida pela autoridade referida no inciso I deste artigo que, para fins de desempate terá o voto de qualidade.

§ 2º Os mandatos, a indicação e a escolha dos representantes a que se referem os incisos IV e V deste artigo, assim como a competência da CNIC, serão estipulados e definidos pelo regulamento desta Lei.

Art. 33. A SEC/PR, com a finalidade de estimular e valorizar a arte e a cultura, estabelecerá um sistema de premiação anual que reconheça as contribuições mais significativas para a área:

I - de artistas ou grupos de artistas brasileiros ou residentes no Brasil, pelo conjunto de sua obra ou por obras individuais;

II - de profissionais da área do patrimônio cultural;

III - de estudiosos e autores na interpretação crítica da cultura nacional, através de ensaios, estudos e pesquisas.

Art. 34. Fica instituída a Ordem do Mérito Cultural, cujo estatuto será aprovado por Decreto do Poder Executivo, sendo que as distinções serão concedidas pelo Presidente da República,

em ato solene, a pessoas que, por sua atuação profissional ou como incentivadoras das artes e da cultura, mereçam reconhecimento.

(Regulamento)

Art. 35. Os recursos destinados ao então Fundo de Promoção Cultural, nos termos do art. 1º, § 6º, da Lei n o 7.505, de 2 de julho de 1986, serão recolhidos ao Tesouro Nacional para aplicação pelo FNC, observada a sua finalidade.

Art. 36. O Departamento da Receita Federal, do Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento, no exercício de suas atribuições específicas, fiscalizará a efetiva execução desta Lei, no que se refere à aplicação de incentivos fiscais nela previstos.

Art. 37. O Poder Executivo a fim de atender o disposto no art. 26, § 2o, desta Lei, adequando-o às disposições da Lei de Diretrizes Orçamentárias, enviará, no prazo de 30 dias, Mensagem ao Congresso Nacional, estabelecendo o total da renúncia fiscal e correspondente cancelamento de despesas orçamentárias.

Art. 38. Na hipótese de dolo, fraude ou simulação, inclusive no caso de desvio de objeto, será aplicada, ao doador e ao beneficiário, multa correspondente a duas vezes o valor da vantagem recebida indevidamente.

Art. 39. Constitui crime, punível com a reclusão de dois a seis meses e multa de vinte por cento do valor do projeto, qualquer discriminação de natureza política que atente contra a liberdade de expressão, de atividade intelectual e artística, de consciência ou crença, no andamento dos projetos a que se refere esta Lei.

Art. 40. Constitui crime, punível com reclusão de dois a seis meses e multa de vinte por cento do valor do projeto, obter redução do imposto de renda utilizando-se fraudulentamente de qualquer benefício desta Lei.

§ 1º No caso de pessoa jurídica respondem pelo crime o acionista controlador e os administradores que para ele tenham concorrido.

§ 2º Na mesma pena incorre aquele que, recebendo recursos, bens ou valores em função desta Lei, deixa de promover, sem justa causa, atividade cultural objeto do incentivo.

Art. 41. O Poder Executivo, no prazo de sessenta dias, Regulamentará a presente lei.

Art. 42. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 43. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 23 de dezembro de 1991; 170º da Independência e 103º da República.

FERNANDO COLLOR

Jarbas Passarinho

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 24.12.1991



**Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos**

CASA CIVIL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

**DESPACHO DA MINISTRA
CONSULTA PÚBLICA
PROJETO DE LEI**

A MINISTRA DE ESTADO CHEFE DA CASA CIVIL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA torna público, nos termos do art. 34, inciso II, do Decreto nº 4.176, de 28 de março de 2002, projeto de lei que institui o Programa de Fomento e Incentivo à Cultura-Profic, e dá outras providências.

O texto em apreço encontra-se disponível, também, no seguinte endereço da Internet:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/consulta_publica/consulta.htm.

A relevância da matéria recomenda a sua ampla divulgação, a fim de que todos possam contribuir para o seu aperfeiçoamento. Eventuais sugestões poderão ser encaminhadas, até o dia 6 de maio de 2009, à Casa Civil da Presidência da República, Palácio do Planalto, 4º andar, sala 3, Brasília-DF, CEP 70.150-900, com a indicação “Sugestões ao projeto de lei que institui o Programa de Fomento e Incentivo à Cultura - Profic, e dá outras providências”, ou pelo e-mail: profic@planalto.gov.br

DILMA ROUSSEFF

PROJETO DE LEI

Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Profic, e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

CAPÍTULO I

DO PROFIC

Seção I

Disposições preliminares

Art. 1º Fica instituído o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Profic, com a finalidade de mobilizar recursos e aplicá-los em incentivos a projetos culturais que concretizem os princípios da Constituição, em especial os dos arts. 215 e 216, em cumprimento às diretrizes do Plano Nacional de Cultura e da Convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais, da Unesco, da qual o Brasil é país signatário.

Art. 2º Integrarão o Profic, dentre outros, os seguintes mecanismos:

- I - Fundo Nacional da Cultura - FNC;
- II - incentivos a Projetos Culturais via renúncia fiscal;
- III - Vale-Cultura, criado por Lei específica; e
- IV - Fundo de Investimento Cultural e Artístico - Ficart.

Parágrafo único. Os mecanismos de que trata este artigo serão implementados sob as seguintes modalidades de execução, dentre outras:

- I - financiamento não-retornável;
- II - transferências para fundos públicos, estaduais e municipais de cultura;
- III - contratos e parcerias com entidades sem fins lucrativos;
- IV empréstimos;
- V - investimento em empresas e projetos, com associação aos resultados econômicos; e
- VI - parcerias público-privadas.

Art. 3º O Profic promoverá o desenvolvimento cultural e artístico, o exercício dos direitos culturais e o fortalecimento da economia da cultura, considerando:

- I - a expressão cultural dos diferentes indivíduos, grupos e comunidades das diversas regiões do País e a necessidade de apoiar sua difusão;
- II - as diferentes linguagens artísticas, garantindo suas condições de realização, circulação, formação e fruição nacional e internacional;
- III - a preservação e o uso sustentável do patrimônio cultural brasileiro em suas dimensões material e imaterial;
- IV - a ampliação do acesso da população à fruição e à produção dos bens e serviços culturais e sua plena liberdade de expressão;
- V - o desenvolvimento da economia da cultura, a geração de emprego, ocupação e renda;

- VI - as atividades culturais afirmativas que busquem erradicar todas as formas de discriminação e preconceito;
- VII - os arranjos produtivos locais da cultura e as expressões da cultura popular;
- VIII - a relevância das atividades culturais de caráter inovador ou experimental;
- IX - a necessidade de formação, capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos para a produção e a difusão cultural;
- X - a valorização da língua portuguesa e das diversas línguas e culturas que formam a sociedade brasileira;
- XI - a difusão e a valorização das expressões culturais brasileiras no exterior, assim como o intercâmbio cultural com outros países;
- XII - a valorização de artistas, mestres de culturas tradicionais, técnicos, pesquisadores e estudiosos da cultura brasileira; e
- XIII - a valorização da diversidade cultural da humanidade.

Seção II

Da Participação da Sociedade na Gestão do Profic

Art. 4º O Profic observará as diretrizes estabelecidas pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura - CNIC, órgão colegiado do Ministério da Cultura, com composição paritária entre governo e sociedade civil, presidida pelo Ministro da Cultura e composta por pelo menos um representante de cada um dos comitês gestores dos fundos setoriais, todos escolhidos dentre os representantes da sociedade civil.

Parágrafo único. Ficam criados, no âmbito da CNIC, comitês gestores setoriais com participação da sociedade civil, cuja composição, funcionamento e competências serão definidos em regulamento.

Art. 5º Compete à CNIC:

- I - definir diretrizes, normas e critérios para utilização dos recursos do Profic, de acordo com um plano de ação bienal, e em consonância com o Plano Nacional de Cultura;
- II - aprovar a programação orçamentária e financeira dos recursos do Profic e avaliar a sua execução; e
- III - aprovar seu regimento interno.

§ 1º Com a finalidade de promover a gestão operacional integrada dos recursos do Profic, a CNIC poderá instituir Comitês de Coordenação para os diferentes mecanismos.

§ 2º Os recursos do Profic serão concedidos a projetos culturais que resultem em bens culturais de exibição, utilização e circulação públicas, vedada a sua destinação a coleções particulares ou circuitos privados que estabeleçam limitações de acesso.

§ 3º O disposto no parágrafo anterior não se aplica aos financiamentos realizados pelos Ficarts.

CAPÍTULO II DO FUNDO NACIONAL DA CULTURA

Seção I

Da constituição e gestão

Art. 6º O Fundo Nacional da Cultura - FNC, criado pela Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986 e ratificado pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, vinculado ao Ministério da Cultura, fica mantido como fundo de natureza contábil e financeira, com prazo indeterminado de duração, de acordo com as regras definidas na presente Lei.

Art. 7º O FNC será administrado pelo Ministério da Cultura, na forma estabelecida no regulamento.

Art. 8º Ficam criadas no FNC as seguintes categorias e programações específicas, denominadas:

- I - Fundo Setorial das Artes, para apoiar, dentre outras, o Teatro, o Circo, a Dança, as Artes Visuais e a Música;
- II - Fundo Setorial da Cidadania, Identidade e Diversidade Cultural;
- III - Fundo Setorial da Memória e Patrimônio Cultural Brasileiro;
- IV - Fundo Setorial do Livro e Leitura; e
- V - Fundo Global de Equalização.

Parágrafo único. Integrará o FNC o Fundo Setorial do Audiovisual, nos termos da Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006.

Seção II

Dos recursos e suas aplicações

Art. 9º São receitas do FNC:

- I - dotações consignadas na Lei orçamentária anual e seus créditos adicionais;
- II - doações voluntárias;
- III - legados;
- IV - subvenções e auxílios de entidades de qualquer natureza, inclusive de organismos internacionais;
- V - saldos não utilizados na execução dos projetos financiados com recursos do Profic;
- VI - devolução de recursos determinados pelo não cumprimento ou desaprovação de contas de projetos custeados pelos instrumentos de financiamento do Profic;
- VII - um por cento da arrecadação dos Fundos de Investimentos Regionais a que se refere a Lei nº 8.167, de 16 de janeiro de 1991, obedecida na aplicação a respectiva origem geográfica regional;
- VIII - três por cento da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais e similares cuja realização estiver sujeita a autorização federal, deduzindo-se este valor dos montantes destinado aos prêmios;
- IX - reembolso das operações de empréstimo realizadas por meio do FNC, a título de financiamento reembolsável, observados critérios de remuneração que, no mínimo, lhes preserve o valor real;
- X - retorno dos resultados econômicos provenientes dos investimentos em empresas e projetos feitos com recursos do FNC;
- XI - resultado das aplicações em títulos públicos federais, obedecida a legislação vigente sobre a matéria;
- XII - conversão da dívida externa com entidades e órgãos estrangeiros, unicamente mediante doações, no limite a ser fixado pelo Ministério da Fazenda, observadas as normas e procedimentos do Banco Central do Brasil;
- XIII - recursos provenientes da arrecadação da Loteria Federal da Cultura, criada por Lei específica;
- XIV - saldos de exercícios anteriores;
- XV - produto do rendimento de suas aplicações em programas e projetos, bem como nos fundos de investimentos referidos no art. 34 desta Lei;
- XVI - empréstimos de instituições financeiras ou outras entidades;

XVIII- doações e legados, nos termos da legislação vigente;

XIX - outras receitas que lhe vierem a ser destinadas.

