

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNICAÇÃO

Do Mecenato à Política Nacional das Artes

**A Participação Popular nas Políticas
Públicas de Fomento às Artes no Brasil**

**João Cláudio Ribeiro Noronha
Novembro de 2015**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais sob orientação do Prof. Dr. Danilo Oliveira

Do Mecenato à Política Nacional das Artes – A Participação Popular nas Políticas Públicas de Fomento às Artes no Brasil¹

João Cláudio Ribeiro Noronha²

RESUMO

O estudo a seguir busca elaborar um panorama sobre a evolução do processo de participação popular nas políticas de fomento às artes no Brasil, desde o mecenato dos tempos imperiais, passando pelos eventos da semana de artes de 22, pela Ditadura Vargas, pela criação das leis de renúncia fiscal e até a atual Política Nacional das Artes.

Palavras-chave: cultura, participação popular, política cultural, ministério da cultura, política nacional das artes

ABSTRACT

The following study seeks to elaborate an overview of the evolution of the popular participation in the development of policies for the arts in Brazil, from the patronage of imperial times, through the arts week's events of 22, the Vargas dictatorship, the creation of tax breaks laws and ending at the current National Policy of Arts.

Keywords: culture, popular participation, cultural policy, ministry of culture, national policy of arts

RESUMEN

El estudio a continuación busca elaborar una visión general de la evolución del proceso de participación popular en el desarrollo de políticas para las artes en Brasil, desde el patrocinio de la época imperial, a través de eventos de la semana de artes de 22, la dictadura de Vargas, la creación de leyes de renuncia de impuestos e llegando a la actual Política Nacional de Artes.

Palabras clave: cultura, participación popular, política cultural, ministerio de cultura, política nacional de las artes

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais

² Bacharel em Matemática Aplicada e Computacional pela UNICAMP. Especialista em Gestão de Projetos pela FEA – USP. Cursa pós-graduação *Latu Sensu* em Gestão de Projetos Culturais no CELACC – USP. Atua desde 2011 como produtor cultural; especialmente em produção de eventos teatrais e elaboração de projetos culturais com destaque para as leis de incentivo à cultura.

1. Introdução

A evolução da participação popular na criação das políticas públicas de fomento às artes foi a ideia motriz deste estudo. Muito se tem falado sobre os impactos das novas tecnologias de comunicação na participação popular, com a possibilidade de conexão advinda da Internet a velocidade de mobilização do cidadão brasileiro alcançou patamares nunca vistos na nossa história. Em tempos de uso das redes sociais como ferramenta política o tema da participação popular se torna cada vez mais presente. Como disse Pedro Demo em sua obra “Participação é Conquista”:

Hoje é normal que o interesse pela participação se avolume. Nem há muito de novo nisto. No fundo, são velhas ideias, apenas repontadas num momento histórico diferente, ainda que apareçam de maneira dispersa e dentro de conflitos ideológicos evidentes. (DEMO, 2009: p.1)

Boaventura de Souza Santos, na introdução do livro “Democratizar a Democracia” definiu uma globalização alternativa: a contra-hegemônica, organizada da base para o topo das sociedades, e afirmou que: “as novas tecnologias de comunicação e de informação produziram alterações profundas nas escalas espaciais e temporais da ação social.” (SOUZA SANTOS, 2009:p.17)

Com o objetivo de traçar um panorama sobre a participação popular nas formas de apoio à arte no Brasil desde o mecenato dos tempos imperiais, passando pela promulgação da Lei Rouanet até o atual processo de construção da Política Nacional das Artes, pesquisou-se eventos artísticos de maior destaque, procurando definir o grau de participação popular em cada um deles.

Este trabalho se inicia com uma visão do curso da história brasileira, desde a fuga da família imperial portuguesa para o Brasil, primeiro marco significativo no período colonial para a formação das artes no país, passando pela chegada da Missão Francesa no início do século XIX, na sequência detalha a Semana de Arte Moderna de 22, grande marco para a cultura brasileira, pesquisando as questões relativas à participação popular no evento, passando pelas políticas públicas de apoio às artes na ditadura Vargas,

seguindo para a promulgação das leis de renúncia fiscal em 1986 e finalizando com a atual Política Nacional das Artes da FUNARTE – Fundação Nacional de Artes.

