

Dissertação
Mestrado em Gestão Cultural

**Financiamento Cultural: Estratégias para mobilização de recursos financeiros,
humanos e sociais para ações transversais no campo do patrimônio cultural imaterial no
Brasil**

Ana Carolina Fernandes Peres da Silva

Orientador
Luísa Arroz Albuquerque
ESAD/IPL

Co-orientador
Clóvis Carvalho Britto
Universidade de Brasília - UnB

Novembro de 2020

**Financiamento Cultural: Estratégias para mobilização de recursos financeiros,
humanos e sociais para ações transversais no campo do patrimônio cultural imaterial no
Brasil**

Ana Carolina Fernandes Peres da Silva

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Mestrado em Gestão Cultural da Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha – Esad.Cr, do Instituto Politécnico de Leiria – IPL, como requisito para obtenção do grau de Mestre.

Orientador

Luísa Arroz Albuquerque

ESAD/IPL

Co-orientador

Clóvis Carvalho Britto

Universidade de Brasília - UnB

(Folha de Aprovação)

Dedicatória

Este trabalho é dedicado a todas e todos os sobreviventes culturais da COVID-19 e do governo Jair Bolsonaro.

Agradecimentos

*O céu de repente anuviou
E o vento agitou as ondas do mar
E o que o temporal levou
Foi tudo que deu pra guardar
Só Deus sabe o quanto se labutou
Custou mas depois veio a bonança
E agora é hora de agradecer
Pois quando tudo se perdeu
E a sorte desapareceu
Abaixo de Deus só ficou você.
(Quando a Gira Girou / Zeca Pagodinho)*

Minha Gratidão,

À todas as sinergias que vivenciei neste processo.

À toda minha Umbanda que me guia nesta vida terrena.

A meu pai, Eraldo Peres, meu orientador primeiro.

À minha mãe, Shirley Fernandes, pela disposição em todas as horas.

A meus filhos, Geovana e Lucas, pela compressão das ausências.

A meus irmãos, tios, primos e família, por toda a energia positiva emanada.

Às minhas amigas, Érika Scheily, Juliana Oliveira, Alecsandra Bacellar e Elisther Oliveira, pela leveza de sermos nós.

À Eduardo Molina, pela Luz de uma amizade sincera na hora certa pra me socorrer.

À nova amiga, Mariana Terlizzi, por ser luz nos meus dias europeus.

A todos os amigos brasileiros cultivados em terras portuguesas.

À Dra. Maria Conceição pela recepção acolhedora em Portugal.

Aos colegas de Mestrado, pela troca diária de saberes compartilhados.

À Deisi, Bianca e Nicola, por me dar um Lugar de Produção.

Aos professores e mestres que nos conduziram ao longo deste curso.

À professora Carla Cardoso, por ser uma inspiração profissional.

Ao professor Clovis C. Britto, por embarcar comigo pelo colorido da cultura brasileira.

À professora Luísa Arroz, pela orientação e confiança em meu trabalho.

E por fim, mas não menos importante, Gratidão ao meu Eu, por nunca desistir.

Preâmbulo

Idealizadora, organizadora, produtora, gestora, captadora, staff, comunicadora, escritora, pesquisadora, analista, marqueteira e até contabilista. Um gole d'água, dez respirações e mais uma ligação, um e-mail, uma mensagem, um corre pra lá e um corre pra cá. Em casa você descansa! Um sorriso de canto... bem sabemos que a lida continua em sonhos.

E lá se vão 10 anos amando e se apaixonando pela cultura em cada projeto escrito e realizado. Já fui de um tudo, mas sempre estudante. Aprendi nos ensinamentos do Mestre Paulo Freire e do eterno Ariano Suassuna, que é no estudo que se faz grande. Depois aprendi com Mário de Andrade que é na terra que se conhece a gente grande. Com Darcy Ribeiro aprendi que de tão grande, somos todos em um só. Mas é de Casa que trago a maior lição: alinhar a alma, o olho e o coração.

Num *click* atravessei o Atlântico querendo olhar para dentro. Enxergar os caminhos invisíveis aos olhos e aprender um *cadinho* mais. *Saber-fazer* a coisa certa dá trabalho. E se já não fosse difícil, agora há o tal do COVID-19. E há de se preocupar!

Uma vez, um Velho me contou que pra ter, tem que saber pedir. Então vamos aprender! O “doutor” que ensinava desde os tempos da industrialização, já não pode ser o mesmo. Ele ensina pro domínio de massa, pra conta exata onde não cabe imprevistos, os riscos são friamente calculados e o lucro é o fim. Nós, estudiosos, pesquisadores e profissionais da cultura, precisamos aprender no domínio da particularidade, da especificidade, com contas abertas, riscos humanos e causas socioambientais. Cultura é isso, uma infinidade de particulares que precisa de uma organização projetada. E só quem está à beira do rio (da cultura) vai saber ensinar a pescar.

Escolhi uma escola de artes, poderia ter sido outra. Lá é tudo cor! Encontrei *gentes* muito grande, braços abertos, conflitos e convicções. Gente que ficou pelo caminho e gente que vai seguir o caminho. Gente que escreveu mais um parágrafo, gente que apagou o texto inteiro. Encontrei respostas rápidas e outras que ainda espero chegar. E de tudo que li, ouvi e vivi nesses últimos dois anos, aprendi que mais importante do que saber pedir, é saber pra quem pedir.

É aí que começa essa história...

O cenário, quando do início deste estudo (2018/2019) era de um Brasil que elegia há pouco um governo de extrema direita. Um *desmantelo* só. Mas um Brasil, que apesar da politicagem, do descontrole administrativo e das rupturas econômicas e sociais, é diverso e de imensa *gente* grande que faz da cultura seu ato principal. É o Brasil do Maracatu, das Folias, das Romarias e das Congadas. Da anunciação do Espírito Santo e das bênçãos de Iemanjá. É um Brasil popular que precisa olhar pros seus. E olhar também pra quem lá esteve nos tempos de Dom João e *pros* negros trazidos na escravidão. A história tem seu lado triste, mas aqui só cabe a boa comida, o chiado da chinela e as *estórias* que cada um tem pra contar.

Na outra ponta, quem quer ouvir? É isso que quero descobrir!

Antes é preciso dizer que esta investigação tem fronteiras no patrimônio cultural imaterial e no patrimônio vivo das nações. Tem também um objeto central de estudo de caso, o Projeto Cultural *Filhos da Terra – Um Olhar sobre a Diversidade Cultural Brasileira*. É de um retratista que nasceu no Rio de Janeiro, mas foi na Capital Federal que ganhou asas com sua *rolleiflex* e hoje viaja o mundo atrás de cor, buscando olhares que se encontram na arte de fotografar. Escreve com a luz para comunicar e imprimir referências e roteiros culturais de povos e suas tradições numa esfera pública global. Em sua razão de existir, que inclui a preservação e a salvaguarda de manifestações culturais, todo o conteúdo produzido nos quatro anos iniciais (2016/2019) deste projeto está disponibilizado de forma digital e on-line para fins educacionais e de pesquisa.

A partir daí, vamos compreender a complexidade contemporânea deste universo, o histórico de financiamento percorrido até aqui e quais estratégias são possíveis para continuidade e mobilização de recursos financeiros, humanos e sociais para projetos culturais deste tipo. O objetivo é entender a estratégia de financiamento no contexto político-cultural e também como ela está inserida nas etapas de elaboração, produção e gestão de projetos. Acreditando que compartilhar conhecimento é disseminar desenvolvimento, o estudo resultará em reflexões e diretrizes gerais sobre estratégia de financiamento cultural.

. Resumo

O presente trabalho é desenvolvido no âmbito do Mestrado em Gestão Cultural na Escola Superior de Artes e Design do Instituto Politécnico de Leiria – Portugal, como pré-requisito para obtenção do título de Mestre e tem como propósito, investigar formas de mobilização de recursos (financeiros, materiais e humanos), com foco na sustentabilidade de projetos culturais produzidos no Brasil, no campo do patrimônio imaterial, à luz do projeto cultural Filhos da Terra – Diversidade e Cultura. Para esta investigação, o patrimônio imaterial será abordado a partir das Convenções da Unesco para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial e da Convenção para a promoção e preservação da Diversidade das Expressões Culturais, sendo este, o campo limitador para todas as análises e reflexões internas do trabalho.

A dissertação está estruturada em três capítulos, onde o primeiro apresenta o estado da arte e a compreensão contemporânea da "gestão cultural" sob a própria ótica da cultura; "patrimônio cultural" sob a ótica das políticas públicas; e “referência cultural” sob a ótica do patrimônio imaterial. O segundo capítulo traz para reflexão o financiamento cultural no Brasil e as políticas públicas para cultura, principalmente às que se referem ao patrimônio cultural imaterial, e também a reflexão sobre os mecanismos e instrumentos de captação de recursos possíveis para setor cultural, a fim de perceber se o financiamento internacional pode ser uma rede de apoio face às rupturas das políticas culturais brasileiras vivenciadas no último ano. O terceiro capítulo traz para estudo de caso, o projeto cultural Filhos da Terra – Diversidade e Cultura, o qual realiza a pesquisa e documentação audiovisual de expressões da cultura popular brasileira, com objetivo de construir uma cartografia dos saberes a partir de cinco Rotas Culturais que se desenham pela proximidade das referências e das tipologias dos bens documentados. Aqui se faz importante perceber os processos de financiamento e sustentabilidade do projeto, e pensar estratégias para o futuro. Fechando a estrutura principal da dissertação, o quarto capítulo apresenta o Planejamento Estratégico Horizonte 20/25 para o Projeto Filhos da Terra, o qual foi construído ao longo deste trabalho e expõe reflexões sobre a elaboração técnica de um plano estratégico, e aponta caminhos possíveis para a sustentabilidade e continuidade do projeto para os próximos cinco anos.

Palavras-chave: Gestão Cultural, Patrimônio Imaterial, Estratégia de Financiamento, Financiamento Cultural, Mobilização de Recursos.

Abstract

The present work is developed within the Master's Degree in Cultural Management at the School of Arts and Design of the Polytechnic Institute of Leiria - Portugal and its purpose is to investigate ways of mobilizing resources (financial, material and human), focusing on the sustainability of cultural projects produced in Brazil, in the field of intangible heritage, in light of the cultural project Children of the Earth - Diversity and Culture. For this investigation, the intangible heritage will be approached from the Unesco Conventions for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage and the Promotion and Presevation of the Diversity of Cultural Expressions, being these two the framework for all the analyses and internal reflections of the work.

The dissertation is structured in three chapters, where the first presents the state of the art and the contemporary understanding of "cultural management" from the very point of view of culture; "cultural heritage" from the point of view of public policies; and "cultural reference" from the point of view of intangible heritage. The second chapter brings for reflection the cultural financing in Brazil, mainly those referring to intangible cultural heritage, and also the reflection on the mechanisms and instruments for raising possible resources for the cultural sector, in order to realize if international financing can be a support network in face of the ruptures of Brazilian cultural policies experienced in the last year. The third chapter brings for case study, the cultural project Sons of the Earth - Diversity and Culture, which conducts research and audiovisual documentation of expressions of Brazilian popular culture, with the objective of building a cartography of knowledge from five Cultural Routes that are designed by the proximity of references and typologies of the manifestations documented. Here it is important to understand the processes of financing and sustainability of the project, and to design strategies for the future. Closing the main structure of the dissertation, the fourth chapter presents the Horizon 20/25 Strategic Planning for the Sons of the Earth Project, which was built throughout this work and exposes reflections on the technical elaboration of a strategic plan, and points out possible paths for the sustainability and continuity of the project for the next five years.