§ 1º Os recursos de que tratam os incisos VIII e XIII serão depositados em instituição financeira federal responsável por sua arrecadação, diretamente em contas específicas na forma do regulamento desta Lei.

§ 2º Os recursos previstos no inciso XIII serão destinados, em sua integralidade, ao Fundo Setorial das Artes.

§ 3º Os recursos previstos nos incisos IX e X serão creditados em conta específica junto a instituições financeiras federais designadas, na forma do regulamento desta Lei.

§ 4º As receitas previstas neste artigo não contemplarão o Fundo Setorial de Audiovisual, que se regerá pela Lei nº 11.437, de 2006.

Art. 10. Do atribuído a cada Fundo Setorial, no mínimo oitenta por cento será destinado a iniciativas da sociedade, ficando o restante para projetos prioritários a serem definidos pela CNIC.

Art. 11. Os recursos do FNC serão aplicados nas seguintes modalidades:

I - não-reembolsáveis, na forma do regulamento, para:

a) apoio a programas, ações e projetos culturais; e

b) equalização de encargos financeiros e constituição de fundos de aval nas operações de crédito.

II - reembolsáveis, destinados ao estímulo da atividade produtiva das empresas de natureza cultural e pessoas físicas, mediante a concessão de empréstimos; e

III - investimento, por meio de associação a empresas e projetos culturais, com participação econômica nos resultados.

§ 1º As transferências de que trata o inciso I do **caput** deste artigo dar-se-ão preponderantemente, por meio de editais de seleção pública de projetos.

§ 2º Nos casos previstos nos incisos II e III do **caput**, o Ministério da Cultura definirá com os agentes financeiros credenciados a taxa de administração, os prazos de carência, os juros limites, as garantias exigidas e as formas de pagamento.

§ 3º Os riscos das operações previstas no parágrafo anterior serão assumidos, solidariamente, pelo FNC e pelos agentes financeiros credenciados, na forma que dispuser o regulamento.

§ 4º A taxa de administração a que se refere o § 2º não poderá ser superior a três por cento dos recursos disponibilizados para o financiamento.

§ 5º Para o financiamento de que trata o inciso II, serão fixadas taxas de remuneração que, no mínimo, preservem o valor originalmente concedido.

Art. 12. Fica autorizada a composição financeira de recursos do Fundo Nacional da Cultura com recursos não-incentivados de empresas privadas para co-patrocínio de programas e ações culturais de interesse estratégico para o desenvolvimento das cadeias produtivas da cultura, assim considerado pela CNIC.

Art. 13. É vedada a utilização de recursos do FNC com despesas de manutenção administrativa do Ministério da Cultura e de suas entidades vinculadas.

Art. 14. As despesas operacionais, de planejamento, prospecção, acompanhamento, avaliação e divulgação de resultados relativos ao financiamento de atividades culturais, incluídas a aquisição ou a locação de equipamentos e bens necessários ao cumprimento dos objetivos do FNC, não poderão ultrapassar cinco por cento dos recursos arrecadados, observado o limite fixado anualmente por ato da CNIC.

Art. 15. A transferência de recursos do FNC a fundos públicos de estados, municípios e Distrito Federal, para co-financiamento, destinar-se-á a programas oficialmente instituídos, de seleção pública de projetos culturais, que atendam a pelo menos uma das seguintes finalidades:

I - defesa e valorização do patrimônio cultural local;

II - atendimento à produção cultural em áreas culturais com menos possibilidades de desenvolvimento com recursos próprios;

III - formação de pessoal para a gestão da cultura;

IV - democratização do acesso a bens, serviços e produtos culturais; ou

V - valorização da diversidade cultural, étnica e regional.

§ 1º A transferência prevista neste artigo está condicionada a existência, nas respectivas unidades federadas, de órgão colegiado, oficialmente instituído, em que a sociedade civil tenha representação no mínimo paritária.

§ 2º Os critérios de investimento de recursos do FNC deverão considerar a participação da unidade da federação na distribuição total de recursos federais para a cultura, com vistas a promover o equilíbrio territorial no investimento.

§ 3º A participação do FNC nos fundos estaduais, municipais e do Distrito Federal não poderá ser superior à proporção de quatro partes do FNC para cada parte depositada pelo ente federado.

Art. 16. Com a finalidade de garantir a participação comunitária, de artistas e criadores no trato oficial dos assuntos da cultura e na organização nacional sistêmica da área, o Governo Federal estimulará a institucionalização de Conselhos de Cultura no Distrito Federal, nos Estados e nos Municípios.

Parágrafo único. Fica criado o Sistema Nacional de Informações de Fomento e Incentivo à Cultura, que deverá reunir e difundir as informações relativas ao fomento cultural nos três níveis da Federação.

Art. 17. O FNC alocará recursos nos fundos setoriais, que receberão entre dez e trinta por cento da dotação global, conforme orientação da CNIC.

§ 1º Além dos recursos oriundos da dotação global do Fundo Nacional da Cultura, os fundos setoriais poderão receber, na forma da Lei, contribuições e outros recolhimentos, depositados em instituição federal responsável por sua arrecadação, diretamente em contas específicas.

§ 2º Ficam excluídos dos limites de que trata o caput deste artigo a arrecadação própria prevista no parágrafo anterior.

§ 3º O FNC alocará parte de seus recursos em seu Fundo Global de Equalização, a ser utilizado em investimentos setoriais e ações transversais, conforme definido pela CNIC, observado o disposto no plano bienal do Profic.

Art. 18. O FNC financiará até oitenta por cento do custo total de projetos culturais sem fins lucrativos.

§ 1º Nos casos em que houver alta relevância cultural e disponibilização de acesso público e gratuito, segundo regulamentação específica aprovada pela CNIC, o financiamento do projeto cultural poderá ser integral.

§ 2º O proponente deve comprovar que dispõe do montante complementar ao aportado pelo FNC ou que está habilitado à obtenção de financiamento por outra fonte.

§ 3º Poderão ser considerados, para efeito de totalização do valor descrito no parágrafo anterior, bens e serviços economicamente mensuráveis.

§ 4º Os projetos apresentados por entidades privadas sem fins lucrativos poderão acolher despesas administrativas de até quinze por cento de seu custo total.

CAPÍTULO III DA DOAÇÃO E DO CO-PATROCÍNIO INCENTIVADOS

Art. 19. A União facultará às pessoas físicas e às pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou co-patrocínios, por meio de doações ao FNC nos termos do art. 9º, XVIII ou do apoio direto a projetos e ações culturais aprovados pelo Ministério da Cultura, até o quinto ano da promulgação desta Lei, conforme a Lei nº 11.768, de 14 de agosto de 2008, art. 93, § 2º, nas seguintes condições:

I - pessoa física - dedução de valores despendidos com doações ao Fundo Nacional de Cultura, nos termos do inciso XVIII do art. 9º, ou com co-patrocínio de projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura, observado o disposto no art. 22 da Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997;

II - pessoa jurídica tributada com base no lucro real - dedução de valores despendidos com doações ao FNC nos termos do inciso XVIII do art. 9º, ou em patrocínio ou co-patrocínio de projetos culturais aprovadas pelo Ministério da Cultura, sendo que o total da dedução, conjuntamente com as deduções previstas na Lei nº 8.685, de 6 de setembro de 1993, e na Medida Provisória nº 2.228-1, de 20 de julho de 2001, não poderá exceder a dois por cento do lucro operacional.

Art. 20. Além das hipóteses previstas no artigo anterior, poderão ser deduzidas do imposto de renda devido, nas condições descritas nos incisos I e II do art. 19, conforme sua natureza, as despesas efetuadas por contribuintes pessoas físicas ou pessoas jurídicas, tributadas com base no lucro real, com o objetivo de conservar, preservar ou restaurar patrimônio material edificado de sua propriedade ou sob sua posse legítima, tombado pelo Poder Público Federal, desde que o projeto de intervenção tenha sido aprovado pelo Ministério da Cultura, conforme dispuser o regulamento.

Art. 21. Para os fins desta Lei, considera-se:

I - doação: a transferência de numerário a projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura com dedução dos valores doados do Imposto de Renda devido nos seguintes percentuais:

- a) no caso das pessoas físicas, oitenta por cento das doações;
- b) no caso das pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, quarenta por cento das doações.

II - co-patrocínio incentivado: parceria entre União e iniciativa privada, com a aplicação de recursos públicos federais, por meio de renúncia fiscal, a projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura, com dedução dos valores neles aportados, nos percentuais estabelecidos na forma dos art. 24 e 32 desta Lei.

Parágrafo único. Para os fins deste artigo, equiparam-se a doações, nos termos do regulamento:

I - a hipótese prevista no art. 20 desta Lei;

II - a transferência, previamente aprovada pelo Ministério da Cultura, de bem imóvel do patrimônio de contribuinte do Imposto de Renda, pessoa física ou pessoa jurídica, tributada com base no lucro real, para o patrimônio de pessoa jurídica de natureza cultural sem fins lucrativos;

III - a transferência, previamente aprovada pelo Ministério da Cultura, de bem móvel, de reconhecido valor cultural, do patrimônio de contribuinte do Imposto de Renda, pessoa física ou pessoa jurídica, para o patrimônio de pessoa jurídica de natureza cultural sem fins lucrativos.

§ 1º O valor dos bens móveis ou imóveis doados corresponderá:

I - no caso de pessoa jurídica:

- a) se integrante do ativo permanente, ao valor constante de sua escrituração comercial;
- b) se não integrante do ativo permanente, ao custo de aquisição ou produção.

II - no caso de pessoa física, o valor constante de sua declaração de ajuste anual.

§ 2º Quando a doação for efetuada por valor superior aos previstos no § 1º deverá ser apurado ganho de capital com base na legislação vigente.

Art. 22. São vedados a doação e o co-patrocínio incentivados a pessoa ou instituição vinculada ao co-patrocinador ou doador.

§ 1º Consideram-se vinculados ao co-patrocinador ou doador:

- a) qualquer pessoa jurídica da qual seja titular, administrador, gerente, acionista majoritário ou sócio, na data da operação, ou nos doze meses anteriores;
- b) a pessoa jurídica de que seu cônjuge, companheiro(a), parentes em linha reta e colateral até o terceiro grau, inclusive os afins e dependentes, seja titular, administrador, gerente, acionista ou sócio, na data da operação, ou nos doze meses anteriores;
- c) seu cônjuge, companheiro(a), parentes em linha reta e colateral até o terceiro grau, inclusive os afins e dependentes; e
- d) qualquer pessoa física que seja titular, administradora, acionista ou sócia de pessoa jurídica vinculada ao co-patrocinador ou doador ou da qual ele seja titular, administrador, gerente, acionista ou sócio, na data da operação, ou nos doze meses anteriores.

