

REIS, Ana Carla Fonseca. *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BIBLIOGRAFIA

ALONSO, Arlete de Lourdes. *Marketing cultural. Um estudo sobre a produção cultural a partir das leis de incentivo em uma sociedade de mercado*. São Paulo, USP (Comunicação e Artes), 2002 (dissertação de mestrado).

BARBALHO, Alexandre. *Relações entre Estado e cultura no Brasil*. Ijuí, Editora UNIJUÍ, 1998.

CALABRE, Lia. Política cultural no Brasil: um breve historio. Trabalho apresentado no *I Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. Salvador, Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura e Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade – UFBA, 2005.

COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo, Fapesp / Iluminuras, 1997.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Marketing cultural. In: RUBIM, Linda (org.) *Organização e produção da cultura*. Salvador, EDUFBA, 2005, p.53-77.

REFERÊNCIAS

BAHIA (Estado). Lei nº 7.015, de 09 de dezembro de 1996. Dispõe sobre a concessão de incentivo fiscal para financiamento de projetos culturais. *Diário Oficial do Estado da Bahia*, Salvador, BA: 10. dez. 1996. Disponível em:

< <http://www.fazcultura.ba.gov.br/lei7015.htm>> Acesso em: 10. dez. 2005.

_____. Decreto nº 9.232, de 11 de novembro de 2004. Aprova o Regulamento do Programa Estadual de Incentivo à Cultura – FAZCULTURA, e dá outras providências. *Diário Oficial do Estado da Bahia*, Salvador, BA: 12. nov. 2004. Disponível em: <<http://www.fazcultura.ba.gov.br/Decreto%209.232%20-%20FAZCULTURA.doc>> Acesso em: 10. dez. 2005.

_____. Resolução nº 779, de 16 de novembro de 2004. Dispõe sobre os Critérios para Avaliação de Projetos Culturais e dá outras providências, do Programa Estadual de Incentivo à Cultura – BARBALHO, Alexandre. Por um Conceito de Política Cultural. In: RUBIM, Linda (org). *Organização e produção da cultura*. Salvador: EDUFBA, 2004

FAZCULTURA. *Diário Oficial do Estado da Bahia*, Salvador, BA: 12 dez. 2005. Disponível em: <<http://www.fazcultura.ba.gov.br/Resolu%E7%E3o%20779-2004%20-%20Crit%E9rios%20de%20Avalia%E7%E3o.doc>>

FEIJÓ, Martin Cezar, “O que é Política Cultural”, São Paulo, Editora Brasiliense, 1983.

FELIX, Tadeu. *Análise dos Critérios de inscrição de Projetos do Fazcultura*. Salvador, UFBA (Contabilidade), 2004 (dissertação de mestrado).

GAUDENZI, Paulo Renato Dantas. *Cultura – de neófito a operário*. 1. ed. Bahia: Omar G. Artes Gráficas, 2000.

LAGO, Rosangela. Política Cultural do Fazcultura. Salvador, UFBA (Administração), 2000 (dissertação de mestrado).

VIEIRA, Mariella Pitombo. *Política cultural na Bahia: o caso do FAZCULTURA*. Salvador, UFBA (Comunicação), 2004 (dissertação de mestrado).

CONCLUSÃO

Com a realização do projeto experimental do *site Incentivo Cultural*, tive a oportunidade de pôr em prática muito do conhecimento adquirido durante o período em que participei como monitora do Labmedia – Laboratório de Multimídia da Faculdade de Comunicação, além dos cursos de extensão realizados. Ao participar de todas as etapas do projeto adquiri novos conhecimentos sobre Internet e leis de incentivo.

Todas as etapas deste trabalho, desde a sua concepção até a implementação e divulgação do *site*, significaram um fluxo constante de aprendizado que muito contribuiu para a formação de mais uma profissional na área de comunicação.

O projeto serviu para melhor compreender o universo tanto deste meio desafiante (WWW), como desta temática específica (leis de incentivo). E mais: foi um laboratório para experimentações práticas, que resultaram em um aprendizado produtivo.

O trabalho ampliou meu conhecimento e foi, sobretudo, uma experiência extremamente enriquecedora. A idéia é que este não seja apenas um projeto experimental de conclusão de curso, mas uma forma de atuar no mercado de trabalho. Meu intuito é o de dar continuidade ao projeto, não somente realizando sua manutenção, como também fazendo as devidas atualizações a fim de torná-lo mais abrangente.

somente na elaboração da memória descritiva como também na alimentação do *site*. Além do material bibliográfico ao qual aqui faço referência.