Keywords: Cultural Management, Intangible Heritage, Financing Strategy, Cultural Financing, Resource Mobilization.

Índice

<i>Índice de Tabelas</i>	<i>ix</i>
<i>Índice de Figuras</i>	<i>x</i>
<i>Lista de Abreviaturas</i>	<i>xi</i>
1. Introdução	1
2. Conceitos transversais - referencial teórico e contemporâneo dos termos “gestão cultural”, “patrimônio cultural” e “referência cultural”	6
2.1 A contemporaneidade da gestão cultural	7
2.2 O intangível nas definições de Patrimônio Cultural	15
2.3 Referência Cultural para falar de Patrimônio Imaterial	18
3. Financiamento Cultural	23
3.1 Breve introdução	23
3.2 Financiamento direto (ou público) no Brasil	30
3.3 Plano Nacional de Cultura	34
3.4 Programa Nacional de Apoio à Cultura	44
3.5 Financiamento indireto	56
4. Estudo de Caso: Projeto Filhos da Terra	62
4.1 O Projeto Filhos da Terra	65
4.2 Saber Olhar, Saber Ser, Saber Fazer	67
4.3 Cartografia cultural	68
4.4 O enquadramento do Projeto Filhos da Terra no PNC	71
4.5 Histórico de financiamento e a primeira experiência internacional no IFCD	72
4.6 Mapa Mental e Stakeholders	84
4.7 Apontamentos para um Planejamento Estratégico	87
5. Horizonte 20/25 – Os cenários possíveis para o Projeto Filhos da Terra	91
5.1 Cenário 1 – Ideologia, eu quero uma pra viver (o otimista)	97
5.2 Cenário 2 – O dia em que a Terra parou (o pessimista)	98
5.3 Cenário 3 – Deus e o Diabo na Terra do Sol (o realista)	99
5.4 Estratégias sugeridas	100
6. Conclusão	104

<i>Referências Bibliográficas</i>	<i>105</i>
<i>Glossário</i>	<i>107</i>
<i>Anexos</i>	<i>111</i>

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Recursos públicos federais para a cultura / PIB.	40
Tabela 2: Editais 2019 em que o projeto Filhos da Terra efetuou candidatura.	73
Tabela 3: Informação jurídica das entidades realizadoras do Filhos da Terra.	78
Tabela 4: Matriz SWOT do Projeto Filhos da Terra.	81
Tabela 5: Estratégias de atuação do Projeto Filhos da Terra - 2020-2025.	100
Tabela 6: Cenários Prospectivos - Variáveis Internas e Externas.	92
Tabela 7: Cenários Prospectivos - Atores Internos e Externos.	93
Tabela 8: Atribuição de peso para variáveis e atores.	94
Tabela 9: Classificação de influência das variáveis.	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico - Quantidade de projetos de apoio à sustentabilidade econômica realizados.	37
Figura 2: Gráfico - Percentual de recursos públicos federais para cultura / PIB.....	39
Figura 3: Gráfico - Percentual de renúncias fiscais / PIB.....	41
Figura 4: Gráfico FNC.....	46
Figura 5: Valores de Renúncia Fiscal x Valores Captados - Lei de Incentivo.....	52
Figura 6: Gráfico - Total de Projetos apoiados pela Lei de Incentivo/Ano.....	53
Figura 7: Gráfico - Projetos com captação de recursos – Ano x Área Cultural.	55
Figura 8: Fluxograma da Gestão Cultural x Financiamento.....	59
Figura 9: Mapa representativa dos deslocamentos das Rotas Culturais.	69
Figura 10: Linhas de Apoio - Edital FAC Áreas Culturais (2015).....	71
Figura 11: Gráfico - Mapa de influências/dependências diretas.	96

LISTA DE ABREVIATURAS

Ancine - Agência Nacional do Cinema
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BOVESPA – Bolsa de Valores de São Paulo
CLT - Consolidação das Leis do Trabalho
CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNRC - Centro Nacional de Referência Cultural
FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FBN - Fundação Biblioteca Nacional
FCRB - Fundação Casa de Rui Barbosa
FCP - Fundação Cultural Palmares
Funarte - Fundação Nacional de Artes
Ficart - Fundo de Investimento Cultural e Artístico
FNC - Fundo Nacional de Cultura
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Ibram - Instituto Brasileiro de Museus
IPHAN - Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IN – Instrução Normativa
MEI - Microempreendedor Individual
MinC – Ministério da Cultura
PIB – Produto Interno Bruto
PNC - Plano Nacional de Cultura
Pronac - Programa Nacional de Apoio à Cultura
Salic - Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura
SEC – Secretaria Especial de Cultura
SNC – Sistema Nacional de Cultura
SPHAN - Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
UNCTAD - Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

1. INTRODUÇÃO

A temática do financiamento cultural sempre esteve presente em diversos campos de investigação, porém, percebe-se que as reflexões ficam ao nível de políticas públicas e tipologias de financiamento. Pouco se discute o financiamento cultural pela perspectiva da gestão cultural e dos produtores, gestores e fazedores de cultura, o que por vezes, gera alguma confusão de enfoque conceitual, bem como dos processos e práticas para acesso e gestão de recursos financeiros no setor da arte e da cultura.

O mergulho neste universo vem de uma motivação pessoal em compreender os “caminhos do dinheiro” na cultura, e de uma epifania na literatura de Amit Goswami, em sua abordagem da física quântica aplicada à transformação do que nos rodeia. Goswami (2015) diz que “as mudanças de que nossos sistemas sociais necessitam para abirmos espaço à criatividade e à transformação das pessoas em escala global são as mesmas mudanças necessárias para a solução da atual situação de crise”. O autor fala de uma mudança de paradigma, da lei do movimento dinâmico das possibilidades, de uma ciência que integra a consciência individual e a coletiva, o material e a espiritualidade. Falava acima de tudo de uma consciência inclusiva, combinando as forças do fazer e do ser.

Aqui faz todo sentido o conceito de cultura apresentado pela Unesco em suas Convenções (2003 e 2005), a qual considera cultura como “um conjunto de características distintas espirituais, materiais, intelectuais e afetivas que caracterizam uma sociedade ou um grupo social. Abarca, além das artes e das letras, os modos de vida, os sistemas de valores, as tradições e as crenças”.

A gestão trouxe ao campo da cultura uma espécie de orquestração dos instrumentos e organização dos atores envolvidos. A mesma gestão considerada por Enrique Saraiva (2008), como um “conjunto de ações de uma organização – pública ou privada – destinado a atingir determinados objetivos que foram planejados e – supõe-se – são desejados pela organização. Implica em implementar normas, planos e projetos, estabelecer estruturas, alocar recursos humanos, financeiros, físicos e tecnológicos e, principalmente, empenhar criatividade e capacidade de inovação para atingir esses objetivos da melhor forma possível.” (Saraiva, 2008)

Para Saraiva, a especificidade da gestão no campo da cultura é dada pelo fato de se tratar da implementação de políticas culturais ou de lidar com instituições culturais. De forma complementar, Augusto Rodrigues (2009) pressupõe que a gestão cultural são o conjunto de procedimentos administrativos e operacionais de processos no campo da Cultura e da Arte, podendo articulá-lo à ideia de mediação de processos de produção material e imaterial, de bens culturais e de agentes sociais (Augusto Rodrigues, 2009).

Segundo Maria Helena Cunha (2019), na perspectiva do Estado, a gestão cultural ganha maior força a partir da década de 1980. O Brasil vivia um processo de redemocratização e passava por momentos de profundas mudanças na história cultural. É dessa década a instauração da Constituição Federal (1988), a reestruturação das instituições culturais e a criação do Ministério da Cultura. Já pela perspectiva do mercado, e é essa que nos interessa mais, a complexidade do ambiente cultural vem com a necessidade de profissionalização de seus agentes, a partir de um momento onde era preciso “compreender melhor as novas possibilidades de atuação no setor cultural e as suas interfaces que exigem uma melhor organização de instituições culturais, grupos, espaços, coletivos e outros formatos atuais de agrupamentos dessa nova dinâmica”. (Cunha, 2019)

Vale delimitar que, no centro desta reflexão está, por um lado, a cultura intangível, aquela que reflete os saberes, os modos de ser e de fazer, as memórias, e que nos leva ao termo ‘patrimônio cultural imaterial’, que também será tratado ao longo da investigação. Por outro, o relacionamento entre os diversos atores do setor público, a participação da iniciativa privada e a atuação organizada da sociedade civil na sustentabilidade de projetos culturais. Por isso, trouxe para estudo de caso o projeto cultural Filhos da Terra – Diversidade e Cultura. Uma ação continuada de identificação e documentação de manifestações da cultura popular brasileira, que parte da arte fotográfica como linguagem principal de comunicação para imprimir referências de povos e suas tradições numa esfera pública global. Este projeto baseia-se no mapeamento e na disseminação de informações do patrimônio vivo para reconhecer e valorizar os bens culturais transnacionais compartilhados entre Brasil, Portugal e Angola, e suas ações resultam em um acervo editorial disponibilizado em ambiente digital online, voltado para instituições de educação, pesquisa e público especializado.

Em 2019 o projeto iniciou sua expansão e internacionalização dos territórios culturais a partir do planejamento da Rota Raízes – Eixo Portugal e Eixo Angola, que busca conhecer o patrimônio e as tradições culturais compartilhadas entre as três nações. Agora é preciso traçar as estratégias de financiamento e as parcerias necessárias para viabilidade e sustentabilidade das ações propostas, por isso, justifica-se enquanto objeto e estudo de caso desta pesquisa.

Sabe-se que é preciso quebrar os paradigmas da escassez para o setor cultural. Por isso, e buscando uma consciência inclusiva, o presente trabalho objetiva explorar as possibilidades de financiamento para projetos culturais, nomeadamente os desenvolvidos no campo do patrimônio cultural imaterial, e neste processo, reconhecer as possibilidades de acesso e mobilização de recursos públicos e privados, entendendo que o financiamento cultural vai além do investimento financeiro, mas contempla também, recursos humanos, institucionais e sociais, e processos de planejamento e gestão.

Este caminho é trilhado no campo da gestão cultural, sendo assim, no primeiro capítulo deste trabalho, procura-se, em primeiro lugar, apresentar o *estado da arte* do termo “gestão cultural”, a partir de conceitos apresentados por estudiosos da área, a fim de esboçar uma definição que dê conta de suas especificidades, destacando-se aqui o papel do gestor cultural como ator importante no planejamento estratégico para financiamento de projetos culturais. Em segundo, procura-se apresentar o entendimento do termo “patrimônio cultural”, como campo intrínseco à gestão cultural de forma ampla, e como campo delimitador das discussões desse trabalho. Por fim, faz-se necessário compreender o termo “Referência Cultural” de forma a elucidar as transformações conceituais e de abordagem do patrimônio cultural imaterial nas políticas culturais e programas de fomento

No segundo capítulo, abordaremos as questões próprias do financiamento cultural, suas tipologias, processos e especificidades, bem como a importância do planejamento para gestão de projetos culturais e em consequência, a necessidade de capacitação dos gestores e produtores. A simples transposição das ferramentas tradicionais da Administração dificilmente atende às necessidades do setor, o que deixa o gestor, quase sempre, à mercê de sua própria capacidade de adaptação e criação.