2. Um olhar no passado

O passado é uma fonte preciosa para a construção do conhecimento. Com isto em mente olhamos para a história do Brasil em busca de sinais do que pode ser considerado como participação popular nas políticas públicas voltadas para as artes. Buscamos ao longo do tempo as “velhas ideias” mencionadas por Pedro Demo e a forma como elas influenciam os dias atuais.

Por certo não se pode imaginar que a origem da participação popular nas políticas culturais no Brasil possa estar situada em tempos coloniais. “a colônia sempre esteve submetida a controles muito rigorosos como: proibição de imprensas; censura a livros e jornais vindos de fora; interdição ao desenvolvimento da educação, em especial universidades, etc.” (RUBIM, 2007: p.13)

O primeiro marco significativo para a organização das artes no Brasil se dá no princípio do século XIX, com a fuga da família real e da corte portuguesa para a colônia brasileira.

À frente da casa real estava a figura de D. João VI, rei de Portugal, Brasil e Algarves, que possui o mérito de ter sido o primeiro articulador de nossa produção cultural e artística. Durante a administração joanina foram instauradas importantes instituições como a Imprensa Régia (encarregada basicamente de publicar as decisões governamentais), a publicação da Gazeta do Rio de Janeiro, primeiro jornal a circular na América portuguesa; a Biblioteca Nacional e o Jardim Botânico, além do ensino superior de medicina e da escola de formação de oficiais militares.

No Brasil o investimento em cultura começou tardiamente, considera-se como marco inicial a construção da Biblioteca Nacional por D. João VI em 1810, claramente um empreendimento sem nenhuma participação do povo brasileiro. Os conceitos de democratização e participação popular

ainda eram estranhos para a população colonizada, neste tempo mesmo os grandes proprietários de terra brasileiros, a nossa “elite social”, foi renegada a um segundo plano: a corte portuguesa ditava os conceitos de cultura e era para seu deleite e consolidação de poder que o investimento era realizado. (CORREA, 2015)

Outra contribuição notável de D. João VI foi o desembarque no Rio de Janeiro de artistas da França Napoleônica trazendo cartas de recomendação do encarregado de negócios de Portugal em Paris. O que se convencionou chamar de “A Missão Artística Francesa” foi considerado o movimento responsável por introduzir no país o sistema de ensino superior acadêmico. (CORREA, 2015)

Inês Correia, 2010, em seu artigo “Do mecenato ao Marketing Cultural: a evolução do patrocínio no Brasil” fala de dois paradigmas gerados pela Missão Francesa que norteiam a cultura brasileira até hoje: uma aberta francofilia, que, em maior ou menor grau, marcará nossa arte e cultura até meados da II Grande Guerra e o eterno complexo de inferioridade em relação à produção nacional, a todo e qualquer produto *made in Brazil*. Complexo somente sublimado, se o foi totalmente, pela explosão dos modernistas em 1922.

Ressalta-se na Missão Francesa o conceito da arte como assunto de elites, o próprio conceito de “formação superior em artes” , introduzido pela Missão, remete a uma direção totalmente elitista. A designação de “superior” assume de imediato uma distância social, e por consequência coloca tudo aquilo que não se enquadra em suas regras e definições em um patamar “inferior”.

Nota-se aí um forte indício da origem da dificuldade que temos hoje em pensar na cultura e nas artes como instrumento de participação; na tendência em definir Arte apenas como refinamento do espírito, como rebuscamento erudito; e na frequente confusão entre “diferença cultural” e “falta de cultura”.

3. A Semana de Arte Moderna de 22

Na busca por eventos de destaque para as artes no Brasil saltamos alguns anos para pousar em outro divisor de águas: A Semana de Arte Moderna de 22.

A Semana de Arte Moderna de fevereiro de 1922 realizada em São Paulo representa um marco na arte contemporânea do Brasil comparável à chegada da Missão Francesa no Rio de Janeiro no século passado (AMARAL, 1979: p.15)

Durante um período de 3 dias, em 13, 15 e 17 de fevereiro de 1922, no *Theatro Municipal* de São Paulo, ocorreu a manifestação que transformou o cenário artístico brasileiro. Segundo Aracy Amaral: “Seu objetivo: a derrubada de todos os cânones que até então legitimavam entre nós a criação artística.” (AMARAL, 1979: p.15)

A figura 1 ilustra a capa do programa da Semana de Arte Moderna, criada por Di Cavalcanti.