3ª ETAPA – Foram elaborados roteiros para as filmagens e a elaboração da arquitetura da informação para o *site*.

4ª ETAPA - Esta fase foi dedicada à sistematização dos dados, informações e depoimentos obtidos nas filmagens realizadas com os funcionários do Programa.

Produção

Nesta etapa foi elaborado o *site* com sistema de ensino a distância não institucional, contendo, de forma inteligível, cada etapa de preenchimento do formulário de inscrição de projetos, a documentação necessária e o material que deve ser anexado ao projeto. O *site* foi elaborado com uma linguagem simples e em sua arquitetura consta o histórico do programa, os critérios, os principais patrocinadores de projetos culturais através de leis de incentivo, *links* para outros sites que falam sobre leis de incentivo e a quantidade de projetos inscritos e patrocinados.

Memória

A produção da memória descritiva e analítica exigiu leitura bibliográfica, levantamento de dados e disponibilidade de tempo. Ou seja, foi uma etapa trabalhosa, porém enriquecedora. As anotações feitas durante o período de elaboração do *site* foram de extrema importância para a realização desta etapa.

A idéia do *Incentivo Cultural* é de não ser um *site* restrito, abrangendo um assunto ou outro, mas que abarque o maior número possível de informações sobre leis de incentivo. Durante a pesquisa constatei que dentre os *sites* pesquisados, nenhum se aproxima da proposta de ensino a distância estabelecida para o *web site Incentivo Cultural*.

JUSTIFICATIVA DO MEIO

O motivo da escolha da utilização da Internet foi o fato da rede possuir maior alcance de público que qualquer outro meio de comunicação. A atualização *on-line* também exige menos gastos e pode ser realizada sem grandes dificuldades. A Internet oferece também a vantagem da interação em tempo real com o internauta, além de possibilitar a utilização de diversos recursos midiáticos - vídeo, áudio, texto e fotografia.

AS ETAPAS DO PROJETO

Para a elaboração de um *site* explicativo sobre os critérios para a inscrição e avaliação de projetos culturais, foi planejado um roteiro de trabalho composto pelas seguintes etapas:

Pesquisa

1ª ETAPA – Foram realizadas as primeiras leituras sobre livros e revistas que tratam de leis de incentivo, além da legislação vigente em cada programa. Fichamentos foram feitos para a melhor organização dos dados provenientes das leituras e pesquisas bibliográficas.

2ª ETAPA – realizei inúmeras pesquisas virtuais referentes ao suporte e ao tema, o que também me auxiliou na produção dos textos. Consultas aos *sites* de empresas privadas que patrocinam a cultura e observação do conteúdo disponibilizado a respeito da política de patrocínio. Uma das etapas mais importantes do projeto foi a pesquisa, que auxiliou não

PROCEDIMENTOS

ESCOLHA DO PRODUTO

Os avanços tecnológicos têm proporcionado uma gama de novos recursos, permitindo a criação de uma multiplicidade de meios e veículos em espaço de tempo cada vez mais curto. É inegável dizer que a introdução das novas tecnologias de informação, em especial a Internet, contribuiu muito para a transformação das atividades da comunicação.

É relativamente simples e acessível publicar qualquer informação: basta ter um computador com acesso à Internet e ter algum conhecimento em HTML (HyperText Markup Language), a linguagem padrão para páginas de documentos Web.

O suporte site foi escolhido por julgar que se trata de um meio eficiente para a divulgação de um conteúdo como este, por possuir como característica o caráter multimídia⁴, no qual se pode aliar texto, sons e imagem. Obras multimídia são aquelas criadas com o auxílio de computadores, através de programas apropriados, e tem como característica fundamental a associação de textos, imagens em movimento ou não, sons e hiper textos.

Uma busca entre *sites* do gênero existentes na *web* serviu como referência para o trabalho. Esta pesquisa de mercado teve o objetivo de apontar caminhos pelo qual o *Incentivo Cultural* poderia trilhar, assim como ajudar na criação de elementos diferenciais. Dentre eles se destacam os sites oficiais do Fazcultura e Lei Rouanet.

⁴ Designa-se como multimídia as expressões ou meios que podem reunir diferentes linguagens simultaneamente.

ENTRAVES

Os entraves ocorridos foram com relação a escolha do suporte para a realização do projeto. Em um primeiro momento optei pelo Moodle, um sistema de administração de atividades educacionais que acontecem on-line pela criação de comunidades virtuais. O sistema Moodle, que, de acordo com princípios construtivistas de educação visa o aprendizado em colaboração, é totalmente gratuito e tem o código computacional aberto.