Rosana Kisil (2001) explica que os recursos financeiros de um projeto são todos os bens, insumos e serviços utilizados na realização das atividades propostas, tais como: equipamentos, suprimentos, salários da equipe, benefícios trabalhistas dos funcionários, viagens, consultores externos, prestadores de serviços entre outros. Tanto as fontes de recursos, quanto os custos de cada atividade, devem estar detalhados na estratégia de financiamento, de forma a auxiliar na escolha dos mecanismos de captação de recursos a serem utilizados.

As considerações passam por uma análise do Plano Nacional de Cultura que estabeleceu em 2010, 53 metas de desenvolvimento do setor cultural, e do Programa Nacional de Apoio a Cultura, que institui uma das principais fontes de financiamento cultural brasileiro, a isenção fiscal e o Fundo Nacional de Cultura, de forma a entender quais fatores norteiam o financiamento de projetos e ações culturais que tem os saberes como objeto.

O quarto e último capítulo desta investigação culmina na proposta de um plano estratégico para financiamento do projeto cultural Filhos da Terra. O objetivo aqui é traçar as estratégias de mobilização de recursos para viabilidade e sustentabilidade do projeto no horizonte 2020-2025, com ações de curto, médio e longo prazo, buscando uma prospecção local, nacional e internacional, trazendo para si boas práticas da produção cultural e experiências positivas na angariação de fundos.

Cunha (2019) diz que o processo de planejamento estratégico significa o trabalho de preparação e organização de planos e programas, tendo como premissa básica o conjunto de métodos e técnicas que visam racionalizar as ações a partir de uma missão, de diretrizes e objetivos estabelecidos. Além de sintonizar ideias e realidade, reconhecer e otimizar recursos humanos, físicos e financeiros para tornar mais eficiente as ações propostas. Apesar de o trabalho artístico fundamentar-se em princípios muitas vezes antagônicos aos do mercado e esteja mais associado à produção de cultura e ao interesse público, ele pode ser igualmente concebido como um serviço capaz de gerar lucro. Como em qualquer outra área, isso ocorrerá na medida em que o setor cultural possuir estratégias de gestão voltadas para atender suas especificidades e profissionais preparados e com visão. (Valente et al., 2007)

A metodologia definida para o desenvolvimento do presente trabalho está balizada na etnografia e no estudo de caso, buscando enfatizar, além do elemento vivencial da experiência, os processos e significados que circundam o fazer cultural, a partir de procedimentos de observação participante, entrevistas e grupos focais.

Segundo Maria Manuel Batista (Baptista, 2009) o método da etnografia procura articular de forma profunda e fundamentada a abordagem empírica e teórica do objeto pesquisado. Sublinha ainda que, nesta perspectiva, a investigação em Estudos Culturais trabalha essencialmente com problemas de ‘tradução’ e justificação, não procurando propriamente a ‘verdade objetiva’, mas a compreensão do significado mais profundo dos discursos e das representações sociais e culturais.

O estudo de caso possibilitará uma abordagem prática da investigação, com a sistematização de características, indivíduos, grupos e processos de implementação do objeto investigado. Os estudos de caso, em sua essência, parecem herdar as características da investigação qualitativa (Meirinhos & Osório, 2010), neste sentido, rege-se dentro da lógica que guia as sucessivas etapas de recolha, análise e interpretação da informação dos métodos qualitativos.

Espera-se como desdobramento desta investigação, deixar um contributo para o cenário cultural brasileiro no que tange às produções culturais voltadas para a promoção, valorização e salvaguarda das culturas populares e do património cultural imaterial, mas principalmente para àquelas produções que atuam de forma transversal a essas questões, a exemplo do projeto Filhos da Terra. E também, para gestores e produtores culturais dos países de língua portuguesa, que encontrem neste texto, boas práticas para uma gestão eficaz e eficiente.

2. CONCEITOS TRANSVERSAIS - REFERENCIAL TEÓRICO E CONTEMPORÂNEO DOS TERMOS “GESTÃO CULTURAL”, “PATRIMÔNIO CULTURAL” E “REFERÊNCIA CULTURAL”

Para incluir o ser humano como um todo em nossa ciência, precisamos validar nossas experiências interiores. (Amit Goswami)

Em seu livro *O Ativista Quântico*, Amit Goswami (2015) diz que “as mudanças de que nossos sistemas sociais necessitam para abriremos espaço à criatividade e à transformação das pessoas em escala global são as mesmas mudanças necessárias para a solução da atual situação de crise”. Goswami falava aqui de uma mudança de paradigma, da lei do movimento dinâmico das possibilidades, de uma ciência que integra a consciência individual e a coletiva, o material e a espiritualidade. Falava acima de tudo de uma consciência inclusiva, combinando as forças do fazer e do ser.

É nessa ótica que os múltiplos mundos de possibilidades transcritos por Goswami – físico (dos sentidos), vital (dos sentimentos), mental (dos pensamentos) e supramental (das intuições) – todos integrados de forma transversal – dão sentido ao universo da gestão da arte e da cultura, baseado na recriação de um “mundo das soluções” para os “problemas do nosso mundo”, onde uma das principais questões é refletir as transformações dos valores sociais e identitários dos povos e a garantia do ‘fazer-ser’ da cultura em seus diversos atributos – espirituais, materiais, intelectuais e afetivos.

Procura-se, em primeiro lugar, apresentar o estado da arte do termo “gestão cultural”, a partir de conceitos apresentados por estudiosos da área, a fim de esboçar uma definição que dê conta de suas especificidades, destacando-se aqui o papel do gestor cultural como ator importante no planejamento estratégico para financiamento de projetos culturais.

Em segundo lugar, procura-se também apresentar o entendimento do termo “patrimônio cultural”, como campo intrínseco à gestão cultural de forma ampla, e também como campo delimitador das discussões desse trabalho, a partir do estudo de caso do projeto Filhos da Terra – Diversidade e Cultura.

Por fim, e em terceiro lugar, faz-se necessário compreender o termo “Referência Cultural” de forma a elucidar as transformações conceituais e de abordagem do patrimônio cultural imaterial nas políticas culturais e programas de fomento.

2.1 A contemporaneidade da gestão cultural

Para falar de gestão cultural, é preciso, primeiro, apontar de qual cultura estamos falando. António Jorge Monteiro (2015) nos diz que abordar a questão das definições de “cultura” implica aceitar um desafio de grande complexidade, atendendo a que este conceito tem múltiplos significados e tem também variadas designações, conforme os campos dos seus utilizadores.

A literatura de antropologia, sociologia e ciências humanas em geral examina diversas definições de cultura, porém, não cabe aqui recuperá-las e nem debruçar-se sobre as constantes transformações e reorganizações de seu ambiente e de suas ideias, mas, para fins desta pesquisa é conveniente adotar uma definição à luz da totalidade que abrange o comportamento individual e coletivo do povo brasileiro, considerando, principalmente, sua diversidade e multiplicidade.

Nesse sentido, Cultura é consciência coletiva. Nas palavras de Barros e Brizuela (2018), “é um processo através do qual o homem atribui sentidos ao mundo”. Mas é no texto da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - Unesco, assinada por mais de 190 países, incluindo Brasil e Portugal, que esta pesquisa assenta o seu entendimento maior sobre cultura:

A cultura deve ser considerada como o conjunto dos traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e que abrange, além (do campo) das artes e das letras, os modos de vida, as maneiras de viver juntos, os sistemas de valores, as tradições e as crenças”. (Unesco, 2002, p.1)¹

¹ Definição em consonância com as conclusões da Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais (MONDIACULT, México, 1982), da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento (A Nossa Diversidade Criativa, 1995) e da Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento (Estocolmo, 1998).

Assim como fez Bárbara Heliadora Andrade Ramos (2015), para esta discussão convém circunscrever a noção de cultura ao universo da política, da produção e da gestão cultural, de modo a não a deixar demasiadamente ampla e vaga, focando no aspecto da funcionalidade da cultura que pode subsidiar a construção de uma definição de gestão cultural.

Portanto, pensar em cultura como objeto de gestão cultural requer que se proceda a uma redução ou operacionalização do conceito de cultura, no sentido de estabelecer o escopo da ação dos police makers e gestores. Pois, evidentemente, está fora do alcance de sua intervenção a maioria dos objetos materiais ou simbólicos que pode a imaginação humana criar. (Ramos, 2015, p.22)

A este respeito, Taiane Fernandes (2019) observa que a gestão cultural abarca diferentes modalidades de objetos sobre os quais atua, recorrendo a uma diversidade de mecanismos e instrumentos de planejamento, execução e gerenciamento.

Seus objetos de atuação podem ser as artes, o patrimônio, a memória, as manifestações da cultura popular, a cultura de massa. E essas diferentes formas de expressão cultural não competem, exclusivamente, ao poder público. A gestão cultural pode (e deve) ser competência da sociedade civil, seja através de organizações lucrativas, não lucrativas, ou profissionais independentes. (Fernandes, 2019, p. 33)

Tal compreensão sustenta a visão alargada da gestão cultural adotada neste trabalho, como um conjunto de ferramentas políticas, sociais e administrativas que garantam tributos humanos e financeiros para sustentabilidade da livre manifestação cultural das comunidades. Uma gestão exercida por diversos atores da sociedade civil e do mercado e que mobilizam diferentes modalidades, formatos, mecanismos e instrumentos de sua atuação.

Para avançar na reflexão teórica a que se propõe neste capítulo, é importante saber que o tema da Gestão Cultural tem sido estudado, nos últimos anos, por pesquisadores de origens diversas. Gleise Oliveira (2019) afirma que o universo das produções acadêmicas que tem como debate a gestão cultural é amplo, e embora existam várias concepções para o entendimento do que vem a ser gestão cultural, esta, enquanto objeto de estudos, tem aparecido de forma recorrente com o tema das políticas culturais.

Ramos (2019) também nos diz que a gestão cultural, apesar de ser um termo recente, é associada a múltiplos significados e nomenclaturas: promoção cultural, gestão de cultura, mediação cultural, administração cultural, gestão das artes ou gestão da cultura. Este é um termo difícil quando: *“una palabra sea utilizada de maneras tan distintas testimonia su incoherencia fundamental como concepto unitário, pero al mismo tiempo, es aquí donde radica su fuerza y su trampa”*. (Ochoa, 2008, p. 158 apud Ramos, 2019, p. 24)

Segundo Oliveira (2019), estudos mais conceituais sobre gestão cultural buscam uma aproximação com o campo de atuação profissional do gestor, mas poucos são os que se dedicam à definição do que se deve compreender como gestão cultural. “Algumas tentativas de conceituar convergem para a complexidade de definição, visto que a gestão cultural não se restringe às competências administrativas, mas, para além delas, envolve lidar com a cultura nas suas mais diversas manifestações”. (Oliveira, 2019, p.50)

Foi em princípios do século XX, com a segunda república brasileira, que a gestão cultural ganhou novos contornos a partir de sua relação com a política cultural, que se inaugurava no país. O escritor Mário de Andrade é lembrado como um dos primeiros gestores públicos da cultura – se não o primeiro –, ao implantar e dirigir o Departamento de Cultura da cidade de São Paulo, de 1935 a 1937. (Fernandes, 2019) Mas segundo Maria Helena Cunha (2019), é na década de 1980 que a gestão cultural ganha maior força, quando o Brasil, cenário de nacionalidade² adotado para a presente pesquisa, vivia um processo de redemocratização e passava por momentos de profundas mudanças em sua história cultural. É dessa década a reestruturação das instituições governamentais, a criação do Ministério da Cultura (Minc) em 1985, dando autonomia organizacional ao setor cultural no governo federal e instaurada a Constituição Federal Brasileira em 1988 trazendo a cultura como Direito Cidadão.