A semana de 22 é um registro de uma insatisfação pela hegemonia cultural européia, uma busca à resposta para quem somos nós brasileiros.

No começo do século XX a vida literária e artística nacional girava em torno das Academias, pouca efervescência tocava os jovens pintores e escultores, com seus mestres formados segundo os padrões rígidos da Academia implantada no Brasil pela Missão Le Breton. Seguiam uma escola que não estimulava a criatividade, mas a imitação servil dos modelos importados.

Apesar da imposição quase dogmática da Missão Francesa já apareciam em 1915 pregações de uma arte nacional sem o relacionamento servil com o estrangeiro, obras como a pintura “A Boba” de Anita Malfatti, ilustrada na Figura 2, ou o artigo de Oswald de Andrade publicado no “O Pirralho” onde reivindica de maneira positiva uma “pintura nacional”, exemplificam este movimento.



Figura 1 – Capa do programa da Semana da Arte Moderna, 1922 – por Di Cavalcanti

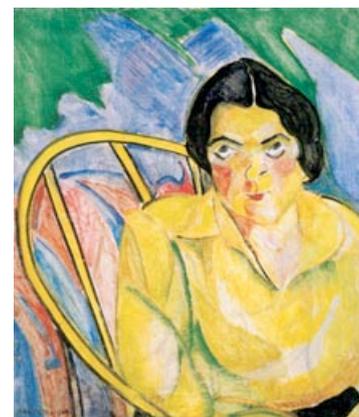


Figura 2 - "A Boba" - Anita Malfatti (1915/16) MAC

Dizia Anita Malfatti, a grande catalizadora da semana de 22, em uma conferência de 1951 falando sobre o panorama do Brasil no começo do século XX: “Críticos de arte o Brasil não possuía então. Não havia museus só de arte, não havia estudos especializados sobre a crítica construtiva que muita falta nos fez”. (AMARAL, 1979: p.96)

Em dezembro de 1917, na rua Libero Badaró em São Paulo, Anita Malfatti realizou uma exposição de suas obras mais recentes. Apesar do reconhecimento atual da genialidade das obras de Anita, as críticas da época foram de uma agressividade impressionante. Atacada implacavelmente por Monteiro Lobato no artigo apelidado de “Paranóia ou Mistificação?” publicado no “O Estado de São Paulo”, ilustrado na figura 3:

Há duas espécies de artistas. Uma composta dos que veem normalmente as coisas (...). A outra espécie é formada pelos que veem anormalmente a natureza e interpretam-na à luz de teorias efêmeras, sob a sugestão estrábica de escolas rebeldes, surgidas cá e lá como furúnculos da cultura excessiva. (...) Embora eles se deem como novos, precursores de uma arte a vir, nada é mais velho do que a arte anormal ou teratológica: nasceu como a paranóia e a mistificação. (...) Essas considerações são provocadas pela exposição da Sra. Malfatti onde se notam acentuadíssimas tendências para uma atitude estética forçada no sentido das extravagâncias de Picasso e companhia. (O ESTADO DE SÃO PAULO HOJE, 20/12/1917)



Figura 3 - "Paranóia e Mistificação"

O “volume alterado” da crítica de Lobato teve como resultado direto o que, mais tarde, Mário de Andrade denominaria “arregimentação, a consciência de rebeldia, de espírito novo”. O súbito e inesperado ataque conseguiu a união em torno de Anita: Oswald e Mario de Andrade a defenderam de imediato, em seguida Di Cavalcanti e Guilherme de Almeida. Pouco depois o grupo contou com a adesão de Menotti del Picchia, do Correio Paulistano e posteriormente Victor Brecheret, de volta da Itália.

Na obra “Artes Plásticas na Semana de 22”, Aracy Amaral informa que a base econômica para a realização do movimento surgiu por intermédio de Graça Aranha, nome de vasto prestígio na época, membro da Academia Brasileira de Letras e grande apoiador das artes.