§ 2º Não se aplicam as regras deste artigo às pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos e com finalidade cultural criadas pelo co-patrocinador, desde que formalmente constituídas, na forma da legislação em vigor e com planos anuais de atividades aprovados pelo Ministério da Cultura, devendo o co-patrocinador destinar ao FNC ou projetos desvinculados da atuação de sua instituição, ao menos vinte por cento dos recursos nela aplicados.

Art. 23. Os limites da dedução sobre o imposto de renda devido, quando da utilização dos mecanismos de incentivo fiscal, previstos nesta Lei, obedecerão aos seguintes percentuais:

- I - pessoa física - dedução de valores no limite de seis por cento do imposto devido na declaração de ajuste anual; e
- II - pessoa jurídica tributada com base no lucro real - dedução de valores despendidos no limite de quatro por cento do imposto de renda devido.

§ 1º A dedução de que trata o inciso I do **caput**:

- I - está limitada ao valor pago no ano-calendário a que se referir a declaração;
- II - aplica-se somente ao modelo completo de Declaração de Ajuste Anual;
- III - observados os limites específicos previstos nos arts. 21, inciso II, 23, inciso I, 24, e 37, desta Lei, a dedução do imposto devido, fica sujeita ao limite de seis por cento conjuntamente com as deduções de que trata o art. 22 da Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997;
- IV - não poderá exceder ao valor do imposto apurado na forma do art. 11 da Lei nº 9.250, de 26 de dezembro de 1995.

§ 2º Observados os limites específicos de que tratam os arts. 23, 24 e 37 e o disposto no § 4 do art. 3º da Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, a soma das deduções de que tratam os

mesmos arts. 23, 24 e 37 e das deduções de que tratam os arts. 1º e 1º-A da Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, e os arts. 44 e 45 da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001 (Audiovisual) não poderá exceder a quatro por cento do imposto sobre renda devido pela pessoa jurídica.

§ 3º A pessoa jurídica não poderá abater as doações ou co-patrocínios como despesa operacional

Art. 24. As propostas aprovadas pelo Ministério da Cultura poderão possibilitar ao co-patrocinador a dedução de imposto de renda de trinta, sessenta, setenta, oitenta, noventa e cem por cento dos valores despendidos, na forma e condições previstas no art. 32.

Art. 25. O Ministério da Cultura publicará anualmente, no Diário Oficial da União, até 30 de abril, o montante captado no ano-calendário anterior, devidamente discriminado por proponente, doador e co-patrocinador.

Art. 26. Os projetos que buscam co-patrocínio incentivado poderão acolher despesas de elaboração, captação, administração e comunicação, nos termos do regulamento.

Parágrafo único. A soma dessas despesas não poderá superar trinta por cento do total do projeto.

Art. 27. As pessoas jurídicas sem fins lucrativos de natureza cultural que desenvolvam atividades permanentes, assim consideradas pela CNIC, deverão apresentar plano anual de atividades, para fins de utilização dos mecanismos da doação e do co-patrocínio, nos termos definidos em regulamento.

Art. 28. A CNIC, conforme parâmetros definidos em Decreto, fixará os limites de incentivo a projetos que contemplem programas, ações ou atividades de caráter permanente executados diretamente pelo poder público ou por organizações do terceiro setor em ações que beneficiem diretamente o poder público.

Parágrafo único. Consideram-se ações ou atividades de caráter permanente, para os fins deste artigo:

- I - manutenção de equipamentos culturais pertencentes ao Poder Público; e
- II - ações criadas pelo Poder Público, inerentes ao seu exercício institucional.

Art. 29. Os recursos provenientes de co-patrocínios incentivados deverão ser depositados e movimentados em conta bancária específica, aberta em instituição financeira federal credenciada pelo Ministério da Cultura, devendo a respectiva prestação de contas ser apresentada nos termos do regulamento desta Lei.

CAPÍTULO IV

DA APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE PROJETOS

Art. 30. Os projetos culturais previstos nesta Lei serão apresentados, analisados e aprovados pelo Ministério da Cultura.

Parágrafo único. Para cumprimento do disposto neste artigo, o Ministério da Cultura poderá contratar peritos e instituições especializadas para elaboração de pareceres técnicos que subsidiem a análise dos projetos culturais.

Art. 31. A aplicação dos recursos previstos nesta Lei não poderá ser feita por intermediação.

Art. 32. Os projetos passarão por um sistema de avaliação que contemplará a acessibilidade do público, aspectos técnicos e orçamentários, baseado em critérios transparentes e que nortearão o processo seletivo.

§ 1º Os critérios de avaliação serão aprovados pela CNIC, com a colaboração dos Comitês Gestores, e publicados até noventa dias antes do início do processo seletivo.

§ 2º Os projetos que concorrem ao co-patrocínio serão submetidos a sistema de pontuação que indicará seu enquadramento em um dos percentuais de renúncia fiscal previstos no art. 24.

Art. 33. A aprovação dos projetos somente terá eficácia após publicação de ato oficial, na forma e condições estabelecidas em regulamento.

Parágrafo único. Da decisão caberá recurso no prazo de dez dias úteis, a partir da publicação.

CAPÍTULO V

DO ESTÍMULO ÀS ATIVIDADES CULTURAIS ECONOMICAMENTE SUSTENTÁVEIS

Art. 34. Fica autorizada a constituição de Fundos de Investimento Cultural e Artístico - Ficarts, sob a forma de condomínio fechado, sem personalidade jurídica, caracterizando comunhão de recursos destinados à aplicação em projetos culturais e artísticos, e administrados por instituição financeira autorizada a funcionar pelo Banco Central do Brasil.

§ 1º O patrimônio dos Ficarts será representado por quotas emitidas sob a forma escritural, alienadas ao público com a intermediação da instituição administradora do Fundo.

§ 2º A administradora será responsável por todas as obrigações do Fundo, inclusive as de caráter tributário.

Art. 35. Compete à Comissão de Valores Mobiliários autorizar, disciplinar e fiscalizar a constituição, o funcionamento e a administração dos Ficarts, observadas as disposições desta Lei e as normas aplicáveis aos fundos de investimento.

Parágrafo único. A Comissão de Valores Mobiliários comunicará a constituição dos Ficarts, bem como das respectivas administradoras, ao Ministério da Cultura.

Art. 36. Os bens e serviços culturais a serem financiados pelos Ficarts serão aqueles considerados sustentáveis economicamente, baseados em avaliação das instituições financeiras credenciadas.

§ 1º É vedada a aplicação de recursos de Ficart em projetos que tenham participação majoritária de quotista do próprio Fundo.

§ 2º Não serão beneficiadas pelo mecanismo de que trata este capítulo as iniciativas contempladas no Capítulo VII da Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001, alterada pela Lei nº 11.437, de 2006.

Art. 37. Até o período previsto no art. 19, **caput**, as pessoas físicas e pessoas jurídicas tributadas pelo lucro real poderão deduzir do imposto de renda devido até trinta por cento do valor despendido para aquisição de cotas dos Ficarts, observado os limites referidos no art. 23. Parágrafo único. Somente são dedutíveis do imposto devido as quantias aplicadas na aquisição de cotas dos Ficarts:

I - pela pessoa física, no ano-calendário a que se referir a declaração de ajuste anual; ou

II - pela pessoa jurídica, no respectivo período de apuração de imposto.

Art. 38. A dedução de que trata o art. 23 incidirá sobre o imposto devido:

I - no trimestre a que se referirem os investimentos, para as pessoas jurídicas que apuram o lucro real trimestral;

II - no ano-calendário, para as pessoas jurídicas que, tendo optado pelo recolhimento do imposto por estimativa, apuram o lucro real anual; ou

III - no ano-calendário, conforme ajuste em declaração anual de rendimentos para a pessoa física.

§ 1º Em qualquer hipótese, não será dedutível a perda apurada na alienação das cotas dos Ficarts.

§ 2º A pessoa jurídica que alienar as cotas dos Ficarts somente poderá considerar como custo de aquisição, na determinação do ganho de capital, os valores deduzidos na forma do **caput** deste artigo na hipótese em que a alienação ocorra após cinco anos da data de sua aquisição.

Art. 39. A aplicação dos recursos dos Ficarts far-se-á, exclusivamente, por meio de:

I - contratação de pessoas jurídicas com sede no território brasileiro, tendo por finalidade exclusiva a execução de bens e serviços culturais;

II - participação na produção de bens e na execução de serviços culturais realizados por pessoas jurídicas de natureza cultural com sede no território brasileiro.

Art. 40. As quotas dos Ficarts, emitidas sempre sob a forma nominativa ou escritural, constituem valores mobiliários sujeitos ao regime da legislação em vigor.

§ 1º Considera-se ganho de capital a diferença positiva entre o valor de cessão ou resgate da quota e o custo médio atualizado da aplicação, observadas as datas de aplicação, resgate ou cessão, nos termos da legislação pertinente.

§ 2º O ganho de capital será apurado em relação a cada resgate ou cessão, sendo permitida a compensação do prejuízo havido em uma operação com o lucro obtido em outra, da mesma ou diferente espécie, desde que de renda variável, dentro do mesmo exercício fiscal.

§ 3º Os rendimentos e ganhos de capital a que se refere o **caput** deste artigo, quando auferidos por investidores residentes ou domiciliados no exterior, sujeitam-se à tributação pelo imposto sobre a renda, nos termos da legislação aplicável a esta classe de contribuintes.

CAPÍTULO VI

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Seção I

Das infrações

Art. 41. Constitui infração aos dispositivos desta Lei:

I - auferir o co-patrocinador ou doador qualquer vantagem financeira ou material em decorrência do co-patrocínio ou da doação;

II - agir o co-patrocinador, o doador ou o proponente de projeto com dolo, fraude ou simulação na utilização dos incentivos nela previstos;

III - desviar para finalidade diversa da fixada nos respectivos programas, projeto ou atividade, os recursos, bens, valores ou benefícios obtidos com base desta Lei;

IV - adiar, antecipar ou cancelar, sem justa causa, programa, projeto ou atividade beneficiada pelos incentivos.

V - deixar o co-patrocinador, o doador ou o proponente de projeto de mencionar a utilização de recursos previstos nesta Lei ou de dar os créditos ao Ministério da Cultura, quando da divulgação dos bens culturais e das campanhas institucionais; ou

VI - deixar o co-patrocinador, o doador ou o proponente do projeto de utilizar as logomarcas do Ministério da Cultura e dos mecanismos de financiamento previstos nesta Lei, ou fazê-lo de forma diversa da estabelecida no manual de identidade visual do Ministério da Cultura.