Numa perspectiva mercadológica apresentada por Cunha (2019), a complexidade do ambiente cultural vem com a necessidade de profissionalização de seus agentes, a partir de um momento

² Este trabalho é desenvolvido a partir de uma instituição educacional sediada em Portugal, por isso é importante destacar que o âmbito de nacionalidade por vezes citado, refere-se ao Brasil, país sede do objeto de estudo desta pesquisa.

onde era preciso “compreender melhor as novas possibilidades de atuação no setor cultural e as suas interfaces que exigem uma melhor organização de instituições culturais, grupos, espaços, coletivos e outros formatos atuais de agrupamentos dessa nova dinâmica”. (Cunha, 2019, p.2) Inaugurava-se uma década em que a política cultural se confundia com sua política de financiamento à cultura, a partir da remodelação das leis de incentivo que veremos mais detalhadamente no capítulo 2 deste trabalho, e delegava ao setor privado a decisão sobre o investimento nos projetos do mercado cultural brasileiro e criava uma demanda por profissionais para elaboração de projetos, captação de recursos, execução e prestação de contas.

Profissionais esses que deveriam transitar entre a dinâmica do estado – leis, normas, procedimentos, formulários, documentação etc., da iniciativa privada – marketing, publicidade, relações públicas, comunicação institucional etc. – e do produto cultural – artista, grupo, espetáculo, festival, publicação, filme etc.– para o qual buscavam apoio. (Fernandes, 2019, p.42)

A gestão que se trata é considerada por Enrique Saraiva (2008), como um conjunto de ações de uma organização – pública ou privada – destinado a atingir determinados objetivos que foram planejados e – supõe-se – são desejados pela organização. Para se aplicar a solução a uma “problemática”, é preciso implementar normas, planos e projetos, estabelecer estruturas, alocar recursos humanos, financeiros, físicos e tecnológicos e, principalmente, empenhar criatividade e capacidade de inovação para atingir esses objetivos da melhor forma possível. Saraiva elucida que, o que torna a ação específica do setor cultural é facultada “pelo fato de se tratar da implementação de políticas culturais ou de lidar com instituições culturais. Ou, em outras palavras, de estar trabalhando com um intangível como é a cultura nas suas mais diversas manifestações.” (Saraiva, 2008, p.1)

Augusto Rodrigues (2009) também destaca a importância da instrumentalização do setor cultural, quando pressupõe que a gestão no campo da cultura demanda procedimentos administrativos articulados à mediação de processos de produção material e imaterial de bens culturais e à mediação de agentes sociais, estimulando a criação e fruição de bens culturais, e práticas de coesão social e de sociabilidade.

Num âmbito de complementaridade vale destacar as reflexões de Alfons Martinell (2003, p. 7 apud CUNHA, 2007, p. 124), estudioso do tema que afirma:

“Gerir significa, uma sensibilidade de compreensão, análises e respeito dos processos sociais. Capacidade de entender os processos criativos e estabelecer relações de cooperação com o mundo artístico e suas diversidades expressivas. A gestão cultural implica uma valorização dos intangíveis e assumir a gestão do opinável e subjetivo. A gestão da cultura há de encontrar os referentes próprios de sua ação adaptando-se a suas particularidades e encontrar uma forma de evidenciar, de forma muito diferente, os critérios de eficácia, eficiência e avaliação”.

Cunha (2019) diz ainda que a gestão no campo da cultura é uma atuação complexa que deve estabelecer um compromisso com a realidade de seu contexto sociocultural, político e econômico. Para isso, é preciso ter a consciência de que gerenciar e planejar não significa intervir na liberdade de expressão criativa individual ou de grupos artísticos, mas sintonizar ideias ao compreender as realidades no entorno e no mundo, e dimensionar os recursos financeiros e humanos para tornar mais eficiente e eficaz a ação pretendida.

É também em meados das décadas de 1980/90 que o termo “gestão cultural” se configura como uma categoria profissional contemporânea e associada às novas dimensões atribuídas ao campo da cultura, coexistindo no mercado de trabalho com a ocupação do “produtor cultural”. Cunha (2019) explica que, as duas profissões podem se confundir na ocupação do espaço de atuação no mercado cultural, mas devem ser entendidas como profissões que compartilham o mesmo universo de trabalho e que se complementam na divisão de atividades a serem desenvolvidas.

Por isso é importante referenciar aqui a efetiva atuação do gestor cultural no mercado de trabalho. Deve-se considerá-lo como um profissional capaz de materializar e dinamizar no âmbito local, regional e nacional (acrescenta-se o âmbito internacional), as práticas que configuram a cultura de uma comunidade. O próprio nome já define, em parte, seu perfil profissional; ou seja, como gestor no campo da cultura, ele tende a desenvolver sua sensibilidade artística articulando-a com um caráter mais prático, voltado para ações objetivas e estratégicas de atuação tanto no setor público quanto na iniciativa privada e no terceiro setor, o que exige uma formação multidisciplinar (Cunha, 2007 apud Cunha, 2019, p.7).

Apesar de sua consolidação no mundo contemporâneo, apontada por Antonio Albino Canelas Rubim (2019), quando cita o florescimento de associações nacionais e internacionais, a exemplo da Rede Latino-Americana de Gestão Cultural (REDLG) e o aumento de cursos de graduação, especialização e pós-graduação, a gestão cultural ainda enfrenta muitos desafios e diversos dilemas.

Rubim (2019) diz que um dos primeiros obstáculos de qualquer gestor cultural atende pela disputa do espaço ocupado pela cultura no âmbito do governo e da sociedade.

A sociedade e o governo, em geral, imaginam que a gestão cultural se apresenta como não complexa. Em verdade, a gestão da cultura lida com a administração financeira, de pessoal, de espaços, de infraestruturas, de recursos materiais, como qualquer gestão. Mas ela trata, especialmente, da programação das atividades culturais, sob sua direção [...] A singularidade da gestão cultural não pode, nem deve ser desconsiderada. Sua complexidade torna-se ainda mais pronunciada quando se observa que a cultura é por si mesma um universo amplo e complicado. (Rubim, 2019, p.11)

Para ele, é preciso inserir a dimensão cultural no modelo atual de desenvolvimento (balizado nos campos do desenvolvimento local, da economia popular e solidária, da gestão pública, da gestão social, da justiça social e da sustentabilidade ambiental), onde a gestão cultural deve ocupar um lugar de relevância no governo, no estado e na sociedade, saindo do secundarismo institucional e ocupando de fato, além da dimensão econômica, as dimensões sociais, ambientais, políticas e culturais.

Menciono o autor Rui Mesquita Cordeiro (2014)³, que traz uma abordagem dos projetos de desenvolvimento do Brasil contemporâneo e que merece, a quem interessar, uma leitura mais aprofundada. O autor nos diz a partir dos anos 1980 o debate sobre o desenvolvimento no Brasil passou a abordar novas questões nos campos do desenvolvimento local, da economia popular

³ Rui Mesquita Cordeiro é Diretor de Programas para a América Latina e Caribe da Fundação W. K. Kellogg Foundation (EUA).

e solidária, da gestão pública, da justiça social e da sustentabilidade ambiental. Um conceito amplo, onde o desenvolvimento aparece como um “projeto de autotransformação de uma sociedade”.

O desenvolvimento não é uma simples questão de aumento de oferta de bens ou de acumulação de capital, possui ele um sentido, é um conjunto de respostas a um projeto de autotransformação de uma coletividade humana; quando o projeto social prioriza a efetiva melhoria das condições de vida dessa população, o crescimento se metamorfoseia em desenvolvimento. (Furtado, 1968, p. 19 apud Cordeiro, 2014))

O segundo enfretamento apontado por Rubim (2019), está nas relações com o governo e o campo político, onde as articulações são indispensáveis para a disputa de recursos financeiros e humanos. O autor destaca a judicialização excessiva do estado e da sociedade que criam entraves ao funcionamento do estado e inibem a atuação da gestão.

A gestão cultural hoje, possuindo ou não uma procuradoria jurídica própria, está imersa em um cipoal nada desprezível de normas e leis com as quais deve lidar de maneira apropriada e competente. Uma boa gestão cultural exige enorme esforço para travar tais relações e combinar atitudes democráticas e republicanas com agilidade e eficiência no trato da coisa pública. (Rubim, 2019, p. 16)

Soma-se a esse descompasso judicial, as relações com outras áreas do estado, que devem ser reiteradas na “transversalidade” das políticas de governo. Ou seja, a cultura e as políticas culturais para se desenvolverem de maneira consistente precisam dialogar intensamente com outros campos sociais e ter a competência de implementar programas e projetos compartilhados que contemplem os interesses das áreas de cooperação.

O relacionamento da gestão com o próprio campo cultural, é também um dilema a ser enfrentado pelo setor, que segundo Rubim, ainda é uma relação marcada pela dependência expressa na lógica do “favor”, derivada da prevalência histórica do que se convencionou chamar de “política de balcão”. Cabe aos gestores, assumir um papel mais ativo, buscando dialogar com as comunidades culturais, entendendo o diálogo como ambiente privilegiado para a mediação entre sociedade e estado, externando seu posicionamento político e proposições

para o setor. “A construção coletiva de posicionamentos compartilhados enriquece a democracia participativa, as políticas culturais e a cultura na sociedade. O campo cultural é um aliado fundamental e sempre crítico da boa gestão cultural.” (Rubim, 2019, p.21)

Por fim, o enfrentamento no campo dos recursos. Verdade seja dita, talvez seja este (nos tempos atuais de desmonte da máquina cultural brasileira) o embate maior da gestão cultural e foi um dos pontos motivadores desta pesquisa.

Quando se fala em gestão da cultura, a ausência de recursos financeiros é uma questão quase imediata. Aqui é preciso assinalar que a gestão cultural envolve a mobilização de um conjunto de recursos, sejam eles financeiros, humanos, legais, materiais e organizativos.

Em um tom quase motivacional, Rubim (2019, p.24) afirma que “o desafio não pode, nem deve servir de desculpa para o impedimento de uma boa gestão. Saber lidar com circunstâncias adversas, enfrentar as inúmeras penúrias e evitar a paralisia da atuação, são requisitos relevantes exigidos à gestão cultural.” Reitera ainda que um dos caminhos para a escassez dos recursos é pressionar o estado em busca de legislações que garantam o acesso a recursos públicos, e nesse sentido a gestão cultural deve atuar auxiliando a organização do campo e a demanda coletiva de recursos.

A luta cotidiana pelo aumento do orçamento conjuga-se com outras alternativas para potencializar recursos. [...] A sociedade civil deve ser estimulada para se envolver mais com o campo cultural, inclusive em termos de financiamento. A gestão e as políticas culturais precisam decisivamente estimular a consolidação de nichos de mercados culturais específicos e diversificados, bem como a ampliação dos públicos culturais tanto no consumo e fruição culturais, quando em novas modalidades de financiamento coletivo da cultura. (Rubim, 2019, p.26)

Até aqui, procurou-se mostrar o estado da arte, referências conceituais e questões que envolvem a gestão cultural, lembrando ainda, que seus processos podem dar-se no âmbito de organizações da administração pública (secretarias de cultura, museus, centros culturais, etc.), em organizações da sociedade civil, como também na órbita de empresas, fundações ou institutos privados.