A comissão que patrocinou a semana de 22 foi formada por Paulo Prado, Alfredo Pujol, Oscar Rodrigues Alves, Numa de Oliveira, Alberto Penteado, René Thiollier, Antônio Prado Júnior, José Carlos Macedo Soares, Martinho Prado, Armando Penteado e Edgar Conceição.

A simples menção dos grandes industriais acima remete para a formação elitista da semana de 22. Apesar de manter o mérito de quebrar as amarras com o modelo europeu de arte, pouco havia de real participação popular no *Theatro Municipal* de São Paulo naqueles dias de fevereiro de 1922. As únicas expectadoras de classes sociais menos favorecidas que participaram do evento foram as mulatas retratadas nos quadros de Di Cavalcanti.

A semana de 22 já se financiou seguindo o conceito de mecenato, padrão histórico que ainda hoje influencia o conceito de captação de recursos.

Foi somente nos anos da década de 1930 que se formou um cenário propício para a criação de uma política pública para cultura no Brasil: “Conforma-se assim, uma primeira triste tradição no país, em decorrência de seu perfil autoritário e elitista: o dificultoso desenvolvimento da cultura e o caráter tardio das políticas culturais no Brasil” (RUBIM,2007:p.14).

4. A Ditadura Vargas

É durante a ditadura de Getúlio Vargas, na década de 30, que pela primeira vez o Estado Brasileiro cria uma estrutura organizacional para a cultura dentro do então Ministério da Educação e Saúde, capitaneado pelo Ministro Gustavo Capanema, que ficou no cargo de 1936 a 1945 e que contou, em sua equipe, com intelectuais e artistas que estavam entre os mais importantes do país. (BOTELHO,2001 :p.40.)

Outro divisor de águas no apoio às atividades culturais no Brasil foi a criação do temido DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda – em dezembro de 1939. Alimentado por um vigor ufanista, o Estado nacional passou de mero apoiador para único caixa de toda uma série de atividades culturais sob tutela estatal. Os projetos culturais da época passaram a ser divididos entre “amadores”, com contornos de “ação entre amigos” e “profissionais”, sob tutela estatal e marcados pelas normas do capitalismo de investimento e lucro. (BOTELHO,2001)

Este período foi marcado pela criação de instituições como a Superintendência de Educação Musical e Artística, o Instituto Nacional de Cinema Educativo em 1936; o Serviço de Radiodifusão Educativa, o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em 1937 e o Conselho Nacional de Cultura em 1938. (RUBIM,2007: p.17)

Segundo Rubim, falando sobre a política cultural criada na ditadura Vargas: “A política cultural implantada valorizava o nacionalismo e a brasilidade, a harmonia entre as classes sociais, o trabalho e o caráter mestiço do povo brasileiro.” (RUBIM,2007: p.16)

Entretanto o mesmo autor ressalta que, na prática, prevaleceu o caráter elitista e com forte viés classicista das políticas culturais da época. E complementa:

A gestão inauguradora de Vargas/Capanema cria uma outra e difícil tradição no país: a forte relação entre governos autoritários e políticas culturais. Ela irá marcar de modo substantivo e problemático a história brasileira das políticas culturais nacionais (RUBIM,2007:p.18)

5. Incentivo às artes via renúncia fiscal

Seguindo na busca de eventos de destaque para a arte no Brasil chegamos na segunda metade da década de 1980. A primeira lei de incentivos fiscais a patrocinadores da produção cultural foi promulgada em 3 de outubro de 1986 no governo José Sarney. Em texto daquele ano, Celso Furtado escreveu: “Devem-se à perseverança do presidente José Sarney as várias apresentações, ao longo de sucessivas legislaturas, de projetos de lei cuja preocupação principal volta-se para a democratização da cultura.” (FURTADO, 2012: p.88)

A Lei Sarney tentou definir um novo conceito de participação popular possibilitando que pessoas físicas patrocinem projetos culturais via renúncia fiscal. Segundo Celso Furtado: “De concepção basicamente simples, a lei trata, em primeiro lugar, de definir normas de participação dos cidadãos e das empresas nas iniciativas culturais.” (FURTADO, 2012: p.89)

A Lei Sarney foi substituída pela Lei Rouanet em 1991, no governo Fernando Collor, mantendo o objetivo de democratização da cultura já em seu artigo primeiro: “contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais” (LEI 8.313 de 23 de Dezembro de 1991 – Artigo 1º). E mantendo estrutura que possibilitaria a abertura à participação popular a partir do envolvimento de pessoas físicas no processo de patrocínio cultural.