O sistema pode ser usado para cursos virtuais e como apoio a cursos presenciais, oferece um banco de dados com materiais para aulas e um fórum de discussões. Várias Faculdades da UFBA já utilizam o programa que se localiza no site www.moodle.ufba.br. Fiz a inscrição em vários cursos dessas Faculdades e pude constatar que não há uma frequência de usuários em seus fóruns e grupos de pesquisa. O que me levou a desistir do Moodle e partir para o YOUTUBE, um site de compartilhamento de vídeos na Internet. Uma das vantagens do programa é que os vídeos podem ficar localizados na própria página do *site*, diferente do Moodle. Também não é necessário fazer um cadastro para assistir aos vídeos.

computadores. Seu uso buscou dar um aspecto mais descontraído ao *site*, já que sua temática tem ligação com cultura e entretenimento.

Para os textos, foi utilizada a fonte *Arial*, (presente na maioria dos computadores). Elas são casuais, arredondadas e de fácil leitura. A **linguagem** escolhida foi a coloquial, visando conquistar a simpatia do usuário. A implementação do site, foi utilizado o programa Dreamweaver 8. O tratamento de imagens e fotos se processou no programa Fireworks 8 e **linguagem gráfica** utilizada foi o FLASH 8 – foi utilizado para inserir elementos de animação. O FLASH é uma ferramenta de desenho, autoria e animação multimídia. Com ela é possível criar animações gráficas de alto nível.

Para melhor visualização do produto recomenda-se ao navegador que utilize o programa Internet Explorer com resolução de 1024 X 768 pixels. Para acessar o site basta ir ao endereço < www.incentivocultural.ufba.br >

A **linguagem de programação** utilizada no *site* foi o ASP (*Active Server Pages*) – é o ASP que monta as páginas que se quer criar. Uma das grandes vantagens em se utilizar o ASP é que o conteúdo se torna infinitamente mais atraente aos usuários, quando comparados aos conteúdos estáticos, em virtude da constante interatividade existente entre os usuários e as páginas. O conteúdo que se altera com cada solicitação é chamado de conteúdo dinâmico. Além do ASP foram utilizados ainda o Javascript e o CSS (*Cascade Style Sheet*).

A **linguagem de hipertexto** utilizada foi a HTML, que é responsável pela real exibição de textos e imagens na tela e possui um formato de arquivo universal.

7) **Contatos:** local onde o internauta poderá tirar suas dúvidas sobre o programa preenchendo o formulário e enviando para o contato.

Navegação

De maneira simplificada, pode-se dividir a navegação entre interna e externa. Na interna, há um limite físico estabelecido. O “passeio” se processa através de ícones, logotipos, desenhos, figuras animadas ou textos; recursos estes que abrem portas para os usuários navegarem nas páginas de um mesmo *site*, conduzindo-os, dentro das limitações, a diferentes ambientes e níveis de leitura. Na externa, os *links* transportam o leitor a páginas de outros *sites* situados em diversos pontos da rede.

Projeto Gráfico

Como qualquer produto, informativo ou não, o *design*, a diagramação e a “embalagem” são fatores de peso. É preciso que o produto, por melhor que seja o seu conteúdo, tenha uma apresentação atraente, ou ao menos razoável, para que o consumidor se interesse pelo mesmo.

Para iniciar o projeto gráfico foram observados o “estilo” e as cores de outros *sites* e publicações impressas com temáticas semelhantes ou não ao *Incentivo Cultural*. De modo geral, verificou-se que não há uma “regra” estética muito definida. Para tanto foram feitas as seguintes opções para o *Incentivo Cultural*:

- para os botões, optou-se pelas cores vermelho, laranja, verde, azul e branco que remetem a alegria e descontração. As cores de cada botão também são utilizadas no logotipo do *site*,
- para as letras do logotipo e menus foi empregada a fonte artística *Trebuchet MS*. Elas tiveram que ser convertidas em imagem para não incorrer no risco de incompatibilidade com alguns

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

A arquitetura da informação remete a uma estrutura de informações baseada em um conceito de navegação lógico e consistente. O *site* deve deixar claro, aos visitantes, os possíveis caminhos a serem percorridos, buscando sempre facilitar a compreensão da estrutura.