Apesar de ser uma área em expansão, a gestão cultural precisa criar referências próprias de ação, adaptados às necessidades e especificidades do setor. Comumente, faz-se necessários que os gestores se aproximem das práticas de planejamento estratégico e do entendimento das políticas culturais, estando atento ao cenário cultural de forma a identificar as demandas dos diversos públicos.

2.2 O intangível nas definições de Patrimônio Cultural

Requerido contextualizar que na retaguarda dessa institucionalização do setor cultural no Brasil está o entendimento da cultura como sinônimo de identidade da nação, balizado nos novos paradigmas políticos do Estado Novo e posteriormente nas narrativas modernistas de construção da brasilidade, que de acordo com Antonio Gilberto Ramos Nogueira (2007), foram pioneiramente tratadas nas décadas de 1920/30 pelos escritores brasileiros Mário de Andrade, já citado anteriormente, a partir de suas viagens pelo Brasil nos anos 1924 a 1928 para reconhecimento da diversidade cultural das regiões e de seus inventários culturais;

Se hoje vivemos no Brasil um revigoramento do patrimônio cultural, principalmente depois que o Decreto 3.551, de 4 de agosto de 2000, instituiu o Registro e o Inventário do Patrimônio Cultural de natureza imaterial ou intangível, é porque a semente de uma noção de patrimônio ampla e plural que procurava abarcar todas as manifestações do povo brasileiro foi plantada e gestada por Mário de Andrade, sobretudo na experiência do Departamento de Cultura (1935-1938). Imortalizada no conceito de arte patrimonial que o poeta elaborou no Anteprojeto para criação do Serviço do Patrimônio Artístico Nacional, em 1936, é vetor de sua consciência da diversidade da cultura brasileira. (Nogueira, 2007, p.257)

E também por Rodrigo Melo Franco de Andrade, que segundo Mariza Veloso Motta Santos (1996), foi exaustivo na tematização do significado das categorias de histórico, de passado, de estético, de nacional, de exemplar, tendo como eixo articulador a ideia de patrimônio.

Rodrigo Melo Franco de Andrade, autor e ator da Academia SPHAN, era um personagem de muito carisma – articulador emblemático da rede de relações que se

formaria e se manteria em torno dele próprio e do SPHAN. [...] é a institucionalização de um lugar da fala, que permite a emergência de uma formação discursiva específica, cuja dinâmica simbólica é dada pela permanente tematização do significado das categorias de histórico, de passado, de estético, de nacional, de exemplar, tendo como eixo articulador a idéia de patrimônio. (Santos, 1996, p. 77)

Mário de Andrade foi diretor do Departamento Municipal de Cultura do estado de São Paulo e autor do anteprojeto para criação do Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) – hoje Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, que teve Rodrigo Melo Franco por 31 anos em sua direção.

O histórico acerca das instituições culturais e seus processos políticos, já foi amplamente tratada por diversos estudiosos e pesquisadores, e também o será de forma resumida no decorrer deste trabalho. Por isso, aqui, nos limitaremos a refletir a presença do intangível no patrimônio cultural e a definir o termo “patrimônio cultural imaterial”.

Esta investigação baliza-se nas definições deliberadas pela UNESCO a partir da década de 1990, que de acordo com Sandra C. A. Pelegrini (2008), incorporou uma nova gramática político-cultural, fruto de demandas por representação de minorias identitárias e luta por direitos diferenciais que articulou categorias como reconhecimento, diferença, diversidade cultural, representação e multiculturalismo, e que se consubstanciou, no início do novo milênio, na Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial (2003) que entende o “patrimônio cultural imaterial” como:

[...] as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (Unesco, 2003, p. 2)

E também na Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais (2005) que considera que:

[...] a cultura assume formas diversas através do tempo e do espaço, e que esta diversidade se manifesta na originalidade e na pluralidade das identidades, assim como nas expressões culturais dos povos e das sociedades que formam a humanidade, [...].

Em que pese saber, o campo desta pesquisa está centrado, por um lado no território brasileiro onde o projeto cultural Filhos da Terra tem sua fatia maior de desenvolvimento e para o qual se busca a sustentabilidade e financiamento de suas ações; e por outro, no território português, o qual compartilha diversas manifestações culturais com o Brasil e está incluso nas áreas de pesquisa do Filhos da Terra, e também é considerado aqui como porta de acesso à União Europeia, vale elucidar a visão estatal de patrimônio imaterial dos dois países.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988, em seus artigos 215 e 216, ampliou a noção de patrimônio cultural ao reconhecer a existência de bens culturais de natureza material e imaterial. O IPHAN, instituição de maior poder sobre os processos relativos ao patrimônio imaterial, considera que os bens culturais de natureza imaterial dizem respeito àquelas práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais coletivas).

Em Portugal, a Direção Geral do Patrimônio Cultural traz como definição de patrimônio imaterial, os bens imóveis que assumem relevância para a compreensão, permanência e construção da identidade nacional e para a democratização da cultura. Consideram bens que constituem testemunhos com valor de civilização ou de cultura, cujo interesse cultural relevante, designadamente histórico, paleontológico, arqueológico, arquitetônico, artístico, etnográfico, científico, industrial ou técnico, reflita os valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, singularidade ou exemplaridade.

Segundo Sandra Pelegrini (2008), a definição de patrimônio tornou imperiosa a adoção de novos instrumentos de proteção e preservação da identidade nacional, possibilitando o reconhecimento de diferentes segmentos étnicos nacionais e colocando ao Estado a função de resguardar “[...] as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional” (Pelegrini, 2008, p. 152) Esses “novos instrumentos” surgiram a partir da década de 1970, quando parte do movimento modernista lançava indagações sobre quem teria legitimidade para selecionar o que deve ser preservado.

Indagações sobre quem tem legitimidade para selecionar o que deve ser preservado, a partir de que valores, em nome de que interesses e de que grupos, passaram a pôr em destaque a dimensão social e política de uma atividade que costuma ser vista como eminentemente técnica. Entendia-se que o patrimônio cultural brasileiro não devia se restringir aos grandes monumentos, aos testemunhos da história “oficial”, em que sobretudo as elites se reconhecem, mas devia incluir também manifestações culturais representativas para os outros grupos que compõem a sociedade brasileira – os índios, os negros, os imigrantes, as classes populares em geral. (Londres, 2000, p.11)

Para esse conceito, a classe intelectual adota a expressão Referência Cultural para enfatizar a diversidade, não só da produção material, como também dos sentidos e valores atribuídos pelos diferentes sujeitos a bens e práticas sociais.

2.3 Referência Cultural para falar de Patrimônio Imaterial

Neste cenário, onde o processo de produção cultural tem o seu devido valor, nos cabe o entendimento de referência cultural como a produção de informações e a pesquisa de suportes materiais para documentá-las, que contribuam para a construção de um sistema referencial da cultura de um contexto específico.

Segundo Maria Cecília Londres Fonseca (2000), a expressão “referência cultural” tem sido utilizada sobretudo em textos que têm como base uma concepção antropológica de cultura, e que enfatizam a diversidade não só da produção material, como também dos sentidos e valores atribuídos pelos diferentes sujeitos a bens e práticas sociais. Em meados da década de 1970,

peças vinculadas a atividades “modernas”, como o design, a indústria e a informática, começaram a questionar os critérios adotados pelo IPHAN para escolha dos bens culturais a serem tombados.

A partir daí, se desencadeiam uma série de reavaliações sistemáticas, que levaram à proposta de uma nova perspectiva para a preservação de bens culturais. Entre outras mudanças, foi introduzida no vocabulário das políticas culturais a noção de “referência cultural”, e foram levantadas questões que, até então, não preocupavam aqueles que formulavam e implementavam as políticas de patrimônio. (Londres, 2000, p.11)

Para a autora, falar em referências culturais pressupõem sujeitos para os quais essas referências tenham sentido, deslocando o foco dos bens culturais para a dinâmica de atribuição de sentidos e valores, ou seja, para o fato de que os bens culturais por si só não têm um valor intrínseco. “O valor lhes é sempre atribuído por sujeitos particulares e em função de determinados critérios e interesses historicamente condicionados”. (Londres, 2000, p.11)

Na lógica desta pesquisa e do projeto Filhos da Terra, e também na similitude das reflexões de Londres, falar em referências culturais é dirigir o olhar para representações que configuram uma “identidade” da região para seus habitantes, e que remetem à paisagem, às edificações e objetos, aos “fazeres” e “saberes”, às crenças, hábitos, etc.

É também assinalar a criação do Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC), no ano de 1975, sob a orientação de Aloísio Magalhães, que visava um sistema referencial básico para descrição e análise da dinâmica cultural brasileira. Londres esteve intrínseca ao processo de instauração do CNRC e compartilha sua experiência de trabalho contando que:

A escolha do termo “referência” para caracterizar a atividade do Centro tinha um interesse estratégico naquele momento: tratava-se de se distinguir das instituições oficiais, “museológicas”, e propor uma forma nova e moderna de atuação na área de cultura. Tudo – o objeto, o método, a forma de trabalhar e arregimentar pessoal, e mesmo o formato institucional – se propunha como diferenciado. (Londres, 2000, p.16)

Relata também que para Aloísio Magalhães, o Brasil ocupava, entre os países, uma posição privilegiada em termos de perspectiva de desenvolvimento. Aqui coexistiam, naquele momento (nos anos 1970), tanto o mundo avançado da tecnologia e da indústria quanto o mundo das tradições populares, do fazer artesanal. (Londres, 2000, p.16)

Para Aloísio, havia ocorrido, nas décadas de 50 e 60, um “achatamento” de valores, uma homogeneização da cultura. De um lado se tinha a cultura “oficial” referida a um passado “morto”, que era museificado. De outro, se verificava a absorção acrítica dos valores exógenos, da modernização, da tecnologia e do mercado. A reação a esse processo devia ser buscada na cultura, domínio do particular, da diversidade. Mas não na cultura “morta” do patrimônio do passado, referências concretas, porém estáticas e distantes da nacionalidade. Era preciso buscar as raízes vivas da identidade nacional exatamente naqueles contextos e bens que o SPHAN excluía de sua atividade, por considerar estranhos aos critérios (histórico, artístico, de excepcionalidade) que presidiam os tombamentos. (Londres, 2000, p.17)

Por fim, a autora diz que a noção de “referência cultural” pressupõe a produção de informações e a pesquisa de suportes materiais para documentá-las, mas significa algo mais: um trabalho de elaboração desses dados, de compreensão da ressemantização de bens e práticas realizadas por determinados grupos sociais, tendo em vista a construção de um sistema referencial da cultura daquele contexto específico.