As leis de incentivo via renúncia fiscal possibilitam o desconto de uma porcentagem do imposto a pagar pelo patrocinador interessado em participar de projetos culturais pré-aprovados. No âmbito federal os projetos são aprovados pelo Ministério da Cultura e os valores descontados do Imposto de Renda – IR, no âmbito estadual os projetos são aprovados pelas Secretarias Estaduais de Cultura e os valores descontados do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS, existem também leis de renúncia fiscal municipais, normalmente com descontos no Imposto Territorial Urbano – IPTU ou Imposto Sobre Serviços de qualquer natureza – ISS.

Hoje considerada a principal forma de apoio aos projetos culturais no Brasil, a Lei Rouanet autorizou em 2014 um total de 6.057 projetos a captarem R\$ 5.785.807.436,53 em recursos, sendo que 3.273 obtiveram sucesso (54% do número total de projetos). Foram efetivamente captados R\$ 1.278.169.782,73 por pessoas jurídicas e R\$ 42.137.678,16 por pessoas físicas, totalizando R\$ 1.320.307.460,89 (22,8% do valor total). O patamar de 1,3 bilhões de reais em captação tem se mantido desde 2011. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2015).

Importante mencionar que os critérios de aprovação de projetos no Ministério da Cultura são eminentemente técnicos, não estão nos critérios de avaliação critérios subjetivos ou artísticos, o que reforçaria o caráter participativo e democrático mencionado por Rubim em 1986, não fosse a questão da captação de recursos.

Na dinâmica das leis de incentivo via renúncia fiscal cabe ao mercado a definição de quais projetos serão viabilizados: exposição de marca e estratégias de venda são os critérios usados para a escolha dos projetos culturais que serão patrocinados. Projetos pautados na força da cultura popular, na democratização da cultura e no impacto transformador da economia criativa tem poucas chances de obter patrocínio se não se encaixarem nos critérios do mercado, tornando as leis de incentivo fiscal, em especial a Lei Rouanet, uma extensão das diretorias de marketing das grandes empresas.

Ana Carla Fonseca Reis em sua obra *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura* mencionou o fenômeno da inclusão dos patrocínios via Renúncia Fiscal no planejamento de Marketing das grandes empresas:

No Brasil, a onda de privatizações da segunda metade da década de 90 viu uma explosão de patrocínios de megaeventos, nos quais muitas vezes o patrocínio era empregado simplesmente como ferramenta de mídia. Muitas destas empresas não tinham como estratégia firmar um comprometimento com a cultura, mas buscavam apenas anunciar sua chegada com pompa e circunstância, junto à mídia e a seus novos consumidores (REIS, 2006:p.12)

O argumento de que existe abertura à participação popular na Lei Rouanet através da possibilidade de patrocínio de pessoas físicas também não se sustenta: somente os detentores de grandes fortunas recolhem imposto de renda em patamar suficiente para viabilizar um projeto cultural via renúncia fiscal.

O próprio ministro da Cultura, Juca Ferreira, é um forte opositor do modelo atual da Lei Rouanet, em entrevista à repórter Fátima Sá do Jornal O GLOBO mencionou:

A lei criou uma ilusão de que haveria uma parceria público-privada financiando a cultura. Não é verdade. (...) Há uma quantidade astronômica de propostas todos os anos, e muitas recebem aval para captar o benefício. Só que apenas 20% conseguem, e isso fica concentrado em dois estados. Oitenta por cento do total renunciado vai para (*os estados de*) Rio e São Paulo. Sessenta por cento, para duas cidades (*as capitais*), e são sempre os mesmos (*proponentes*) que recebem: os que dão retorno de imagem às empresas. (...) A Rouanet dá a aparência de parceria público-privada, mas é a empresa decidindo onde vai aplicar o dinheiro, é a privatização de recursos públicos para construir imagens de empresas, algumas delas altamente lucrativas. (Sá, Fátima, 2015)