Seção II

Das penalidades

Art. 42. As infrações aos dispositivos desta Lei, sem prejuízo das demais sanções cabíveis, sujeitarão:

I - o doador ou o co-patrocinador ao pagamento do valor atualizado do imposto sobre a renda não recolhido, além das penalidades e demais acréscimos previstos na legislação tributária;

II - o infrator ao pagamento de multa de até a duas vezes o valor da vantagem auferida indevidamente.

III - o infrator à perda ou suspensão de participação em linhas de financiamento em estabelecimentos oficiais de crédito;

IV - o infrator à proibição de contratar com a administração pública pelo período de até dois anos; e

V - o infrator à suspensão ou proibição de fruir de benefícios fiscais instituídos por esta Lei pelo período de até dois anos.

Parágrafo único. O proponente do projeto, por culpa ou dolo, é solidariamente responsável pelo pagamento do valor previsto no inciso I do **caput**.

Art. 43. Constitui crime utilizar-se fraudulentamente dos benefícios de que trata esta Lei.

Pena - reclusão de seis a doze meses e multa de que trata o inciso II do art. 42.

Art. 44. Para os efeitos desta Lei, consideram-se solidariamente responsáveis por inadimplência ou irregularidade verificada as pessoas físicas e jurídicas envolvidas na operação inadimplente ou irregular.

CAPÍTULO VII DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 45. Fica Instituído o Programa de Fomento às Exportações de Bens e Serviços Culturais - Procex, no âmbito do Ministério da Cultura, em coordenação com os Ministérios da Fazenda, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e das Relações Exteriores, e com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

Art. 46. Fica constituída a Câmara de Comércio de Bens e Serviços Culturais que analisará e proporá diretrizes das políticas de desenvolvimento das exportações de bens e serviços culturais, composta por dez membros, sendo cinco representantes da sociedade e um representante de cada órgão previsto no art. 45.

Art. 47. O Ministério da Cultura estabelecerá premiação anual com a finalidade de estimular e valorizar as melhores práticas de agentes públicos e privados dos mecanismos de fomento previstos nesta Lei.

Art. 48. Fica mantida a Ordem do Mérito Cultural, instituída pelo art. 34 da Lei nº 8.313, de 1991, sendo que as distinções serão concedidas pelo Presidente da República, em ato solene, a pessoas que, por sua atuação profissional ou como incentivadoras das artes e da cultura, mereçam reconhecimento.

Art. 49. O Ministério da Cultura e demais órgãos da Administração Pública Federal poderão dispor dos bens e serviços culturais financiados com recursos públicos para fins não-comerciais e não-onerosos, após o período de três anos de reserva de direitos de utilização sobre a obra.

Parágrafo único. A disposição dos bens tratados neste artigo para fins educacionais, igualmente não-onerosos, poderá se dar após o período de um ano e seis meses de reserva de direitos de utilização sobre a obra.

Art. 50. O Ministério da Cultura disciplinará a comunicação e uso de marcas do Profic.

Parágrafo único. Nas ações de co-patrocínio incentivado haverá relação direta entre a participação com recursos não-incentivados do agente privado e sua visibilidade na ação co-patrocínada, segundo critérios objetivos estipulados em regulamento.

Art. 51. Os incentivos de que trata esta Lei ficam limitados, no ano de sua entrada em vigor, aos limites de renúncia constantes da Lei de Diretrizes Orçamentárias e da Lei de Orçamento Anual, referentes aos incentivos extintos.

Art. 52. O Poder Executivo, no prazo de cento e vinte dias, a contar da data de sua publicação, regulamentará a presente Lei.

Art. 53. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 54. Revogam-se:

I - a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 e o Decreto nº 5.761, de 27 de abril de 2006;

II a Lei nº 9.312, de 5 de novembro de 1996;

III - a Lei nº 9.999, de 30 de agosto de 2000;

IV - a Lei nº 11.646, de 10 de março de 2008;

V - o art. 6º da Lei nº 8.849, de 28 de janeiro de 1994; e

VI - o art. 9º da Lei nº 11.483, de 31 de maio de 2007.

LEI Nº 17.615, DE 4 DE JULHO DE 2008.**(MG de 05/07/2008)****Dispõe sobre a concessão de incentivo fiscal com o objetivo de estimular a realização de projetos culturais no Estado.****O GOVERNADOR DO ESTADO DE MINAS GERAIS,**

O Povo do Estado de Minas Gerais, por seus representantes, decretou e eu, em seu nome, promulgo a seguinte Lei:

Art. 1º. Esta Lei estabelece normas de incentivo fiscal às pessoas jurídicas que apóiem financeiramente a realização de projetos culturais no Estado, com os seguintes objetivos:

- I - contribuir para facilitar a todos os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;
- II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística mineira, com a valorização de recursos humanos e conteúdos locais;
- III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;
- IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade e responsáveis pelo pluralismo da cultura mineira;
- V - preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico mineiro;
- VI - estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória;
- VII - estimular a formação e o aperfeiçoamento de profissionais da área cultural; e
- VIII - favorecer a experimentação e a pesquisa no âmbito da cultura.

Art. 2º. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

- I - incentivador o contribuinte tributário ou a pessoa jurídica que apóie financeiramente projeto cultural;
- II - empreendedor cultural:

a) a pessoa física estabelecida no Estado, com objetivo e atuação prioritariamente culturais, diretamente responsável pela promoção e pela execução de projeto cultural a ser beneficiado pelo incentivo de que trata esta Lei, com efetiva atuação devidamente comprovada;

b) a pessoa jurídica estabelecida no Estado, com objetivo prioritariamente cultural explicitado em seus atos constitutivos, diretamente responsável pela promoção e pela execução de projeto cultural a ser beneficiado pelo incentivo de que trata esta Lei, com, no mínimo, um ano de existência legal e efetiva atuação prioritária na área cultural, devidamente comprovados.

Parágrafo único. Poderão ser estabelecidos em regulamento outros requisitos e condições para o empreendedor candidatar-se ao benefício de que trata esta Lei.

Art. 3º. O contribuinte do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS - que apoiar financeiramente projeto cultural poderá deduzir do valor do imposto devido mensalmente os recursos aplicados no projeto, na forma e nos limites estabelecidos por esta Lei.

§1º. A dedução será efetivada a cada mês, não podendo exceder os seguintes limites:

I - 10% (dez por cento) do valor do ICMS devido no período, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta anual se situe entre o limite máximo de faturamento da empresa de pequeno porte, definido na Lei Complementar Federal nº. 123, de 14 de dezembro de 2006, e o montante de quatro vezes esse limite;

II - 7% (sete por cento) do valor do ICMS devido no período, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta anual se situe entre o montante máximo permitido para as empresas classificadas no inciso I e o valor de oito vezes o limite máximo de faturamento da empresa de pequeno porte, definido na Lei Complementar Federal nº. 123, de 2006; e

III - 3% (três por cento) do valor do ICMS devido no período, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta anual seja superior ao montante máximo permitido para as empresas classificadas no inciso II.

§2º. A dedução somente poderá ser iniciada pelo contribuinte trinta dias após o efetivo repasse dos recursos ao empreendedor cultural.

Art. 4 °. A soma dos recursos do ICMS disponibilizados pelo Estado para efeito do art. 3º. não poderá exceder, relativamente ao montante da receita líquida anual do imposto, o percentual de 0,30% (zero vírgula trinta por cento).

Parágrafo único. Atingido o limite previsto no caput, o projeto cultural aprovado deverá aguardar o exercício fiscal seguinte para receber o incentivo.

Art. 5 ° O contribuinte com crédito tributário inscrito em dívida ativa até 31 de outubro de 2007 poderá quitá-lo com desconto de 25% (vinte e cinco por cento), desde que apóie financeiramente projeto cultural, nos termos deste artigo.

§1 °. Para obter o benefício previsto no caput, o contribuinte incentivador apresentará requerimento à Secretaria de Estado de Fazenda - SEF - e, no prazo de cinco dias do seu deferimento, deverá efetuar o recolhimento do valor obtido após o desconto, nas seguintes condições:

I - 75% (setenta e cinco por cento) serão recolhidos por meio de Documento de Arrecadação Estadual - DAE -, observada a legislação sobre o pagamento de tributos estaduais;

II - 25% (vinte e cinco por cento) serão repassados diretamente pelo contribuinte incentivador ao empreendedor cultural, por meio de cheque nominal depositado em conta bancária de que este seja titular, observadas, ainda, outras condições estabelecidas em regulamento.

§2 °. Os recolhimentos de que trata o §1º. poderão, a critério da SEF, ser efetuados parceladamente, na forma e no prazo previstos em regulamento.

§3 °. A apresentação do requerimento a que se refere o §1º. importa na confissão do débito tributário.

§4 °. O disposto neste artigo não se aplica ao crédito inscrito em dívida ativa decorrente de ato praticado com evidência de dolo, fraude ou simulação pelo sujeito passivo.

Art. 6 °. Havendo expressa anuência do contribuinte, a quitação de débito tributário e a destinação de recursos para projeto cultural nos termos do art. 5º. poderão ser efetivadas por incentivador interessado, observada a forma estabelecida em regulamento.

Art. 7 °. O valor dos recursos deduzidos na forma do art. 3º., bem como o dos recursos repassados na forma do inciso II do §1º. do art. 5º., será de, no máximo, 80% (oitenta por cento) do total dos recursos destinados ao projeto pelo incentivador, o qual deverá integralizar o restante a título de contrapartida, nos termos definidos em regulamento.

Art. 8 °. Poderão ser beneficiados por esta Lei projetos culturais nas seguintes áreas:

- I - artes cênicas, incluindo teatro, dança, circo, ópera e congêneres;
- II - audiovisual, incluindo cinema, vídeo, novas mídias e congêneres;
- III - artes visuais, incluindo artes plásticas, "design" artístico, "design" de moda, fotografia, artes gráficas, filatelia e congêneres;
- IV - música;
- V - literatura, obras informativas, obras de referência, revistas;
- VI - preservação e restauração do patrimônio material e imaterial, inclusive folclore e artesanato;
- VII - pesquisa e documentação;
- VIII - centros culturais, bibliotecas, museus, arquivos e congêneres; e
- IX - áreas culturais integradas.

Parágrafo único. Os projetos culturais referentes às áreas de que tratam os incisos deste artigo poderão também abranger eventos, festivais, publicações técnicas, seminários, cursos e bolsas de estudos.

Art. 9 °. Somente poderão ser beneficiados pelo incentivo fiscal concedido por esta Lei os projetos culturais que visem à exibição, à utilização ou à circulação públicas de bens culturais, sendo vedada a concessão de incentivo a projeto destinado ou restrito a circuitos privados ou coleções particulares.

Art. 10. Para receber apoio financeiro com recursos provenientes da aplicação desta Lei, o projeto cultural deverá ser previamente aprovado pela Secretaria de Estado de Cultura.