Em 2007, Zoy Anastassakis propôs uma revisão do lugar atribuído pela literatura que trata do patrimônio cultural ao CNRC, se debruçando sob uma análise aprofundada em textos e autores que analisam o Centro com documentos produzidos pelo órgão, para elucidar a experiência do CNRC no período de 1975-1979. Ele afirma que os autores se dividem quando se trata de explicar a criação do Centro Nacional de Referência Cultural. “Para uns, o CNRC era um projeto pessoal que Aloísio Magalhães vinha elaborando há muito tempo, em função da experiência acumulada em sua prática no campo do design; para outros, é do encontro entre Aloísio Magalhães, Severo Gomes e Vladimir Murtinho que nasce o projeto de um centro que associasse a pesquisa em cultura a uma proposta de desenvolvimento para o país.”(Anastassakis, 2007, p. 27)

Contudo, o que me parece mais harmonioso com os ideais de Aloísio Magalhães, é a concepção de Gonçalves sobre o CNRC, apresentada por Anastassakis (2007), que seria baseada numa visão antropológica ou etnográfica da cultura, atribuindo ao patrimônio as diversas espécies de objetos e práticas que integram o cotidiano de diferentes segmentos sociais. (Gonçalves, 2002, p. 82 *apud* Anastassakis, 2007, p. 32)

Para Gonçalves, a proposta do CNRC seria elaborar um novo modo de tratar os bens culturais enquanto patrimônio: um modo que considerasse os contextos em que vivem as populações associadas a um dado 'bem cultural', que levasse em conta as peculiaridades de cada cultura. Nesse discurso, autonomia se associa a diversidade, pois, como afirma o autor, para Aloísio Magalhães a diversidade cultural da sociedade brasileira seria o elemento definidor de sua singularidade, tanto a nível nacional quanto internacional. Para Aloísio, os 'bens culturais' seriam 'indicadores' de um 'caráter' brasileiro, e esse 'caráter' somente se revelaria através do estudo das trajetórias dos 'bens culturais'. Isso só seria possível se a pesquisa acessasse o 'ponto de vista nativo'. Logo, o conjunto heterogêneo de 'bens culturais' que caracterizaria a cultura brasileira só faria sentido se cotejado com o contexto ao qual se vinculava." (Anastassakis, 2007, p. 32)

Assim, falar em 'referências culturais' seria chamar a atenção para a questão da identidade dos grupos ligados a um dado bem cultural. Portanto, captar 'referências' implicaria em lidar não só com as representações simbólicas, mas, também com as relações existentes entre elas. Fonseca (2001) explica que:

As referências que o CNRC se propunha a apreender eram as da cultura em sua dinâmica (produção, circulação e consumo) e em sua relação com os contextos socioeconômicos. Ou seja, um projeto bastante complexo e ambicioso, e que visava exatamente àqueles bens que o IPHAN considerava fora de sua escala de valores. E, gradualmente, a preocupação com os novos patrimônios passou a incluir os sujeitos a que se referiam esses patrimônios [...]. (Fonseca, 2001, p. 116)

Nesse processo, a autora explica que o diálogo estabelecido entre pesquisadores e membros da comunidade propicia uma troca com a qual todos saem enriquecidos: “para os agentes externos,

valores antes desconhecidos virão ampliar seu conhecimento e compreensão do patrimônio cultural; para os habitantes da região, esse contato pode significar a oportunidade de recuperar e valorizar partes do seu acervo de bens culturais e de incorporá-las ao desenvolvimento”. (Fonseca, 2001, p.119)

É nessa lógica, da compreensão e preocupação com os ‘sujeitos’, aqueles referidos aos patrimônios, que o Projeto Filhos da Terra compreende a sua missão maior: pesquisar, documentar e produzir informações acerca da cultura popular, de forma a reconhecer o seu patrimônio vivo e a construir uma cartografia cultural, traçada em roteiros que aproxima sujeitos de uma mesma tipologia do patrimônio imaterial brasileiro.

Para todos os conceitos vistos até aqui – o da gestão cultural, do patrimônio cultural (imaterial) e da referência cultural – considero a sua transversalidade à cultura em seu conceito mais simples e completo, muito bem apresentado por Jyoti Hosagrahar⁴, diretora da Divisão de Criatividade no Setor de Cultura da UNESCO: “A cultura é quem nós somos e o que molda a nossa identidade.”

⁴ Arquiteta, planejadora e especialista em cultura, Jyoti Hosagrahar (Índia) é diretora da Divisão de Criatividade no Setor de Cultura da UNESCO, onde supervisiona, entre outros, a integração da cultura na implementação da Agenda 2030 das Nações Unidas. Antes de trabalhar na UNESCO, Jyoti foi professora na Universidade de Colúmbia em Nova York e professora da Cátedra UNESCO no Instituto Srishti, em Bangalore, Índia.

3. FINANCIAMENTO CULTURAL

“Quero o Ministério (da cultura) presente em todos os cantos e recantos de nosso País. [...] E o que entendo por cultura vai muito além do âmbito restrito e restritivo das concepções acadêmicas, ou dos ritos e da liturgia de uma suposta "classe artística e intelectual". [...] Não cabe ao Estado fazer cultura, mas, sim, promover o desenvolvimento cultural geral da sociedade. Porque o acesso à cultura é um direito básico de cidadania, assim como o direito à educação, à saúde, à vida num meio ambiente saudável. [...] Mas, ao mesmo tempo, o Estado não deve deixar de agir. Não deve optar pela omissão. Não deve atirar fora de seus ombros a responsabilidade pela formulação e execução de políticas apostando todas as suas fichas em mecanismos fiscais e assim entregando a política cultural aos ventos, aos sabores e aos caprichos do deus-mercado. [...] Sabemos muito bem que em matéria de cultura, assim como em saúde e educação, é preciso examinar e corrigir distorções inerentes à lógica do mercado que é sempre regida, em última análise, pela lei do mais forte. [...] Tenho para mim que a política cultural deve permear todo o Governo [...] Desse modo, teremos de atuar transversalmente, em sintonia e em sincronia com os demais ministérios. Alguns dessas parcerias se desenham de forma quase automática, imediata, em casos como os dos ministérios da Educação, do Turismo, do Meio Ambiente, do Trabalho, dos Esportes, da Integração Nacional. Mas nem todos se lembram logo de uma parceria lógica e natural, no contexto que estamos vivendo e em função do projeto que temos em mãos: a parceria com o Ministério das Relações Exteriores. Se há duas coisas que hoje atraem irresistivelmente a atenção, a inteligência e a sensibilidade internacionais para o Brasil, uma é a Amazônia, com a sua biodiversidade e a outra é a cultura brasileira, com a sua semiodiversidade. O Brasil aparece aqui, com as suas diásporas e as suas misturas, como um emissor de mensagens novas, no contexto da globalização. [...] Aqui será o espaço da experimentação de rumos novos. O espaço da abertura para a criatividade popular e para as novas linguagens. O espaço da disponibilidade para a aventura e a ousadia. O espaço da memória e da invenção. (Gilberto Gil, 2003)

3.1 Breve introdução

Em epígrafe, no início deste capítulo, apresento trechos do discurso do ex-ministro da cultura do Brasil, Gilberto Gil, proferido em 2003 quando assumiu, não só um ministério, mas o

compromisso com uma classe, por vezes, colocada à margem das políticas públicas, de promover o desenvolvimento cultural geral da sociedade. O texto nos faz recobrar, de um tempo de esperança, de encontros plurais e diálogos para a construção de um caminho comum. De “quereres” que convergiam na luta pela democratização do acesso, pela descentralização de recursos, por uma política cultural transversal e integrada... da valorização do ‘nosso’ e do direito à cultura a todas e todos os cidadãos brasileiros. Tempo que durou pouco tempo.

De acordo com Suzane Christine Luz Fernandes (2013), essa forma antropológica de perceber a cultura, reflexo das transformações sócio-históricas de um povo, a que Gil (2003) se refere, influenciou a formulação dos mecanismos e instrumentais de políticas culturais no Brasil nos anos 2000, inserindo uma concepção política que apontava não somente para promover a produção, distribuição e o consumo dos bens culturais, mas que assumia a perspectiva de investimento, quer seja pelas instituições públicas como pela iniciativa privada.

Para Selma Maria Santiago Lima (2013), nesse tempo o mundo vivia uma de suas maiores crises econômicas, devido a uma bolha imobiliária nos Estados Unidos que estourou em 2008 e acarretou uma grande crise econômica, principalmente na América do Norte e na Europa, levando a as bolsas de valores a uma depreciação de 30%. Em geral, os países emergentes – dentre eles o Brasil – sentiram menos os efeitos da crise. Ainda, entretanto, houve de fato uma forte queda no índice BOVESPA – que mede o valor das ações negociadas na bolsa de valores do país – e um aumento no preço do dólar. Isso porque os investidores ao redor do mundo estavam resgatando as aplicações devido à quebra de confiança no mercado. Assim, as expectativas de crescimento econômico foram reduzidas e em consequência houve redução nas previsões para o PIB do país.

Ainda assim, Lima (2013) afirma que alguns países enxergavam uma oportunidade de repensar suas estratégias de desenvolvimento.

Desse painel, uma lição aprendemos de forma explícita: esses modelos econômicos aplicados nas últimas décadas não mais correspondem ao momento atual, sendo necessário redefinir prioridades para a promoção do que se crê que seja desenvolvimento. Como nos alerta Santos (2008, p.32), Coordenadora do Programa de

Economia Criativa da UNCTAD, os modelos econômicos não funcionam isoladamente, precisamos de modelos de desenvolvimento que tenham um enfoque mais holístico, ou seja, é preciso ir além da economia e incorporar as dimensões sociais, culturais, tecnológicas e ambientais nas novas estratégias a fim de assegurar um desenvolvimento que seja ao mesmo tempo sustentável e inclusivo. (Lima, 2013, p.64)

Essa menção aos ideais de Gil, é para lembrar também, que o financiamento cultural é um tema recorrente nas ‘rodas de conversa’ e urgente de soluções e formulação de processos próprios; e que a cultura deve ocupar cada vez mais os acordos internacionais para o desenvolvimento sustentável das sociedades.

Quando realizada uma pesquisa bibliográfica na internet com o termo “financiamento cultural” e “financiamento da cultura”, a referência ao tema se apresenta, em sua maioria e de forma secundária, em literaturas que abordam as políticas públicas para cultura e o marketing cultural, explorando o assunto no que diz respeito à atuação política do Estado (público) e das empresas (privado) no financiamento de atividades culturais. Ainda há poucos estudos que se dediquem a refletir a mobilização de recursos financeiros a partir da gestão cultural ou pela ótica dos artistas, produtores e gestores culturais, e da sociedade civil. Ou ainda, enquanto processo integrante de um planejamento estratégico.

Por isso, a partir daqui, busca-se compreender o financiamento cultural a partir do estudo de caso do Projeto Filhos da Terra, apontando necessidades reais de manutenção e sustentabilidade de suas atividades, e os caminhos de fomento que podem ser seguidos, tanto no setor público como no privado. Entender as demandas próprias dessa tipologia de projeto cultural, é também refletir sobre as dores e necessidades daqueles que atuam diretamente no ‘fazer’ cultural. É convergir para a complexidade de definição do que vem a ser financiamento cultural, visto que esse não se restringe às competências do Estado, mas, para além delas, envolve lidar com conhecimentos técnicos e orçamentários, empresas, doadores, parceiros e voluntários em diversos níveis de articulações.

O Projeto Filhos da Terra se desenvolve no campo da fotografia, das artes visuais e do patrimônio cultural imaterial. Essa ênfase aos campos de atuação se faz importante, pois são

segmentos artísticos de menor destinação financeira, quando de uma perspectiva informal, percebe-se que os recursos disponíveis se concentram nas áreas de entretenimento.