Seções do Site:

1) **Home page:** página de entrada do *site*, onde são apresentados os *links* (menus) que remetem às páginas subseqüentes: apresentação, leis de incentivo, *links*, vídeo aula, mapa do *site*, contatos e créditos. Informações sobre o projeto e o motivo da escolha do tema;

2) **Apresentação:** constam os objetivos do *site* e explica a importância das leis de incentivo existentes no país.

3) **Leia de Incentivo:** seção destinada à explicação sobre algumas leis de incentivo, tais como Lei Rouanet e Fazcultura. São apresentados os *links* (menus) que remetem às páginas subseqüentes: Fazcultura e Lei Rouanet

4) **Links:** proporciona aos internautas o acesso a outros sites que tratam de leis de incentivo.

5) **Vídeo-aula:** espaço com ensino a distância através de vídeo, com aulas dos funcionários do Fazcultura, que explica toda a legislação do programa.

6) **Mapa do site:** espaço contendo todos os *links* do *site*.

possam usufruir dos serviços de informação e comunicação de alcance mundial. Nos dias de hoje, não é mais um luxo ou simples questão de opção uma pessoa utilizar e dominar o manuseio e serviços disponíveis na Internet. Ao contrário da comunicação de massa, a Internet, enquanto comunicação informatizada, facilita escolhas individuais. As pessoas são apresentadas a temas e serviços do seu interesse de forma cada vez mais atraente.

Hoje, com o acesso mais difundido aos computadores é possível utilizá-los com poucos conhecimentos técnicos. Teoricamente, qualquer pessoa pode construir um *web site* com um conhecimento mínimo da linguagem HTML. O advento da Internet foi considerado um dos fenômenos tecnológicos mais importantes do último século. As perspectivas são de que a Rede esteja cada vez mais incluída na vida cotidiana das pessoas para fins diversos, tais como informar, entreter, propagar idéias e formar comunidades virtuais.

A REDE

A Internet foi desenvolvida pela empresa ARPA (Advanced Research and Projects Agency), nos tempos remotos da Guerra Fria com o nome de ArpaNet, para manter a comunicação das bases militares dos Estados Unidos. Criada com objetivos militares, seria uma das formas das forças armadas norte-americanas de manter as comunicações em caso de ataques inimigos que destruíssem os meios convencionais de telecomunicações.

Em um salto na sua história, chega-se a um momento importante: década de 70, quando nasce a microinformática. O surgimento ocorre em um contexto de luta por ideais de jovens californianos. Em proveito da “contracultura”, contestam o confinamento da informatização nas mãos do Estado, exército e de grandes empresas. Era o lema: *Computers for the people*, ou computadores para o povo. Neste momento, “a micro-informática tinha por objetivo maior, tornar os computadores interativos, mais fáceis de manipular e acessíveis a todos” (Lemos, 1997).

A potencialização das trocas comunicativas aconteceu com a criação das páginas www (iniciais de *World Wide Web*). A integração da parte multimídia da rede, que reúne som, imagem e animação, ao serviço de notícias personalizadas, contribuiu para a popularização do meio.

Em síntese, a Internet é um conjunto de redes de computadores interligados que tem em comum um conjunto de protocolos e serviços, de tal forma que os usuários conectados

Para o produtor cultural, esta ferramenta poderá auxiliar na formatação de um projeto de maneira que atenda, tanto aos da sociedade, como também aos do Governo do Estado e/ou de alguma empresa patrocinadora, seguindo os caminhos propostos pelos critérios do programa.

Em um país marcado pela grande diversidade de povos, a cultura aflora como uma questão de extrema importância não só porque gera renda, mas porque promove a inclusão social e a reflexão. Uma sociedade culta em termos educacionais e culturais tem maior potencial para desenvolver-se de forma sustentável e, assim, subverter o sistema instaurado e promover comunidades mais justas e democráticas.

Este memorial aborda os principais elementos da página, tais como conteúdo e *design*, dentre outros. Os aspectos que nortearam a elaboração e construção do *site* também aqui estão descritos, com explicações teóricas sobre o meio e as justificativas.

Meu interesse pelo assunto vem da observação³ feita durante 12 meses no setor de atendimento aos proponentes (pessoas que inscrevem projetos no Fazcultura) aliada a vontade e necessidade de trabalhar com uma temática pertinente para o campo da produção cultural no Estado. Durante este período, o contato direto com os interessados deixou claro que alguns proponentes sentem dificuldades em entender a linguagem utilizada nos Decretos e Resoluções do Programa.

Disponibilizar aulas aos produtores de todo o Estado através de um *site* com uma linguagem mais simples e acessível, diferente do site institucional do programa que possui uma linguagem formal, permitirá aos interessados em inscrever projetos, principalmente aos que não podem ter acesso ao local de atendimento em Salvador, a possibilidade de apresentar projetos de igual competitividade.