6. A FUNARTE e a Política Nacional das Artes – PNA

Criada em 1976 a Fundação Nacional de Artes – a FUNARTE, teve como objetivo inicial formular, coordenar e executar programas de incentivo às artes; difundir e circular obras e artistas pelo território nacional. Extinta no início do governo Collor, em prol da política do “governo mínimo”, foi recriada em 1994, passando por um processo de enfraquecimento institucional, onde perdeu a capacidade de atender aos seus objetivos.

Em 2015 iniciou-se o processo de reestruturação da FUNARTE, processo intimamente ligado à criação da Política Nacional das Artes – PNA.

O objetivo principal do PNA, segundo o Ministro da Cultura, Juca Ferreira, é “a implantação de políticas públicas atualizadas, fundamentadas e

duradoras para as artes”. (FERREIRA, JUCA <http://culturadigital.br/pna> acesso em 15/08/2015)

Durante o ano de 2015 várias caravanas culturais percorrem o país buscando informações que balizem a criação da PNA em uma tentativa de envolver os artistas e gestores culturais na elaboração de políticas públicas.

O processo de construção da Política Nacional da Cultura possui o conceito de participação popular no centro de sua definição: baseados em Planos Setoriais dos Colegiados Setoriais.

Um grupo de consultores percorre os 27 estados da federação durante nove meses do ano de 2015, ouvindo os Setores de todas as regiões: são as “Caravanas das Artes”. Em paralelo foi criada uma plataforma digital para receber colaborações de qualquer cidadão.

A PNA segue o conceito de Políticas públicas de Cultura e Redes introduzido por Rubim em sua obra *Cultura e Políticas Culturais*:

(...) para que uma política seja definida como efetivamente pública ela deve possibilitar momento(s) de debate público, que viabilize(m) a participação de múltiplos atores sociais, e processo(s) público(s) de deliberação, que permita(m) a incorporação de propostas destes atores. Assim a política pública resultante pode ser reconhecida como elaboração compartilhada, mesmo que acionando graus distintos de interferência.(...) As políticas públicas de cultura, portanto, podem ser desenvolvidas por uma pluralidade de atores político-sociais. (RUBIM, 2011: p.53)

7. Conclusão

Nos tempos imperiais o conceito de participação era inexistente: nem mesmo as elites sociais brasileiras participavam das definições de arte e cultura, os “selvagens” brasileiros recebiam dos europeus todos os conceitos do que é ser “civilizado”.

Já em 1922 ocorreu o “fenômeno” nacionalista da Semana de Arte Moderna, marco indiscutivelmente importante para as artes no Brasil, mas que pouco adicionou quando se fala em participação popular: trocou as definições de arte e civilização das elites européias pelas definições das elites brasileiras, seguindo o conceito “antropofágico” de Oswald de Andrade.

Foi através do mecenato que se consolidou a atividade artística de quase todo o século XX, a Semana de 22 não teria acontecido sem Paulo Prado. Entretanto a motivação básica dos atuais mecenas não difere das motivações do romano Caius Cilnius Mecenas, no século I: legitimar o patrocinador através de uma transferência de prestígio que um determinado produto cultural conquistou na sociedade. Conceito que não possui nenhum traço de participação popular.

O primeiro passo em direção à participação popular nas políticas públicas para as artes veio com a promulgação das leis de incentivo à cultura via renúncia fiscal no final da década de 1990.

A mais importante delas, a Lei Rouanet, herdou de sua antecessora, a Lei Sarney, o objetivo de se firmar como uma política participativa. Entretanto, com a análise dos números divulgados pelo Ministério da Cultura ano a ano, ficou claro que a Lei Rouanet é utilizada como parte dos orçamentos de marketing de grandes empresas; justamente aquelas que pagam maiores impostos e tem maior verba para patrocinar projetos: a vocação participativa da Lei Rouanet dominada pelos interesses do mercado.

A “tendência histórica à dominação” mencionada por Pedro Demo se faz evidente nesta análise: no fenômeno do poder uma parte minoritária comanda e define enquanto uma parte majoritária é comandada.