A inconstância no fornecimento dos dados culturais no país é apontada por Freire (2012) como um problema que compromete o planejamento das políticas culturais e a reflexão e análise dos seus impactos na sociedade.

Conforme estimativas do Banco Mundial (em 2008), as atividades culturais situam-se na cifra de 7% do PIB global. Este percentual representa valores consideráveis, em milhões de dólares, embora haja uma concentração privilegiada na produção e consumo do entretenimento. (Freire, 2012, p. 50)

No Brasil, os dados existentes não são construídos com a periodicidade necessária para poderem ser comparados e não há consenso no setor sobre quais setores e subsetores deveriam ser acompanhados. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE)⁵, em 2017, 325,4 mil organizações atuavam nas atividades consideradas como culturais, as quais ocupavam 1,9 milhão de pessoas, sendo 76,1% assalariadas (1,5 milhão). Essas organizações corresponderam a 6,5% do total de empresas no país.

Em 2007, havia 353,2 mil organizações culturais brasileiras. Esse quantitativo cresceu 8,6% até 2010, quando atingiu 383,5 mil organizações, o maior número da série. Em 2012, em relação a 2010, houve uma retração de 2,9% nesse quantitativo, chegando a 372,4 mil o número de organizações. Em seguida, em 2013, houve uma nova retomada, 1,9%, voltando a crescer para 379,6 mil. No período seguinte, entre 2014 e 2017, ocorreram reduções sucessivas nas organizações culturais, até atingirem, em 2017, o menor número da série, 325,4 mil. Dessa forma, entre 2007 e 2017, houve um recuo de 7,9% no total de organizações culturais. (IBGE, 2019)

Com relação aos gastos públicos alocados no setor cultural, observa-se um aumento de R\$ 7,1 bilhões no ano de 2011 para aproximadamente R\$ 9,1 bilhões no ano de 2018, somando-se as esferas Federal, Estadual e Municipal. Quando isolado os gastos na esfera Federal, o governo

⁵ Dados disponíveis em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101687.pdf>

mostrou uma queda de 0,07 ponto percentual, passando de 0,08% em 2011 para 0,07% em 2018. Em 2010, cerca de 4% do PIB anual brasileiro era representado pelo setor da economia criativa, sendo a cultura, notadamente, um eixo estratégico de desenvolvimento socioeconômico. (MinC, 2017)

Segundo artigos publicados na Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira⁶ (2017), especialistas apontam que é notável a importância dos processos econômicos engendrados a partir de organizações e agentes culturais no País. As pesquisas que se aproximam da mensuração desse ambiente já conseguem materializar algumas dessas importantes perspectivas, como os setores econômicos criativos representarem, segundo dados de 2016 d, aproximadamente 2,64% do Produto Interno Bruto (PIB) Nacional, contribuindo com R\$ 155,6 bilhões de produção, apresentando um crescimento acumulado de quase 70% nos últimos 10 anos e constituindo 3,5% da cesta de exportação brasileira. (MinC, 2017)

A cultura nos permite vislumbrar diversas ações capazes de transformar indivíduos e sociedades dos mais diversos tamanhos e complexidades. De acordo com Alberto Freire (2012), a ação transformadora da cultura e como ela se traduz para os indivíduos e grupos sociais, a partir de suas experiências cotidianas com o mundo e com o universo artístico, representa perspectivas múltiplas para se desenvolverem, considerando o desenvolvimento com uma noção ampliada, para além do crescimento econômico. (Freire, 2012) E para todo crescimento é preciso investimento.

Rosana Kisil (2001) explica que os recursos financeiros de um projeto são todos os bens, insumos e serviços utilizados na realização das atividades propostas, tais como: equipamentos, suprimentos, salários da equipe, benefícios trabalhistas dos funcionários, viagens, consultores externos, prestadores de serviços entre outros. Tanto as fontes de recursos, quanto os custos de

⁶ A Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira foi uma iniciativa do Ministério da Cultura em 2017, na tentativa de dimensionar o impacto da cultura na economia brasileira. Foram publicados dois volumes, de uma previsão de seis, onde o primeiro volume da coleção orienta-se em torno da exposição de marcos teóricos e conceitos fundamentais, bem como de exemplos de estudos regionais e setoriais; o segundo volume tem como objetivo principal a elaboração de modelos metodológicos a serem aplicados na formulação do Atlas. Disponível em <http://cultura.gov.br/atlas-economico-da-cultura-brasileira/>

cada atividade, devem estar detalhados na estratégia de financiamento, de forma a auxiliar na escolha dos mecanismos de captação de recursos a serem utilizados.

Fernandes (2013, p.74) diz que o ato de realizar uma operação financeira de transferência de recursos para prover despesas de ações direcionadas ao desenvolvimento, à promoção e à manutenção/preservação, sejam de natureza comercial ou não, mediante instrumentos previamente constituídos, se formaliza legalmente por meio de acordo entre as partes envolvidas – concedente, aquele que cede o recurso financeiro, e proponente, aquele que propôs a ação e recebe o recurso –, constituindo-se, assim, financiamento propriamente dito.

O que torna um financiamento específico do setor cultural são as especificidades e particularidades das ações previstas.

[...] os setores culturais têm em comum um conjunto de atributos relacionados a sua estrutura de mercado, à estrutura de capital das empresas, aos custos de produção e reprodução dos bens e serviços ofertados e à função da demanda. (BNDES, 2018)

É própria da atividade cultural a necessidade de ser materializada e disponibilizada para o consumo e fruição. Neste estágio, o aporte de recursos diversos torna-se imperativo. (Freire, 2012)

Assim, a produção artístico-cultural coloca em contato a figura do criador, que se expressa por diversos meios e linguagens, e o agente do financiamento, que propicia a chegada do produto cultural ao mercado dos bens simbólicos. Mas para além da cultura artística, outras práticas e modos de produção culturais também carecem do financiamento, em suas várias faces e modelos, para se realizarem como uma prática social. (Freire, 2012, p.53)

Em estudo comparado, Renato Gilioli e Jefferson Chaves (2015) afirmam que o financiamento à cultura foi, por vezes, motivado por fatores exógenos à própria dinâmica interna do circuito cultural para ser bem-sucedido como política pública. Isso se observa em boa parte dos países com significativo financiamento à cultura: foram sociedades que, em função de demandas

históricas – em suas dimensões política, social e inclusive militar –, promoveram a cultura como uma arma simbólica para lidar com embates concretos.

O incentivo à cultura, sobretudo o patrocínio estatal do setor, foi, em grande parte dos casos, elemento destinado a promover, entre outros objetivos, a sedimentação da identidade nacional de determinado Estado, o incremento do poder central frente a regionalismos – e até mesmo frente a separatismos – e a coesão social em tempos de guerra. Outra motivação para o incremento no financiamento à cultura consistiu na ampliação de direitos sociais, em especial no âmbito da época áurea dos Estados de Bem-Estar Social (do pós-II Guerra Mundial às crises econômicas internacionais dos anos 1970). Oferecer acesso a bens culturais e à formação de amplos segmentos sociais era uma forma de promover o progresso social, a consolidação de classes médias e o reforço de tendências políticas mais ao centro. (Gilioli & Chaves, 2015, p.3)

Para os autores, historicamente o incentivo à cultura era vinculado a conceitos fundamentados na oposição estanque entre manifestações “tradicionais” e “modernas”. Isso significa que as expressões culturais eram – e, em alguns casos, continuam sendo – avaliadas por seus suportes ou por sua relação com a tecnologia: era isso que as qualificava como “tradicionais” (mais distantes das novas tecnologias de cada época) ou “modernas” (com mais interação). Por esse motivo, a discussão do financiamento deve sempre considerar um debate anterior das categorias que considera conceitualmente como relevantes, para que o significado social, antropológico, histórico e comunitário das manifestações seja avaliado contextualmente.

Na prática, o que ocorre é que poucas iniciativas culturais adquirem o branding necessário e suficiente para obter apoio no setor privado, no setor público ou, ainda, contar com suporte substancial do Terceiro Setor. Ser bem-sucedido nesse terreno é um processo bastante complexo. O acesso ao incentivo cultural é, portanto, pouco democrático e com regras de acesso, operacionalização e continuidade pouco claras para a maioria dos agentes culturais. Do ponto de vista da teoria econômica, consiste em um mercado com excessiva assimetria de informação. (Gilioli & Chaves, 2015, p.8)

Gilioli e Chaves defendem que as políticas públicas para a cultura não deveriam residir apenas na promoção do circuito cultural de produção, distribuição e consumo, mas também na cadeia

de produção e disponibilização de informações – bem como de formação – que capacitem os agentes culturais a terem acesso ao mercado das políticas culturais.

Segundo Freire (2012), o Estado brasileiro é, historicamente, o responsável principal pelo financiamento da cultura, uma tradição que não difere muito de outras nações. (Freire, 2012) Porém, na contemporaneidade da gestão financeira para a área cultural, é imprescindível buscar a diversidade de fontes de recursos públicos e privados. (Cunha, 2019)

O estudo de viabilização das instituições culturais é um dos complexos desafios que os gestores precisam enfrentar no dia a dia, o que significa realizar prospecções para a manutenção e continuidade de suas iniciativas e para a criação de novos projetos. (Cunha, 2019, p. 140)

Sabe-se que campo cultural dispõe de várias fontes de financiamento, que podem ser públicas, das diversas esferas (federal, estadual e municipal), e também pela iniciativa privada, caracterizada por empresas, fundações e outros segmentos da sociedade civil. “As formas como entes públicos e privados se relacionam são fatores fundamentais para a caracterização dos mecanismos de financiamento da cultura e o entendimento do lugar que esse financiamento ocupa em uma determinada realidade social”. (Freire, 2012, p. 53) Essas fontes se subdividem em dois modelos de investimento: financiamento direto e financiamento indireto.

Na comparação entre financiamento do Estado e do mercado para a cultura, uma diferença visível se constata na mensuração dos resultados. Na atuação do Estado os ganhos são para a coletividade, considerando-se relevantes a produção, o acesso e o consumo cultural como fatores determinantes para a dinâmica da transformação de uma sociedade. Já no financiamento indireto, concedido pelas empresas, os objetivos mudam e os resultados esperados direcionam-se, quase exclusivamente, para a organização financiadora. (Freire, 2012)

3.2 Financiamento direto (ou público) no Brasil

Na contemporaneidade, novos sujeitos exercem o papel que no passado fora exercido pelos mecenas, mas com outros objetivos. O Estado, as empresas, as pessoas físicas e organizações diversas figuram como responsáveis diretos ou indiretos pelo investimento de recursos

financeiros e de outra natureza em cultura. Assim, o financiamento cultural apresenta características distintas, baseadas, dentre outros aspectos, na forma como o Estado atua para fomentar a produção simbólica e, também, como regula a participação da sociedade civil neste importante segmento das políticas culturais. (Freire, 2012, p. 63)

Ademais, Gilioli e Chaves (2015), afirmam que é preciso ter cuidado para não considerar as políticas culturais de maneira muito estreita ou apenas orientadas por demandas e questões de mercado.

As atividades culturais não podem ser entendidas unicamente em seu sentido econômico. Para além da economia da cultura, há o caráter social, antropológico, simbólico e humanístico que a cultura provê. Portanto, as políticas culturais não devem apenas corrigir “falhas de mercado”, mas serem ações conjugadas com o intuito de respeitar a lógica própria das manifestações e expressões protegidas, incentivadas e apoiadas. (Gilioli & Chaves, 2015, p.12)

Para Freire (2012) o financiamento direto é caracterizado pelo investimento de recursos públicos, os quais englobam, atualmente, as verbas dos orçamentos da Secretaria Especial de Cultura e seu conjunto de instituições com objetivos definidos de aplicação dos recursos financeiros para execução da política cultural, utilizando os mecanismos de financiamento oriundos do Estado.