O site proposto tornar-se-á uma importante ferramenta explicativa aos interessados em inscrever projetos, além de informar quais as documentações necessárias para cada área trabalhada no Programa e permitir que as atualizações feitas anualmente através de resoluções inseridas no Fazcultura sejam atualizadas constantemente no site.

³ Tal observação pôde ser feita devido ao fato de ter trabalhado no setor de atendimento ao público do Fazcultura por 12 meses.

organizados e destinados ao estudo, à pesquisa e à consulta, nas áreas da história das artes e da cultura;

XIV - Arquivo: instituição de preservação da memória destinada ao estudo, à pesquisa e à consulta.

O incentivo à produção artística e cultural via renúncia fiscal é um mecanismo de suma importância para dinamizar e fortalecer o setor cultural no estado da Bahia. Assim, a magnitude deste valor demonstra que a renúncia fiscal pode ser considerada o braço principal da política pública de fomento ao setor artístico-cultural do Estado.

Apesar de se tratar de um Programa Estadual de Incentivo a Cultura, que visa a ampliação dos investimentos na produção cultural em todo o Estado, possui apenas um posto de atendimento que se encontra na capital. Os produtores dos demais municípios só têm acesso às informações através de ligação interurbana, site institucional do Fazcultura ou se deslocando até Salvador para fazer a inscrição de seus projetos e obter esclarecimentos sobre o Programa.

O projeto *Incentivo Cultural* busca, através da elaboração de um *site* com sistema de ensino à distância, esclarecer aos interessados em inscrever projetos culturais sobre as formas de inscrição e avaliação de projetos, de acordo com as legislações dos programas. Uma ferramenta elaborada com linguagem mais acessível, com detalhes sobre os programas, exemplos de como preencher os formulários e aulas com funcionários do Fazcultura, possibilitando aos produtores um instrumento de consulta de fácil acessibilidade para o desenvolvimento de seus projetos. O objetivo é o de oferecer aos internautas um produto atual e de qualidade.

ICMS, que venha a patrocinar projetos culturais aprovados pela Secretaria da Cultura e Turismo-SCT;

III - Patrocínio: transferência, em caráter definitivo e livre de ônus, feito pelo Patrocinador ao Proponente, de recursos financeiros, para a realização do projeto cultural;

IV – Artes Cênicas: compreendem teatro, dança, circo, ópera, e congêneres;

V - Artes Plásticas e Gráficas: compreendem desenho, escultura, colagem, pintura, instalação, gravura, em suas diferentes técnicas, de arte em série, como litogravura, serigrafia, xilogravura, gravura em metal e congêneres; com a criação e/ou reprodução mediante o uso de meios holográficos, eletrônicos, mecânicos ou artesanais de realização;

VI - Cinema e Vídeo: compreendem obras cinematográficas, videográficas e digitais;

VII - Fotografia: compreende captação e fixação de imagens através de câmeras e de outros acessórios de produção;

VIII - Literatura: compreende textos em prosa ou verso nos gêneros conto, romance, poesia e ensaio literário;

IX - Música: compreende a combinação de sons produzindo efeitos melódicos, harmônicos e rítmicos em diferentes modalidades e gêneros;

X - Artesanato: compreende objetos manufaturados, não-seriados, utilizando materiais e instrumentos simples, sem o auxílio de máquinas sofisticadas de produção;

XI - Folclore e Tradições Populares: compreendem manifestações materiais e simbólicas, revitalizadas de geração a geração. Exclui-se o Carnaval;

XII - Museu: instituição de memória, preservação e divulgação de bens representativos da história, das artes, da cultura, cuidando também do seu estudo, conservação e valorização;

XIII - Biblioteca: instituição de promoção de leitura e difusão do conhecimento, congregando um acervo de livros e periódicos (jornais, revistas, boletins informativos) e congêneres,

O FAZCULTURA

A criação do FAZCULTURA – Programa Estadual de Incentivo à Cultura – estabeleceu uma nova ordem na relação Cultura x Financiamento, proporcionando o abatimento no imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte, interestadual e intermunicipal e de comunicações – ICMS – à empresa situada no Estado da Bahia que apoiar financeiramente projetos culturais aprovados pela Comissão Gerenciadora do Programa.