§1 °. Apresentado à Secretaria de Estado de Cultura, o projeto será apreciado por comissão técnica, no prazo e na forma estabelecidos em regulamento, tendo como referência critérios consoantes com os objetivos a que se refere o art. 1°.

§2 °. A comissão técnica, constituída nos termos de regulamento, será composta por técnicos da administração estadual e por representantes de entidades da área cultural, garantida, sempre que possível, a participação de representantes domiciliados no interior do Estado.

§3 °. A comissão técnica será organizada em câmaras setoriais, a partir das áreas estabelecidas no art. 8°.

§4 °. A comissão técnica poderá estabelecer o limite máximo de recursos a ser concedido a cada projeto.

§5 °. Será destinado a projetos de empreendedores domiciliados no interior do Estado e que beneficiem diretamente o público e os profissionais da área de cultura do interior o seguinte percentual do montante total de recursos aprovados pela comissão técnica para captação:

- I - em 2008, um mínimo de 40% (quarenta por cento);
- II - em 2009, um mínimo de 41% (quarenta e um por cento);
- III - em 2010, um mínimo de 42% (quarenta e dois por cento);
- IV - em 2011, um mínimo de 43% (quarenta e três por cento);
- V - em 2012, um mínimo de 44% (quarenta e quatro por cento); e
- VI - a partir de 2013, um mínimo de 45% (quarenta e cinco por cento).

Art. 11. É vedada a concessão do incentivo previsto nesta Lei a órgão ou entidade da administração pública de qualquer esfera federativa.

Parágrafo único. A vedação de que trata o caput não se aplica a:

- I - entidade da administração pública indireta estadual que desenvolva atividade relacionada com a área cultural ou artística;
- II - pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos criada com a finalidade de dar suporte a museu, biblioteca, arquivo ou unidade cultural pertencente ao poder público.

Art. 12. O total de recursos destinados aos empreendedores a que se referem os incisos do parágrafo único do art. 11 não poderá ultrapassar 25% (vinte e cinco por cento) da parcela da receita do ICMS disponibilizada anualmente pelo Estado para projetos culturais.

Parágrafo único. Do total de recursos de que trata o caput, pelo menos 40% (quarenta por cento) deverão ser destinados a projetos que beneficiem diretamente o público do interior do Estado.

Art. 13. É vedada a utilização do incentivo fiscal previsto nesta Lei para projeto de que seja beneficiário o próprio incentivador, o contribuinte ou o sócio de qualquer destes.

Parágrafo único. A vedação a que se refere o caput estende-se aos ascendentes, aos descendentes em primeiro grau e ao cônjuge ou companheiro do incentivador, do contribuinte ou do sócio de qualquer destes.

Art. 14. Na divulgação de projeto financiado nos termos desta Lei, deverá constar, obrigatoriamente, o apoio institucional do governo do Estado, de acordo com o padrão de identidade a ser definido pela Secretaria de Estado de Cultura.

Art. 15. O incentivador que não comprovar o repasse da contrapartida prevista no art. 7º. no prazo máximo estabelecido para a execução do projeto cultural ficará impedido de se beneficiar dos incentivos de que trata esta Lei até que a situação seja regularizada.

Art. 16. O incentivador ou o contribuinte que utilizar indevidamente os benefícios desta Lei, mediante fraude ou dolo, fica sujeito a:

I - multa correspondente a duas vezes o valor que deveria ter sido efetivamente aplicado no projeto, sem prejuízo de outras sanções civis, penais ou tributárias;

II - pagamento do débito tributário de que trata o caput do art. 5º, acrescido dos encargos previstos em Lei.

Art. 17. As entidades representativas dos diversos segmentos da cultura terão acesso, em todos os níveis, à documentação referente aos projetos culturais beneficiados por esta Lei.

Art. 18. É vedada a aprovação de projeto que utilize recursos concedidos por meio desta Lei que não seja estritamente de caráter artístico ou cultural.

Art. 19. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 20. Fica revogada a Lei nº. 12.733, de 30 de dezembro de 1997.

Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte, aos 4 de julho de 2008, 220º da Inconfidência Mineira e 187º da Independência do Brasil.

AÉCIO NEVES

Danilo de Castro

Renata Maria Paes de Vilhena

Simão Cirineu Dias

Maria Eleonora Barroso Santa Rosa

LEI 15975 de 12/01/2006**Cria o Fundo Estadual de Cultura – FEC e dá outras providências.****O GOVERNADOR DO ESTADO DE MINAS GERAIS**

O Povo do Estado de Minas Gerais, por seus representantes, decretou, e eu, em seu nome, promulgo a seguinte Lei:

Art. 1º Fica criado o Fundo Estadual de Cultura - FEC com os seguintes objetivos:

- I** - dar apoio financeiro a ações e projetos que visem à criação, à produção, à preservação e à divulgação de bens e manifestações culturais no Estado;
- II** - estimular o desenvolvimento cultural do Estado em suas regiões, com foco prioritário para o interior, considerando o planejamento e a qualidade das ações culturais;
- III** - apoiar as ações de manutenção, conservação, recuperação e difusão do patrimônio cultural, material e imaterial, do Estado;
- IV** - incentivar a pesquisa e a divulgação do conhecimento sobre a cultura e as linguagens artísticas, preferencialmente conectadas à produção artística;
- V** - incentivar o aperfeiçoamento de artistas, técnicos e gestores das diversas áreas de expressão da cultura;
- VI** - promover o intercâmbio e a circulação de bens e atividades culturais com outros estados e países, difundindo a cultura mineira.

Art. 2º O prazo para a concessão de financiamentos ou a liberações de recursos do FEC será de doze anos contados da data da publicação desta Lei, ficando autorizado o Poder Executivo, por ato próprio, a prorrogar este prazo, por uma única vez, por igual período, com base na avaliação de desempenho do Fundo.

Art. 3º Poderão ser beneficiárias de operações com recursos do FEC pessoas jurídicas de direito privado e entidades de direito público, de natureza artística ou cultural, que promovam projetos que atendam aos seguintes requisitos:

- I** - sejam considerados de interesse público;
- II** - visem à produção, à exibição, à utilização ou à circulação públicas de bens artísticos ou culturais;
- III** - visem à promoção do desenvolvimento cultural regional;
- IV** - tenham caráter estritamente artístico ou cultural.

§1º Anualmente, observados os prazos definidos em regulamento, a Secretaria de Estado de Cultura publicará um ou mais editais que definirão:

- I - os requisitos e condições de inscrição de projetos candidatos à obtenção de apoio financeiro do FEC;
- II - as hipóteses de vedação à participação no processo seletivo;
- III - os critérios para a seleção e a aprovação dos projetos inscritos;
- IV - outras determinações que se fizerem necessárias.

§2º A destinação de recursos a entidades de direito público dar-se-á até o limite de cinquenta por cento do montante total de recursos do FEC, observado o disposto em regulamento.

Art. 4º São recursos do Fundo Estadual de Cultura - FEC:

- I - 4% (quatro por cento) do total dos recursos resultantes de retornos de financiamentos concedidos pelo Fundo de Fomento e Desenvolvimento Socioeconômico do Estado de Minas Gerais – Fundese -, aí incluídos principal e encargos, já deduzida a comissão do agente financeiro;
- II - retornos do principal e encargos dos financiamentos com recursos do Fundo;
- III - doações, contribuições ou legados de pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras;
- IV - os recursos provenientes de operações de crédito interno e externo firmadas pelo Estado e destinadas ao Fundo;
- V - receitas oriundas das multas aplicadas sobre projetos culturais e artísticos;
- VI - valores relativos à cessão de direitos autorais e à venda de livros ou outros produtos patrocinados, editados ou co- editados pela Secretaria de Estado de Cultura;
- VII - recursos previstos na Lei Orçamentária Anual.

§1º Os recursos definidos no inciso I deste artigo serão aplicados exclusivamente na modalidade de financiamento reembolsável, nos termos do inciso I do art. 5º desta Lei.

§2º O superávit financeiro do FEC, apurado ao término de cada exercício fiscal, será mantido em seu patrimônio, ficando autorizada sua utilização nos exercícios seguintes.

Art. 5º O FEC, de natureza e individualização contábeis, terá seus recursos aplicados nas seguintes modalidades, observados os termos dos editais a que se refere o §1º do art. 3º:

I - financiamento reembolsável, caso o beneficiário seja pessoa jurídica de direito privado;

II - liberação de recursos não reembolsáveis, caso o beneficiário seja entidade de direito público ou pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos, neste último caso, conforme normas previstas em regulamento.

Art. 6º Aplicam-se às operações a serem contratadas no âmbito do FEC as seguintes condições gerais, além de outras complementares e operacionais estabelecidas em regulamento:

I - em ambas as modalidades definidas no art. 5º:

a) enquadramento da entidade e do projeto a ser beneficiado nos termos dos editais de que trata o §1º do art. 3º;

b) valor do financiamento limitado a 80% (oitenta por cento) do valor total do projeto;

II - na modalidade definida no inciso I no art. 5º:

a) contrapartida financeira do beneficiário de, pelo menos, 20% (vinte por cento) do valor total do projeto;

b) prazo máximo de financiamento de setenta e dois meses, nele incluídos os períodos de carência e amortização;

c) encargos compostos por reajuste do saldo devedor, com base em índice de preços ou taxa financeira, e juros incidentes sobre o saldo devedor reajustado de, no máximo, 12 % a.a. (doze por cento ao ano), na forma definida em regulamento;

d) apresentação pelo beneficiário de garantias de acordo com as normas específicas a serem estabelecidas em regulamento e observadas as normas do agente financeiro;

III - na modalidade definida no inciso II do art. 5º, apresentação pelos beneficiários de contrapartida, em recursos financeiros ou não, conforme as normas específicas estabelecidas no regulamento.

§1º Fica autorizada a aplicação de redutor total ou parcial do índice ou taxa financeira a que se refere a alínea "c" do inciso II e a aplicação de prêmio por adimplência, na forma definida em regulamento.

§2º Para efeitos do cálculo do valor total do projeto, poderão ser considerados os investimentos e as despesas realizados nos seis meses anteriores à data do protocolo da solicitação do financiamento, desde que comprovadamente vinculados ao projeto, a critério do agente financeiro.

§3º No material de divulgação do projeto financiado, constará menção ao apoio do FEC, na forma definida em regulamento.

§4º O regulamento estabelecerá requisitos para o enquadramento das entidades e projetos candidatos ao apoio financeiro do FEC, assim como sanções e penalidades para os casos de inadimplemento técnico ou financeiro ou de irregularidades praticadas pelos beneficiários de operações com recursos do Fundo.