Nas artes a dita tendência à dominação se reflete na homogeneização impiedosa por parte das atuais políticas públicas do que se considera “arte popular”, uma tendência de destruição dos traços identificadores das comunidades. Neste contexto a dita “arte popular” é motivação essencial de processos participativos.

Toda participação significa ocupar um espaço de poder, e ao ocupa-lo, tirar o poder de outro. Para que exista a real participação nas políticas públicas de fomento às artes é necessário que o poder público esteja realmente comprometido a entregar a decisão final sobre o destino dos recursos aos fazedores de arte!

A reestruturação da FUNARTE iniciada em 2015 e o processo de criação do Plano Nacional das Artes parecem indicar um movimento de implantação de políticas públicas realmente participativas, mas a história comprovou que entre o discurso e a prática existe uma barreira que os idealizadores do PNA dificilmente serão capazes de transpor.

Vivemos em uma época onde projetos culturais se viabilizam quando conseguem se encaixar no conceito estatal de “cultura” para conquistar o apoio das Leis de Incentivo; onde as regras de mercado e capital ditam as diretrizes do que é “cultura” na sociedade brasileira.

Ao longo do estudo evidenciou-se que o processo de participação popular nas políticas públicas para as artes nunca passou de retórica vazia: a participação popular nunca esteve realmente presente na história do fomento às artes no nosso país.

8. Referências

ALMEIDA, Candido José Mendes de. **A arte é capital – visão ampliada do marketing cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993. 79p.

AMARAL, Aracy A. **Artes Plásticas na Semana de 22 – Subsídios para uma história da renovação das artes no Brasil**. 4. Ed. São Paulo: Perspectiva, 1979. 323p.

AMARAL, Aracy A., **Textos do Trópico de Capricórnio: artigos e ensaios (1980-2005) – Vol.1: Modernismo, arte moderna e o compromisso com o lugar**. 1. Ed. São Paulo: Ed. Editora 34, 2006 352p.

BOTELHO, Isaura. **Romance de Formação: FUNARTE e Política Cultural 1976-1990**. 1 Ed. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2000 273p.

CESNIK, Fábio de Sá. **Guia do Incentivo à Cultura**. 2 Ed. Barueri: Editora Manole, 2007 399p.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e Democracia, O discurso competente e outras falas**. 8 Ed. São Paulo: Cortez, 2000 309p.

DEMO, Pedro. **Participação é Conquista**. 6. Ed. São Paulo: Cortez, 2009 159p.

FURTADO, Celso. **Ensaio Sobre Cultura e o Ministério da Cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012 198p.

LEITÃO, Cláudia Sousa. **Cultura em Movimento: memórias e reflexões sobre políticas públicas e práticas de gestão**. 1. Ed. Fortaleza: Armazém da Cultura, 2014. 327p.

PEDROSA, Mário. **Acadêmicos e Modernos: textos escolhidos III**. São Paulo: EDUSP, 1998. 427p.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado**. São Paulo: Thomson Learning Edições, 2006. 309p.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Cultura e Políticas Culturais**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2011. 121p.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Políticas Culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007. 157p.

SOUZA SANTOS, Boaventura (org). **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa**. 4.Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009 675p.

CORREIA, Inês Fernandes. Do Mecenato ao Marketing Cultural. **Organicon – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**, São Paulo, v. 7, n. 13, 2010. Disponível no site <http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/317> acessado em: 01/06/2015.

SÁ, Fátima, O GLOBO, 2015, **Juca Ferreira abre fogo contra a Lei Rouanet**. disponível no site <http://oglobo.globo.com/cultura/juca-ferreira-abre-fogo-contra-lei-rouanet-15258675#ixzz3mBLLgbMW>, acessado em: 01/06/2015.

LOBATO, Monteiro, O ESTADO DE SÃO PAULO. “**A Propósito da Exposição de Malfatti**”. São Paulo, 20/12/1917.

MINISTÉRIO DA CULTURA, 2015, http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/cerca-de-3-3-mil-projetos-captaram-recursos-via-lei-rouanet-em-2014/10883 acessado em: 15/08/2015