A Lei beneficia pessoas físicas ou jurídicas domiciliadas no Estado da Bahia e promove a pesquisa, o estudo, a edição de obras e a produção das atividades artístico-culturais nas seguintes áreas: a) artes cênicas, plásticas e gráficas; b) cinema e vídeo; c) fotografia; d) literatura; e) música; f) artesanato, folclore e tradições populares; g) museus; h) bibliotecas e arquivos; A aquisição, manutenção, conservação, restauração, produção e construção de bens móveis e imóveis de relevante interesse artístico, histórico e cultural; campanhas de conscientização, difusão, preservação e utilização de bens culturais.

De acordo Art. 2º, Incisos I ao XXXIV do Regulamento aprovado pelo Decreto nº 9.232/04 Art. 2º considera-se:

I - Proponente: pessoa física ou jurídica, domiciliada no Estado da Bahia, diretamente responsável pelo projeto cultural a ser beneficiado pelo incentivo;

II - Patrocinador: estabelecimento inscrito no Cadastro de Contribuintes do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação do Estado da Bahia - CAD-

É notório que a implementação da lei estadual de incentivo à cultura propiciou uma ampliação e um maior dinamismo na produção e na disseminação da atividade cultural do Estado, gerando maiores oportunidades para o desenvolvimento do setor e levando ao crescimento do número de projetos culturais patrocinados e valores gastos com cultura.

No âmbito nacional, leis importantes, como a Lei Rouanet e Audiovisual, foram criadas para fomentar o crescimento e difusão cultural do país. Os Estados brasileiros também criaram suas leis de incentivo cultural com o intuito de difundir a cultura local.

Na Bahia, em 1996, foi criado o Programa Estadual de Incentivo a Cultura – Fazcultura, com o objetivo de estimular a diversidade cultural através do abatimento no imposto sobre o ICMS da empresa situada neste estado que deseja apoiar financeiramente projetos culturais aprovados pela Comissão Gerenciadora do Programa.

No bojo da tendência contemporânea da busca pela afirmação das identidades locais em meio ao trânsito incessante de signos e imagens que marcam o ambiente da globalidade, o governo estadual baiano, sintonizado a essa corrente, passa a atrelar a implementação de suas políticas culturais e turísticas a uma estratégia que lança mão da apropriação de elementos simbólicos da cultura baiana. Amparado num discurso que celebra a especificidade da identidade baiana, o poder local tece seu modo de intervenção na área cultural, tendo como meta transformar a Bahia num Estado propício ao desenvolvimento de atividades ligadas ao setor terciário da economia (Pitombo, 2004:30).

A Lei² Estadual prevê que os contribuintes do ICMS poderão ter até 5% de abatimento no imposto a recolher, apoiando até 80% do valor total do projeto cultural. Para fazer jus ao abatimento, o empresário patrocinador deverá contribuir com recursos próprios equivalentes a, no mínimo, 20% dos recursos totais transferidos ao produtor.

O Fazcultura, nos seus nove anos de história, possibilitou a realização de 1.041 projetos, tendo como investimentos do governo um total de R\$ 82.068.759,1. Esses valores não podem ser desprezados, nem podemos contestar seu efetivo destino para a área cultural.

² Lei Estadual nº 7.015 de 09 de dezembro de 1996, que dispõe sobre a concessão de incentivo fiscal para financiamento de projetos culturais.

entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas onde as intervenções e os conjuntos de iniciativas não se dão de forma consensual, mas resultam de uma relação de forças culturais e políticas.

Segundo Ana Carla Reis (2003:152-156), o financiamento público à cultura é realizado de forma direta e indireta. O financiamento direto ocorre através de subsídios a artistas ou instituições culturais, onde o governo assume a manutenção e a programação da instituição ou, ainda, através dos Fundos de Cultura, que são destinados ao financiamento de projetos de interesse público que não são contemplados pelos investimentos da iniciativa privada. Já o financiamento indireto ocorre por meio de privilégios fiscais a produtos, serviços e pessoas culturais através das leis de incentivo à cultura, que prevêm isenção fiscal.

As leis de renúncia fiscal surgem como um mecanismo de financiamento à cultura criado pelo poder público com o objetivo de estimular o investimento da iniciativa privada no fomento às atividades artístico-culturais no país.

Todo e qualquer produto artístico/cultural que se destina à difusão e comercialização precisa de recursos financeiros para garantir a sua viabilização. Atualmente, boa parte das empresas que incentivam a produção cultural no Estado se utiliza das leis de incentivo para patrocinar os projetos culturais. Empresas privadas passam a incentivar projetos voltados para a recuperação do patrimônio histórico, apóiam companhias de dança e de teatro, promovem bienais de artes, enfim começam a adentrar num campo, no qual, historicamente, no Brasil, a iniciativa governamental foi, por longo período, a garantia quase que exclusiva para a produção e difusão cultural no país.