Art. 7º O órgão gestor do FEC é a Secretaria de Estado de Cultura, à qual compete:

I - providenciar a inclusão dos recursos de qualquer fonte no orçamento do Fundo, em conjunto com o agente financeiro, antes de sua aplicação;

II - organizar o cronograma financeiro de receita e despesa do Fundo, em conjunto com o agente financeiro, e acompanhar sua execução;

III - formular e expedir os editais de que trata o §1º do art. 3º, e dar-lhes a devida publicidade;

IV - conduzir o processo de seleção dos projetos inscritos nos termos dos editais;

V - deliberar sobre o enquadramento de projetos na modalidade de financiamentos reembolsáveis e encaminhar os projetos enquadrados para análise do agente financeiro;

VI - deliberar sobre a aprovação dos projetos na modalidade de financiamentos não reembolsáveis e encaminhar os projetos aprovados para contratação pelo agente financeiro;

VII - responsabilizar-se pelo acompanhamento do cronograma físico dos projetos que receberam recursos do Fundo, junto com o agente financeiro, podendo, para este fim, designar órgão ou empresa pública a ela vinculada;

VIII - apresentar ao Tribunal de Contas do Estado a prestação anual de contas do Fundo e outros demonstrativos solicitados por esse órgão, a partir de relatórios elaborados pelo agente financeiro.

Parágrafo único. Fica a Secretaria de Estado de Cultura autorizada a constituir, na forma de regulamento, câmaras setoriais paritárias, integradas por representantes de entidades a ela vinculadas, de outras entidades públicas ou de entidades da sociedade civil ligadas à cultura, para participar dos processos de análise e de seleção dos projetos inscritos nos termos dos editais.

Art. 8º O agente financeiro do FEC é o Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais S. A. - BDMG -, que atuará como mandatário do Estado de Minas Gerais para a contratação das operações com recursos do Fundo.

§1º Compete ao agente financeiro:

- I** - participar, junto com o órgão gestor, da elaboração da proposta orçamentária anual do Fundo;
- II** - analisar a viabilidade dos projetos enquadrados na modalidade de financiamento reembolsável, em seus aspectos técnicos, econômicos, financeiros, jurídicos e cadastrais, e deliberar sobre sua aprovação;
- III** - contratar as operações aprovadas em ambas as modalidades e liberar os recursos correspondentes;
- IV** - aplicar as sanções e penalidades previstas em regulamento, incluindo a suspensão ou cancelamento de parcelas a liberar, quando constatadas irregularidades ou inadimplemento em operação com recursos do Fundo;
- V** - determinar e proceder, quando for o caso, o cancelamento do contrato e a exigibilidade de dívida ou a devolução de recursos já liberados, em ambas as modalidades de financiamento, observados os procedimentos definidos em regulamento;
- VI** - efetuar, quando for o caso, a cobrança dos créditos concedidos em todas as instâncias, com base em seus atos normativos próprios, podendo, também, promover a inserção dos devedores e seus coobrigados em órgãos de restrição ao crédito e em cadastros pertinentes;
- VII** - receber bens em dação em pagamento e promover sua alienação para transferência de valores ao Fundo;
- VIII** - emitir relatório de acompanhamento da aplicação dos recursos do Fundo.

§2º Exceto nos casos de prática comprovada de sonegação fiscal por parte do beneficiário, informada pela Secretaria de Estado de Fazenda, e observado o disposto em regulamento, fica o agente financeiro autorizado a renegociar prazos, formas de pagamento, sanções e demais condições financeiras relativos a valores vencidos e vincendos.

§3º O BDMG, na condição de agente financeiro do FEC, fará jus:

- I** - a taxa de abertura de crédito, equivalente a 1% (um por cento) do valor do financiamento, descontada da parcela única ou da primeira parcela a ser liberada, e a comissão de 3% a.a. (três por cento ao ano) incluída na taxa de juros de que trata a alínea "c" do inciso II do art. 6o desta lei, quando se tratar de financiamento reembolsável.
- II** - a comissão de 0,8 % (zero vírgula oito por cento) do valor total da operação, descontada da parcela única ou da primeira parcela a ser liberada, quando se tratar de liberação de recursos não reembolsáveis.

Art. 9º Observados os procedimentos definidos em regulamento, poderão ser debitados ao Fundo os seguintes valores:

- I** - os gastos do BDMG com a manutenção e alienação de bens recebidos em dação em pagamento, desde que não ultrapassem o valor decorrente da alienação;
- II** - os saldos de contratos de financiamentos vencidos e não recebidos, depois de esgotadas as medidas de cobrança administrativas ou judiciais cabíveis;
- III** - os valores correspondentes a créditos considerados irrecuperáveis, bem como os caracterizados nos termos do disposto no inciso II do §3º do art. 14 da Lei Complementar Federal n.º 101, de 4 de maio de 2000;
- IV** - as quantias despendidas pelo BDMG em procedimento judicial.

Art. 10. Cabe à Secretaria de Estado de Estado de Fazenda a supervisão financeira do órgão gestor e do agente financeiro, no que se refere à elaboração da proposta orçamentária do Fundo e de seu cronograma de liberações.

Parágrafo único. O agente financeiro e o órgão gestor obrigam-se a apresentar relatórios específicos na forma solicitada pela Secretaria de Estado de Fazenda.

Art. 11. Integram o grupo coordenador do FEC um representante de cada um dos seguintes órgãos e entidades:

- I** - Secretaria de Estado de Cultura;
- II** - Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão;
- III** - Secretaria de Estado de Fazenda;
- IV** - Banco de Desenvolvimento do Estado de Minas Gerais - BDMG;
- V** - Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais.

§1º O grupo coordenador será presidido pelo representante da Secretaria de Estado de Cultura.

§2º Compete ao grupo coordenador definir as diretrizes gerais para os editais de que trata o §1º do art. 3º.

§3º Demais competências e atribuições do grupo coordenador serão definidas em regulamento, observadas as previstas na lei a que se refere o inciso II do art. 159 da Constituição do Estado.

Art. 12. O primeiro edital de que trata o SS1º do art.3º desta Lei será expedido no prazo de sessenta dias após a publicação do regulamento do FEC, durante o exercício de 2006.

Art. 13. Os demonstrativos financeiros e contábeis do FEC obedecerão ao disposto na Lei Federal nº 4.320, de 17 de março de 1964, e nas normas específicas do Tribunal de Contas do Estado.

Art. 14. O §3º do art. 3º da Lei nº 11.396, de 6 de janeiro de 1994, passa a vigorar com a seguinte redação, ficando revogado o §4º do mesmo artigo:

"Art. 3º.....

§ 3º Serão transferidos mensalmente ao BDMG 6% (seis por cento) do total dos recursos resultantes de retornos de financiamentos concedidos pelo Fundese, aí incluídos principal e encargos, já deduzida a comissão do agente financeiro, os quais serão incorporados ao Banco na forma de aumento de capital, para aplicação no Programa Estadual de Crédito Popular, instituído pela Lei nº 12.647, de 21 de outubro de 1997."

Art. 15. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte, aos 12 de janeiro de 2006; 218º da Inconfidência Mineira e 185º da Independência do Brasil.

AÉCIO NEVES - GOVERNADOR DO ESTADO

Edital Lei Murilo Mendes

A Prefeitura de Juiz de Fora, através da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage – Funalfa, comunica a todos os interessados que estarão abertas as inscrições de projetos culturais com vistas à obtenção dos benefícios da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, exercício 2009, a serem apreciadas pela Comissão Municipal de Incentivo à Cultura - COMIC - nos termos das disposições previstas na Lei Municipal n.º 8525/94 e no Decreto Municipal n.º 9860, de 18 de maio de 2009 e em conformidade com as condições a seguir estabelecidas:

1. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

- 1.1 Os projetos inscritos deverão ter caráter estritamente artístico-cultural.
- 1.2 Cada proponente poderá inscrever somente 1 (hum) projeto.
- 1.3 Como proponente a pessoa pode inscrever 1 (hum) projeto e participar de mais outros dois como membro de equipe.
- 1.4 Fica estabelecido o limite máximo de até R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais) para cada projeto que vier a ser aprovado.
- 1.5 A Lei Municipal de Incentivo à Cultura irá destinar 20% (vinte por cento) do valor total do orçamento previsto para a edição 2009 para projetos de baixo custo de execução. Não podendo esses projetos ultrapassar o valor máximo de R\$4.000,00 (quatro mil reais). Esses projetos passarão somente por duas etapas de avaliação: primeira etapa (análise documental) e segunda etapa (análise pela COMIC) de acordo com os critérios indicados nos itens 4.3.1, 4.3.2 e 4.3.3.
- 1.6 Cada projeto poderá ser contemplado com 80% a 100% do valor pleiteado, ficando a critério da COMIC, a aprovação de tais recursos.
- 1.7 Os projetos contemplados, não poderão, sob nenhuma hipótese, reduzir o resultado quantitativo do produto final proposto no projeto apresentado.
- 1.8 O valor total dos recursos destinados à edição da Lei Municipal de Incentivo à Cultura é de R\$ 1.000.000,00 (Hum milhão de reais), com contingenciamento de 30% (trinta por cento), conforme previsto no Decreto Municipal 09764 / 09.

2. DAS CONDIÇÕES DAS INSCRIÇÕES

- 2.1 A Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage - Funalfa - receberá as inscrições de projetos culturais no período de 20 de maio a 22 de junho de 2009.
- 2.2 As inscrições deverão ser feitas na Funalfa, à Av. Rio Branco, 2234 – Juiz de Fora, de segunda a sexta-feira, no horário das 9h às 12h e das 15h às 18h, mediante apresentação de formulário, devidamente preenchido e acompanhado dos documentos exigidos neste Edital.
- 2.3 Os projetos deverão ser apresentados em duas vias, devidamente encadernados em espiral, com todas as folhas numeradas e rubricadas pelo proponente, em envelope, etiquetado com:
- a) Nome do projeto;
 - b) Nome do proponente;
 - c) Especificação da área e sub-área do projeto.
- 2.4 Os formulários e protocolos poderão ser obtidos no endereço eletrônico: www.pjf.mg.gov.br (link Lei Murilo Mendes).
- 2.5 O protocolo, devidamente preenchido e assinado pelo proponente, deverá ser apresentado no momento da inscrição em três vias, sendo duas espiraladas junto às cópias do projeto, e uma solta que será devolvida como recibo de inscrição.
- 2.6 O material adicional para esclarecimento e comprovação de informações contidos no projeto deverá ser entregue em um único volume junto com o formulário original.
- 2.7 A devolução da documentação somente estará disponível após 60 (sessenta) dias da publicação do resultado final. E ficará disponível ao proponente por um período máximo de 150 (cento e cinquenta) dias.
- 2.8 Não serão aceitos projetos e documentos enviados por meio de fax, correio, internet, como também por meio de protocolos de requerimento de documentação e inscrições em centrais de atendimento do município.