A partir daí, são instituídas novas formas de apoio à produção cultural, a exemplo do marketing cultural¹. Estes mecanismos proporcionam que o investidor deduza, dos impostos públicos a serem pagos, boa parte dos recursos aplicados ao financiamento de produções e ações culturais. As Leis de Incentivo impulsionam o desenvolvimento e profissionalização da produção cultural brasileira.

Nos últimos anos, várias leis foram criadas com o intuito de ampliar os recursos destinados à cultura, em face ao crescimento desproporcional da demanda da produção cultural no país. Tanto há o apoio das empresas através de editais como do Banco do Nordeste e da Petrobras, que patrocinam diretamente projetos culturais para a população, como há também a ação do Estado através da isenção fiscal, permitindo que o investidor deduza, dos impostos públicos a serem pagos, boa parte dos recursos aplicados ao financiamento de produções e ações culturais. Pode-se observar, atualmente, um crescimento nas discussões sobre o financiamento da cultura no país. Trata-se de um tema indispensável para os que desejam assegurar as condições permanentes de continuidade da criação artística.

Desde meados de 1995, o Governo Federal vem implementando, na área cultural, uma política de parceria entre o Estado brasileiro, os produtores culturais e a iniciativa privada. Tal política se apóia na legislação de incentivo fiscal às atividades artísticas e culturais. O incentivo é uma composição de dinheiro público e privado e se situa como mecanismo de financiamento entre o desenvolvimento social e econômico.

A Política Cultural, como propõe Alexandre Barbalho (2004) – a partir do conceito de Teixeira Coelho – se configura como um programa de intervenções realizadas pelo Estado,

¹ Instrumento utilizado pelas empresas e que tem o objetivo claro e legitimado de retorno de imagem ou financeiro.

AS LEIS DE INCENTIVO

Antes de mais nada cabe aqui uma definição do termo cultura. Para Feijó (1983), cultura é “toda produção ou manifestação voluntária, individual ou coletiva, que vise com sua comunicação à ampliação do conhecimento (racional e/ou sensível) através de elaboração artística, de um pensamento ou de uma pesquisa científica”. Paulo Gaudenzi, na cerimônia de entrega do título de Membro Benemérito da Academia de Letras da Bahia ao Secretário de Cultura e Turismo, cita Pedro Demo “(...) a cultura na dimensão comunitária é sentida e vista como modos de viver e produzir, maneiras de sentir e de querer” (*apud* Lago, 2000:01).

O estudo da dinâmica de funcionamento dos investimentos aplicados em cultura hoje exige, para um maior entendimento, o aprofundamento das fontes de financiamento cultural no Estado. O avanço da sociedade na contemporaneidade levou o Estado a agregar novas responsabilidades de ação pública. Segundo Albino Rubim (1997:30) “(...) este Estado (...) se viu obrigado a atender demandas de diversos segmentos sociais, adquirindo uma dimensão de prestador de serviços educativos-culturais à sociedade. A preservação, a transmissão, a divulgação e o apoio à criação cultural tornaram-se áreas de atuação do Estado, requeridas pela sociedade”.

Criou-se, assim, um mercado cultural com características e regras de legitimação próprias, mas carregando forte vínculo de dependência com a lógica mercantil. A relação criação-produção-circulação modificou e ampliou o público, bem como fomentou a reprodução dos produtos culturais, dando origem à chamada indústria cultural.

Produção Cultural, ministrada pela professora Rosa Villas-Boas, na qual foi discutida a Lei Rouanet e no penúltimo semestre, em 2006.1, cursei a disciplina Gestão Cultural, ministrada pelo professor Francisco Pedroza, na qual discutimos vários temas, dentre eles as leis de incentivo.

Por conta dessa necessidade de aprendizado profissional, decidi estudar e utilizar os conhecimentos adquiridos durante o período de estágio na criação de um *site* explicativo sobre leis de incentivo. É a oportunidade ideal para aprofundar meu domínio sobre o tema, à medida que o transformo em realidade.

O suporte tecnológico *site* foi escolhido por julgar que seria o meio mais eficiente para divulgação de um conteúdo como este, por possuir como característica o caráter multimídia, no qual se pode aliar texto, sons e imagens, e grande capacidade de armazenamento de dados passíveis de atualização.

Em um primeiro momento irei apenas tratar da lei de renúncia fiscal Estadual – Fazcultura. Este recorte se faz necessário devido ao pouco tempo destinado para a elaboração de um projeto de conclusão de curso. A escolha se dá também pela maior afinidade que possuo com a legislação Estadual. Portanto poderá ser encontrado, a princípio, no *site* material disponível para os interessados em inscrever projetos no Programa Fazcultura.

APRESENTAÇÃO

A idéia de fazer um trabalho de conclusão de curso sobre leis de incentivo através da criação de um *web site* começou a amadurecer em março de 2005, quando comecei a trabalhar na Secretaria de Cultura e Turismo como estagiária no setor do Fazcultura - Programa Estadual de Incentivo a Cultura do Estado da Bahia. Percebi que as aulas que tive na Faculdade sobre leis de incentivo não eram suficientes para sanar a falta de conhecimento sobre o Programa e busquei o preenchimento dessa lacuna através da leitura da legislação, livros e com a própria prática cotidiana.

Ao mesmo passo em que ia ampliando minha visão sobre as leis de incentivo, fui ganhando mais interesse e afinidade pelo Programa Estadual Baiano e comecei a considerar que este poderia ser um campo de trabalho mais promissor para mim do que as produções artísticas ou mesmo a área acadêmica, que nunca representou um campo de interesse pessoal.

Constatei que a maior parte dos produtores culturais existentes em Salvador é formada por pessoas que são graduadas em outras áreas do conhecimento, que aprenderam na prática através dos erros cometidos. Percebi que a grande maioria conhece superficialmente as leis de renúncia fiscal instituídas pelo Governo e que por isso cometem vários erros que dificultam a análise de seus projetos nos Programas. Nota-se que é cada vez maior o número de produtoras criadas na cidade para suprir a gama cultural existente, o que desenha uma tendência a vagas para os futuros produtores culturais oriundos das instituições de ensino.

Apesar desta tendência de mercado, tive poucas oportunidades na Faculdade de ir além do estrito ensino da produção cultural. No final de 2005, cursei a disciplina Oficina de

SUMÁRIO

Apresentação	6
As Leis de Incentivo	8
O Fazcultura	13
A Rede.....	18
Arquitetura da Informação	20
Entraves	23
Procedimentos	24
Escolha do Produto	24
Justificativa do meio	25
As etapas do projeto.....	25
Conclusão	27
Referências	28
Bibliografia.....	29

RESUMO

Este trabalho é a memória descritiva do *site Incentivo Cultural*, parte do projeto experimental de conclusão do curso de graduação em Produção em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Trata-se da criação de um *site* sobre leis de incentivo que tem como objetivo esclarecer sobre as formas de inscrição e avaliação de projetos e, com tal abrangência na rede, que forneça aos internautas as mais diversificadas informações sobre o tema como legislação, formas de inscrição, documentação, formulários etc.

Palavras chave: leis de incentivo, produção cultural, *web site*.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, a meu anjo da guarda e todos os que sempre ajudaram a iluminar meu caminho; a meu queridíssimo avô Rosendo pela força, incentivo e confiança; aos meus pais Fernando e Rosendite que sempre lutaram por mim e cujo carinho, incentivo e compreensão foram responsáveis por eu chegar até aqui; a minha amada irmã Joseane com sua incansável ajuda; aos professores Umbelino Brasil e especialmente Leonardo Costa, pela orientação e pelo constante incentivo ao meu projeto; aos colegas e amigos da Faculdade e da vida, principalmente os queridos e amados Rebeca Silveira, Plínio Rattes, Liliane Oliveira e especialmente Iali Moradillo que me ajudou muito na elaboração e execução deste TCC; a Fabio Liger pela ajuda, confiança e por passar tanta alegria a todos que estão ao seu redor; a Edy Brito pela força e confiança; a Grazieno Pellegrino pela paciência e ajuda constante em todos os meus projetos; a André Duarte pela força; aos amigos do Fazcultura e do Fundo de Cultura.

WEB SITE INCENTIVO CULTURAL

Projeto de Conclusão de Curso em Comunicação, com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

Professor Orientador: Umbelino Brasil

Co-orientador: Leonardo Costa

Aluna: Márcia Priscila N. da Silva

Semestre: 2006.2

Salvador
Dezembro de 2006



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

MÁRCIA PRISCILA NASCIMENTO DA SILVA

WEB SITE INCENTIVO CULTURAL

<http://www.incentivocultural.ufba.br>

Salvador
Dezembro de 2006