3. DOS INSCRITOS

- 3.1. Poderão se inscrever produtores e artistas locais que residam na cidade por período igual ou superior aos três últimos anos, com comprovação, por meio dos seguintes documentos:

- a) Pessoa Física – caso os documentos oficiais para comprovação de residência não estejam no nome do proponente, este deverá apresentar 3 (três) documentos oficiais (conta de luz, água, telefone fixo, IPTU) em nome do titular da residência e mais 3 (três) documentos quaisquer comprobatórios de residência em nome do proponente.
 - b) Pessoa Jurídica – deverá apresentar uma cópia da ata de eleição (ou processo equivalente) e de posse da atual diretoria com seu respectivo registro em cartório; comprovação de sede na cidade de Juiz de Fora nos últimos 3 (três) anos; cópia do cartão no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ); currículo da instituição no qual conste o nome, histórico e principais realizações na área cultural; cópia da carteira de identidade e do CPF do representante legal da instituição.
- 3.2. Não poderão se inscrever, como proponentes ou membros de equipe: agentes políticos do município (vereadores e cargos comissionados), funcionários da Funalfa, consultores e membros da COMIC, do Conselho Curador da Funalfa e instituições municipais, estaduais e federais.
- 3.3. Fica também proibida a inscrição de projetos de familiares em até 2º grau de membros da COMIC.
- 3.4. Não será permitida a participação do proponente, cujo projeto não tenha sido concluído em edições anteriores da Lei Municipal de Incentivo a Cultura, e sem a devida aprovação da prestação de contas até o último dia da inscrição fixado em edital.
- 3.5. Fica vedada a participação do proponente com pendências na Lei Municipal de Incentivo à Cultura, conforme previsto no item 3.4, nas condições de responsável pelo projeto, membro de equipe ou prestador de serviços.
- 3.6. Caso o proponente tenha seu projeto aprovado deverá se apresentar pessoalmente perante a Comissão Municipal de Incentivo à Cultura, quando necessário. O proponente só poderá se fazer representado por terceiros por motivos de justa causa, devidamente comprovados.

4. DA APRECIÇÃO E JULGAMENTO DOS PROJETOS

- 4.1 Serão analisados todos os projetos inscritos, com a documentação completa e de acordo com o Decreto Municipal n.º 9860/09.

4.1.1 Serão considerados inabilitados os projetos inscritos de forma inadequada, por falta de documentação ou quaisquer outras irregularidades que não atendam às exigências deste Edital, Instruções do Formulário para Apresentação de Projetos Culturais e do Decreto Municipal n.º 9860/09.

4.2 Os projetos serão julgados em 3 (três) etapas.

4.2.1 A primeira etapa consiste na análise sistemática, pela COMIC, dos documentos descritos nos itens 4.1, subitem 4.1.1 e nas Instruções do Formulário para Apresentação de Projetos Culturais, sendo esta fase eliminatória.

4.2.2 A COMIC somente encaminhará aos consultores os projetos inscritos em conformidade com o item 4.2.1. Os pareceres dos consultores têm caráter classificatório para a terceira etapa.

4.2.3 A segunda etapa consiste na análise dos projetos por consultores que subsidiarão os trabalhos da COMIC. A Comissão encaminhará os projetos aos consultores que atribuirão notas segundo os itens 4.3.1, 4.3.2 e 4.3.3. Estarão classificados para a terceira etapa projetos com pontuação igual ou superior a 80 (oitenta) pontos.

4.2.4 A terceira etapa consiste na análise, pela COMIC, dos projetos classificados para esta fase. Os projetos serão analisados obtendo aprovação ou não. Na terceira etapa será atribuída nota aos projetos pela COMIC, obedecendo aos mesmos critérios utilizados pelo consultor. A nota final do projeto será a média aritmética entre as duas notas e indicará a classificação do mesmo ao final do processo seletivo. Os projetos serão classificados dentro de sua área de inscrição. A COMIC não terá conhecimento prévio da nota dos consultores.

4.2.5 A COMIC selecionará os projetos classificados nas etapas anteriores emitindo sobre cada um parecer conclusivo.

4.2.6 Não caberá recurso junto à COMIC após a publicação do resultado final.

4.3 Os consultores analisarão os projetos em conformidade com os critérios apresentados a seguir:

4.3.1 **CONSISTÊNCIA DO PROJETO** (serão atribuídos até 20 pontos)

- a) Clareza, objetividade e suficiência das informações contidas no projeto, que deverão traduzir com nitidez o que se quer realizar (0 a 10 pontos)
- b) Detalhamento das etapas do projeto, que permita a visualização, etapa a etapa, das ações essenciais à sua execução (0 a 5 pontos)
- c) Compatibilidade entre os objetivos e as estratégias de realização do projeto (0 a 5 pontos)

4.3.2 **EXEQUIBILIDADE DO PROJETO** (serão atribuídos até 20 pontos)

- a) Projeto cuja conclusão do resultado está garantido somente com os recursos da Lei Municipal de Incentivo à Cultura (0 a 5 pontos)
- b) Compatibilidade entre os currículos da equipe principal e secundária do projeto e a proposta apresentada ressaltando a valorização da mão-de-obra local (0 a 5 pontos)
- c) Orçamento compatível com a proposta, completo, detalhado e com valores praticados no mercado (0 a 5 pontos)
- d) Prazos adequados à realização do projeto (0 a 5 pontos)

4.3.3 EFEITO MULTIPLICADOR E IMPACTO CULTURAL (serão atribuídos até 60 pontos em apenas 01 dos itens)

- a) Projetos que priorizem a pesquisa e a experimentação: considerar-se-ão aqueles que contenham uma perspectiva de produção de conhecimento, investigação artística e apresentem propostas diferenciadas da lógica do mercado (0 a 60 pontos).
- b) Projetos que priorizem a promoção da memória coletiva e do patrimônio cultural da cidade: considerar-se-ão aqueles que permitam, através de todas as formas de expressões artísticas e culturais, a construção e o resgate da identidade sócio-cultural da cidade e de sua população (0 a 60 pontos).
- c) Projetos que priorizem a formação de público, a formação e aprimoramento técnico/artístico: considerar-se-ão aqueles que invistam em democratização do acesso aos bens artísticos e culturais, ao fazer cultural e/ou aqueles que invistam em capacitação, aperfeiçoamento e atualização (0 a 60 pontos).
- d) Projetos que priorizem circulação e divulgação de bens artístico-culturais: considerar-se-ão aqueles que invistam em difusão, distribuição, promovendo assim, a democratização do acesso a bens artísticos e culturais (0 a 60 pontos).

4.4 Haverá publicação do número de inscrição dos projetos que obtiverem nota igual ou superior a 80 (oitenta) pontos na análise do consultor.

4.5 Das notas dos consultores caberá pedido de reexame da pontuação dos projetos não-classificados, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da publicação da listagem dos números dos projetos pré-classificados. Os pedidos de reexame serão protocolados perante ao setor da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, localizada à Av. Rio Branco, 2234.

4.6 Os pedidos de reexame serão avaliados por um segundo consultor. Serão publicados os números de inscrição dos projetos que obtiverem uma nota igual ou superior a 80 (oitenta pontos).

4.7 Não caberá pedido de reexame para os projetos desclassificados na primeira etapa.

4.8 A COMIC, ao término dos trabalhos de apreciação, publicará no quadro de avisos da Funalfa e no Diário Oficial do Município, o resultado da seleção dos projetos contemplados.

4.9 A Funalfa prestará à COMIC apoio técnico-operacional, mediante realização de pareceres, visando subsidiar os trabalhos da Comissão.

5. DA LIBERAÇÃO DOS RECURSOS E DO PRAZO DE ENTREGA DOS PROJETOS

5.1 O recurso poderá ser liberado em cota única ou em até 6 (seis) parcelas de acordo com o cronograma financeiro estabelecido pela Secretaria da Fazenda. Preferencialmente, o recurso deverá ser liberado em até 2 (duas) parcelas, representando cada uma delas 50% (cinquenta por cento) do valor total. O prazo para prestação de contas da primeira parcela será de 60 (sessenta) dias após o recebimento da mesma.

5.2 O recebimento parcelado do recurso implicará sempre em prestação parcial de contas, em prazo a ser estabelecido pela Funalfa. As prestações parciais de contas serão no máximo de 3 (três).

5.3 Os recursos das parcelas subseqüentes somente serão liberados mediante apresentação e aprovação da prestação de contas referente à(s) parcela(s) anterior(es).

5.4 Os recursos referentes à primeira parcela serão liberados, exclusivamente, após a apresentação, por parte do beneficiado, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após aprovação do projeto, de documentação comprovando a abertura de conta corrente que possa ser movimentada única e exclusivamente através de cheque na instituição financeira contratada. Caso tal comprovação não seja apresentada dentro do prazo, o projeto será substituído pelo primeiro suplente da área inscrita, de acordo com a lista de projetos suplentes definida pela COMIC, com base na pontuação final de cada projeto.

5.5 O projeto aprovado com recursos da Lei Municipal de Incentivo à Cultura – Lei Murilo Mendes – deverá ser apresentado publicamente somente após a liberação da primeira parcela da verba. O proponente terá prazo de 8 (oito) meses para a conclusão do projeto, a contar da data de disponibilização da última parcela do recurso.

5.6 O prazo mencionado poderá ser prorrogado por até 2 (dois) meses, a critério do Superintendente da Funalfa, devendo o pedido de prorrogação ser fundamentado.

6. DA CONTRAPARTIDA E FINALIZAÇÃO DOS PROJETOS

- 6.1 Contrapartida da Funalfa - o proponente contemplado deverá, por contrato, ceder à Funalfa, 30% (trinta por cento) do produto resultante do projeto aprovado.
- 6.2 Contrapartida social - a contrapartida social deverá, sempre que houver possibilidade, estar diretamente relacionada ao projeto aprovado.
- 6.3 Regularização dos lançamentos - o layout, as peças gráficas (inclusive de divulgação), a disposição das logomarcas, bem como o local e forma de lançamento do produto deverão ser submetidos previamente à Funalfa para avaliação.
- 6.4 Caberá Funalfa uma análise e avaliação do resultado final do projeto, em procedimento a ser elaborado pela Fundação.
- 6.5 Sob nenhuma hipótese, o produto poderá ser lançado antes da entrega da contrapartida da Funalfa.

7. DAS PRESTAÇÕES DE CONTAS

- 7.1 Os proponentes (titulares responsáveis) dos projetos aprovados terão até 45 (quarenta e cinco) dias após a apresentação do produto concluído para a prestação de contas final.
- 7.2 As prestações de contas deverão obedecer às instruções contidas no MANUAL DE PRESTAÇÃO DE CONTAS, colocado à disposição no site www.pjf.mg.gov.br (link Lei Murilo Mendes).
- 7.3 O proponente que não comprovar a correta aplicação dos recursos destinados ao projeto beneficiado pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura ficará sujeito a ressarcir ao município o valor recebido, corrigido pela variação aplicável aos tributos municipais, acrescido de 10% (dez por cento) de multa, ficando ainda excluído da participação em quaisquer outros projetos culturais abrangidos pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura e da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage - Funalfa - enquanto perdurar o período de inadimplência, sem prejuízo das medidas cíveis e criminais cabíveis, com o lançamento do nome na dívida ativa do município.
- 7.4 Integrará o patrimônio da Funalfa, que determinará seu destino, todo material permanente adquirido do projeto aprovado, ao término da execução do mesmo. Entenda-se por material permanente: eletroeletrônicos, móveis adquiridos ou construídos com materiais comprados com recursos da Lei Municipal de Incentivo à Cultura e quaisquer outros bens duráveis adquiridos com os recursos aprovados.

8. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

- 8.1 Qualquer alteração que o proponente pretenda realizar em projeto aprovado deverá ser, previamente, submetida à análise e deliberação da COMIC, acompanhada da devida justificativa.
- 8.2 A apresentação de declarações, informações ou quaisquer documentos irregulares, falsos ou inexatos, determinará o cancelamento da inscrição do projeto e a anulação de todos os atos dela decorrentes, em qualquer época, sem prejuízo das medidas e sanções administrativas e judiciais cabíveis.
- 8.3 Os casos omissos relativos a este Edital serão decididos pela COMIC nos termos da Lei Municipal n.º 8525, de 27 de agosto de 1994, respectivo decreto regulamentar e Regimento Interno da COMIC.

Juiz de Fora, 18 de maio de 2009

ANTÔNIO CARLOS SIQUEIRA DUTRA

Superintendente da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage – FUNALFA

PREFEITURA MUNICIPAL DE MURIAÉ**C.N.P.J. - 17.947.581/0001-76****GABINETE DO PREFEITO****Pça. Cel. Pacheco de Medeiros nº 236 – centro – Tel. (032) 3729-1276 CEP-36.880.000****LEI Nº 3.202/2006**

“Cria o Programa Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte, que será denominado LEI ALCYR PIRES VERMELHO e dá outras providências.”

O Prefeito Municipal de Muriaé,

A Câmara Municipal aprovou e eu, em seu nome, sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica instituído, no âmbito do Município de Muriaé, o Programa Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte, denominado LEI ALCYR PIRES VERMELHO, vinculado à Fundação de Cultura e Artes de Muriaé – FUNDARTE.

Art. 2º - São objetivos desta lei:

I - Incentivar a formação artística e cultural, mediante:

- a - concessão de bolsas de estudo, pesquisa e trabalho para autores, artistas e técnicos residentes no Município;
- b - instalação e manutenção de atividades sem fins lucrativos; destinados à formação artístico-cultural;
- c - realização de cursos de caráter artístico-cultural destinados à formação, especialização e aperfeiçoamento de pessoal;

II - Incentivar a produção cultural e artística, mediante:

- a - produção de discos, vídeos, filmes e outras formas de produtos culturais, de natureza fonográfica, vídeo-fonográfica e cinematográfica;
- b - edição de obras relativas às ciências humanas, às letras e às artes;
- c - realização de festivais de música, espetáculos de artes cênicas, musicais e folclóricos;
- d - realização de exposições de artes plásticas, artes gráficas, artesanato e filatelia;
- e - cobertura de despesas com transporte e seguro de objetos de valor cultural, destinados a exposições públicas;
- f - implantação do "VALE CULTURA", destinado a garantir a entrada de alunos das escolas públicas em espetáculos de música e dança, teatro, circo e cinema;

III - Preservar e divulgar o patrimônio histórico e cultural do Município, mediante a construção, conservação e manutenção de museus, arquivos, bibliotecas e centros culturais;

PREFEITURA MUNICIPAL DE MURIAÉ C.N.P.J. - 17.947.581/0001-76 GABINETE DO

PREFEITO Pça. Cel. Pacheco de Medeiros nº 236 – centro – Tel. (032) 3729-1276 CEP-36.880.000

IV - Dar apoio a outras atividades consideradas de relevante interesse cultural pela Fundação de Cultura e Artes de Muriaé – FUNDARTE.

Art. 3º - Para obtenção de financiamento de projetos com recursos desta lei, o produtor de projeto cultural ou esportivo deverá satisfazer as seguintes condições:

I - Apresentação do projeto à Fundação de Cultura e Artes de Muriaé – FUNDARTE, explicitando objetivos, recursos financeiros e humanos envolvidos, para fim de fixação do valor do incentivo e fiscalização posterior;

II - Aprovação por uma comissão presidida pelo Dirigente da FUNDARTE, cuja formação e atribuições serão definidas no Decreto Regulamentar.

Parágrafo único: Vetado.

Art. 4º - Fica criado o Fundo Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte - FUMICE, destinado a dar suporte financeiro à execução dos projetos relativos aos objetivos propostos por esta Lei.

Art. 5º - Constituirão receitas do Fundo Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte - FUMICE:

I - Dotações Orçamentárias;

II - Doações públicas e privadas;

III - Subvenções, contribuições, transferências e participações do Município em convênios, consórcios e contratos relacionados com os objetivos desta Lei;

IV - Legados;

V - Auxílios de entidades de qualquer natureza ou de organismos internacionais;

VI - Devolução de recursos de projetos não iniciados ou interrompidos, com ou sem justa causa;

VII - Receitas decorrentes de projetos financiados por esta Lei;

VIII - Resultados das aplicações financeiras dos recursos;

IX - Outras receitas;

§ 1º - As receitas descritas neste artigo serão depositadas obrigatoriamente em conta especial a ser aberta e mantida em agência de estabelecimento oficial de crédito. O disposto neste parágrafo não se aplica aos repasses cujo instrumento contratual determine explicitamente a instituição financeira destinatária do depósito.

§ 2º - A aplicação dos recursos dependerá da existência de disponibilidade em função do cumprimento de programação.

Art. 6º - Caberá a Fundação de Cultura e Artes de Muriaé – FUNDARTE, como gestor do Fundo Municipal de Incentivo à Cultura e ao Esporte, prestar contas das receitas e despesas do FUMICE, à Câmara Municipal, anualmente, 03 (três) meses após findar o exercício financeiro. PREFEITURA MUNICIPAL DE MURIAÉ C.N.P.J. - 17.947.581/0001-76 GABINETE DO PREFEITO Pça. Cel. Pacheco de Medeiros nº 236 – centro – Tel. (032) 3729-1276 CEP-36.880.000

Art. 7º - As obras resultantes dos projetos culturais e esportivos beneficiados por esta Lei, serão apresentadas, prioritariamente, no âmbito territorial do Município de Muriaé devendo mostrar, obrigatoriamente, a divulgação de seu apoio institucional.

Art. 8º - As entidades representativas dos diversos segmentos da cultura e do esporte e a Câmara Municipal, podem ter acesso, em todos os níveis, a toda documentação referente aos projetos culturais e esportivos alcançados por esta Lei.

Art. 9º - A presente Lei será regulamentada, por Decreto, no prazo de 30 (trinta) dias, contados de sua publicação.

Art. 10 - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogando a Lei nº 2.364 de 29 de novembro de 1.999 e a Lei nº 2.718 de 26 de novembro de 2.002.

MANDO, PORTANTO, a todas as autoridades a quem o conhecimento e execução desta Lei pertencer, que a cumpram e a façam cumprir, tão inteiramente como nela se contém.

Muriaé, 09 de março de 2006.

José Braz

Prefeito Municipal de Muriaé

Lei 3.746, de 09.06.2009 – Ascânio Lopes

“Cria o Programa Municipal de Incentivo à Cultura que será denominado LEI ASCÂNIO LOPES e dá outras providências.”

Art. 1º - Fica instituído, no âmbito do Município de Cataguases, o Programa Municipal de Incentivo à Cultura, denominado LEI ASCÂNIO LOPES.

Art. 2º - São objetivos desta lei:

I - Incentivar a formação artística e cultural, mediante:

a - concessão de bolsas de estudo, pesquisa e trabalho para autores, artistas e técnicos residentes no Município;

b - instalação e manutenção de atividades sem fins lucrativos destinados à formação artístico-cultural;

c - realização de cursos de caráter artístico-cultural destinados à formação, especialização e aperfeiçoamento de pessoal;

II - Incentivar a produção cultural e artística, mediante:

a - produção de discos, vídeos, filmes e outras formas de produtos culturais, de natureza fonográfica, videofonográfica e cinematográfica;

b - edição de obras relativas às ciências humanas, às letras e às artes;

c - realização de festivais de música, espetáculos de artes cênicas, musicais e folclóricos;

d - realização de exposições de artes plásticas, artes gráficas, artesanato e fotografia.

Art. 3º - Para obtenção de financiamento de projetos com recursos desta lei, o produtor de projeto cultural deverá satisfazer as seguintes condições:

I - Apresentação do projeto à Secretaria Municipal de Cultura, explicitando objetivos, recursos financeiros e humanos envolvidos, para fim de fixação do valor do incentivo e fiscalização posterior;

II - Aprovação por uma Comissão presidida pelo dirigente da Secretaria Municipal de Cultura, cuja formação e atribuições serão definidas no Decreto Regulamentar.

Art. 4º - Fica criado o Fundo Municipal de Incentivo à Cultura, composto por 0,25% do Orçamento Público Municipal para dar suporte financeiro à execução dos projetos relativos aos objetivos propostos por esta Lei.

Art. 5º - Constituirão receitas do Fundo Municipal de Incentivo à Cultura:

I - Dotações Orçamentárias;

II - Doações públicas e privadas;

III - Subvenções, contribuições, emendas parlamentares, transferências e participações do Município em convênios, consórcios e contratos relacionados com os objetivos desta Lei;

IV - Legados;

V - Auxílios de entidades de qualquer natureza ou de organismos internacionais;

VI - Devolução de recursos de projetos não iniciados ou interrompidos, com ou sem justa causa;

VII – Eventuais receitas decorrentes de projetos financiados por esta Lei;

VIII - Resultados das aplicações financeiras dos recursos;

IX - Outras receitas;

§ 1º - As receitas descritas neste artigo serão depositadas obrigatoriamente em conta especial a ser aberta e mantida em agência de estabelecimento oficial de crédito. O disposto neste parágrafo não se aplica aos repasses cujo instrumento contratual determine explicitamente a instituição financeira destinatária do depósito.

§ 2º - A aplicação dos recursos dependerá da existência de disponibilidade em função do cumprimento de programação.

Art. 6º - Caberá a Secretaria Municipal de Cultura, como gestora da Lei Ascânio Lopes, prestar contas das receitas e despesas à Câmara Municipal, anualmente, em até 03 (três) meses após findar o exercício financeiro.

Art. 7º - As obras resultantes dos projetos beneficiados por esta Lei, serão apresentadas, exclusivamente, no âmbito territorial do Município de Cataguases, devendo mostrar, obrigatoriamente, a divulgação de seu apoio institucional.

Art. 8º - As entidades representativas dos diversos segmentos da cultura e a Câmara Municipal podem ter acesso, em todos os níveis, a toda documentação referente aos projetos alcançados por esta Lei.

Art. 9º - A presente Lei será regulamentada, por Decreto, no prazo de 45 (quarenta e cinco) dias, contados de sua publicação.

Art. 10 - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

MANDO, PORTANTO, a todas as autoridades a quem o conhecimento e execução desta Lei pertencer, que a cumpram e a façam cumprir, tão inteiramente como nela se contém.

Cataguases, 09 de Junho de 2009.