A ameaça à implantação das políticas culturais no Brasil é real e crescente, tendo tomado uma dimensão muito mais complexa a partir da eleição de Jair Bolsonaro, candidato da extrema-direita, vencedor das eleições presidenciais de 2018. (Sophia Cardoso Rocha, 2019) Um dos primeiros atos do novo governo foi extinguir o Ministério da Cultura, que ficou reduzido a Secretaria Especial, primeiro do Ministério da Cidadania, e hoje do Ministério do Turismo, desmembrando-se em subsecretarias e departamentos de assuntos culturais.

Segundo Ronaldo Bianchi⁷ (2020) em análise sobre o setor cultural no atual governo, “vivemos uma ausência ideológica, preenchida por atitudes que desaceleram a eficiência pública e

⁷ Ronaldo Bianchi é diretor da Bianchi&Associados, conselheiro do Conselho Superior de Infraestrutura (Coinfra) da Fiesp e conselheiro da Revista Interesse Nacional. Foi diretor-executivo do Instituto Lina Bo Bardi, vice-presidente de Gestão da TV

prejudicam a produção cultural. Não há referencial ideológico. A gestão é pautada pela incapacidade de organizar uma relação do que fazer. O presidente e seu grupo elegeram como áreas de influência: as relações exteriores, o meio ambiente e a educação. A cultura, creio, é um substrato mal-acabado do que pensam sobre educação.” (Bianchi, 2020, n.d)

Em entrevista ao site Vermelho, o historiador e gestor de políticas públicas Célio Turino⁸, e o pesquisador João Brantt⁹, nos explicam a importância de a Cultura ter um status ministerial.

Para Turino (2020),

Cultura é o que define uma nação. Assim como há as fronteiras físicas de um país – que devem ser defendidas pelas Forças Armadas e pelo Ministério da Defesa –, há a fronteira imaterial, a alma dos povos, suas formas de ser, pensar e agir. A defesa dessa fronteira intangível cabe ao Ministério da Cultura. Desguarnecê-la equivale a crime de lesa-pátria. Na América Latina, até o ano passado, apenas dois países não tinham ministérios da Cultura: o Panamá contava com um instituto, e a Argentina, com uma secretaria [...] a primeira medida dos novos presidentes foi a criação dos respectivos ministérios da Cultura. No Panamá, país com menos de 5 milhões de habitantes, houve a elevação do orçamento em mais de sete vezes – de US\$ 40 milhões para US\$ 300 milhões. Hoje, com o governo Bolsonaro, o Brasil é o único país da América Latina a não contar com um ministério da Cultura. (Turino, 2020)

João Brantt (2020) afirma que:

Esse rebaixamento impacta na dificuldade de acesso direto às áreas centrais do governo (Presidência da República e Ministério da Economia), bem como ao Congresso Nacional. Impacta também na perda de lugar de fala pública do responsável pela pasta. O segundo prejuízo vem na forma de perda de capacidade administrativa. Embora a economia em termos de pessoal seja mínima – se considerado o orçamento geral –, ela afeta a capacidade de o ministério processar seus convênios e termos de

Cultura, secretário-adjunto da Cultura do Estado de São Paulo, vice-presidente do Itaú Cultural, superintendente-geral do Museu de Arte Moderna de São Paulo e gerente administrativo do Memorial da América Latina.

⁸ Celio Turino comandou a Secretaria da Cidadania Cultural entre 2004 a 2010, idealizando os programas Cultura Viva e Pontos de Cultura.

⁹ João Brantt foi secretário executivo do MinC (2015-2016).

cooperação e de fomento. [...] A terceira é a perda de autonomia orçamentária. Além da batalha no âmbito do Ministério da Economia e do Congresso Nacional, a Cultura tem de manter uma batalha permanente dentro do ministério[...] Considerando que o teto de gastos públicos rebaixa consideravelmente os recursos para a Cultura, a secretaria especial teria de lutar muito para a pasta poder efetivar políticas públicas que vão além de abrir e fechar seus equipamentos. [...] Vamos ver, por exemplo, o sufocamento do Iphan e da política institucional de patrimônio, da Biblioteca Nacional, dos diferentes ambientes e espaços de atuação do ministério. (Brantt, 2020)

Apesar da descrença “generalizada” e da “paralisia” que vive o setor, a pasta da cultura dentro do Ministério do Turismo está estruturada da seguinte forma: Secretaria Especial da Cultura; Secretaria Nacional do Audiovisual; Departamento de Políticas Audiovisuais; Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural; Departamento de Empreendedorismo Cultural; Departamento de Livro, Leitura, Literatura e Bibliotecas; Departamento do Sistema Nacional de Cultura; Departamento de Promoção da Diversidade Cultural; Secretaria Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura; Departamento de Fomento Indireto, Departamento de Fomento Direto e do Programa de Cultura do Trabalhador; Secretaria Nacional de Desenvolvimento Cultural; Departamento de Desenvolvimento, Análise, Gestão e Monitoramento; Secretaria Nacional de Direitos Autorais e Propriedade Intelectual.

O Ministério do Turismo integrou ainda em sua estrutura sete entidades vinculadas ao setor cultural, sendo três autarquias e quatro fundações: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Fundação Cultural Palmares (FCP), Fundação Nacional de Artes (Funarte) e Fundação Biblioteca Nacional (FBN).

Para fins deste estudo, destaco as competências da Secretaria Especial da Cultura, a quem cabe a gestão e edição dos atos normativos das políticas públicas de cultura em vigência no Brasil: Política Nacional de Cultura, Plano Nacional de Cultura¹⁰, Política Nacional de Cultura Viva¹¹,

¹⁰ Plano Nacional de Cultura - http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/lei/112343.htm

¹¹ Plano Nacional de Cultura Viva - <http://culturaviva.gov.br/>

Programa de Incentivo à Leitura, Política Pública do Setor Audiovisual e seus programas de apoio¹², Programa Nacional de Apoio à Cultura¹³ e Programa de Cultura do Trabalhador¹⁴.

Considerando que este estudo é realizado sob a ótica da gestão cultural por parte da sociedade civil (artistas, produtores e gestores culturais), para compreender os caminhos de acesso aos recursos públicos disponíveis para ações culturais no segmento do patrimônio cultural imaterial no Brasil e sob a ótica do Projeto Filhos da Terra, não aprofundaremos as reflexões a cerca do Programa de Incentivo à Leitura, do qual faz-se saber, em pesquisa simples na Internet, não foram encontradas referências; da Política Pública do Setor Audiovisual, que possui Secretaria e legislações próprias, e não está no enquadramento geral desta investigação; e do Programa de Cultura do Trabalhador, que refere-se a benefício cultural para empregados do setor privado em regime de carteira assinada sob as definições da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho)¹⁵.

No contexto da investigação, interessa compreender o Plano Nacional de Cultura (PNC), a Política Nacional de Cultura Viva (Cultura Viva) e o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), este com maior ênfase por regulamentar os mecanismos de financiamento no Brasil, entre eles, o Incentivo Fiscal, um dos principais instrumentos de apoio a projetos culturais do país nos últimos dez anos.

3.3 Plano Nacional de Cultura

O Plano Nacional de Cultura é um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias, ações e metas que orientam o poder público na formulação de políticas culturais, no período 2010-2020, em três dimensões de cultura: simbólica, cidadã e econômica. Foi criado num momento em que, sociedade civil e Estado buscavam por políticas públicas que garantissem a

¹² Política Pública do Setor Audiovisual e seus programas de apoio, instituídos pela MP 2.228-1 de 06 de setembro de 2001 - <http://cultura.gov.br/secretaria/secretarias/sav-secretaria-do-audiovisual/>

¹³ Programa Nacional de Apoio à Cultura, instituído pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 - http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm

¹⁴ Programa de Cultura do Trabalhador, instituído pela Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012 - <http://cultura.gov.br/vale-cultura/>

¹⁵ A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) é o marco legal que estabelece as normas regulatórias para as relações individuais e coletivas de trabalho no Brasil. Ela foi aprovada pelo decreto-lei N.º 5.452 em 1943 e, desde então, passou por atualizações e reformas.

valorização, o reconhecimento, a promoção e a preservação da diversidade cultural existente no Brasil.

Quando instituído em 2010, almejava-se um cenário da cultura em 2020, onde o povo brasileiro tivesse maior acesso à cultura e que o país respondesse criativamente aos desafios de nosso tempo.

Até 2020 as políticas culturais terão passado por diversas transformações, a começar pelo pleno funcionamento de um novo modelo de gestão, o Sistema Nacional de Cultura. Esse sistema possibilitará a estados, Distrito Federal e cidades a promoção de políticas públicas conjuntas, participativas e duradouras. Ele contará com recursos do Fundo Nacional de Cultura que serão repassados a fundos municipais e estaduais. (MinC, 2013)

Segundo Sophia Cardoso Rocha (2019), a partir dos anos 2000, a legislação brasileira dedicada ao campo da gestão cultural passou por um momento de intensidade com a publicação de normas que visam organizar o setor e contribuir para prover maior estabilidade às políticas públicas de cultura no país.

No âmbito federal, foi notadamente por meio do Plano Nacional de Cultura (PNC) e do Sistema Nacional de Cultura (SNC) que tais tentativas se materializaram a nível normativo a partir da aprovação, respectivamente, das Emendas Constitucionais nº 48/2005 e nº 71/2012. Uma iniciativa que se expandiu para os demais entes federados, que passaram a publicar leis dedicadas a instituir planos e sistemas de cultura estaduais e municipais em todas as regiões do país. Assim, até 2017 nove estados haviam instituído em lei sistemas estaduais de cultura, e 269 municípios sistemas municipais de cultura. (Rocha, 2019, p.67)

Também no PNC está prevista a descentralização da implementação das políticas públicas de cultura e a articulação e integração de sistemas de gestão cultural, tendo como principal articulador o Sistema Nacional de Cultura. Tanto PNC quanto SNC passaram a compor a Constituição Federal do Brasil por meio das Emendas Constitucionais nº 48/2005, que acrescentou o § 3º ao Art. 215, prevendo o estabelecimento do Plano Nacional de Cultura, e a

de nº 71/2012, que acrescentou o Art. 216-A, instituindo o SNC com objetivo de “promover o desenvolvimento humano, social e econômico com pleno exercício dos direitos culturais”. Portanto, Plano e o Sistema potencialmente contribuem para uma gestão pública de cultura que conduzem o Estado a cumprir o seu dever constitucional. (Rocha, 2019)

Ainda segundo a autora, enquanto instrumento de gestão pública que trata do planejamento estratégico da cultura, o PNC tem o papel de orientar as ações dos vários níveis de governos, ou seja, incide sobre a condução da política a nível federal, como também estadual e municipal, exigindo uma ação conjunta da União, estados e municípios.

Segundo prospecção do Ministério da Cultura (2013), a expressão dessas mudanças seria visível na realização das 53 metas estipuladas no PNC, desmembradas em 36 estratégias e 274 ações nas esferas Federal, Estadual e Municipal. Na dimensão simbólica, em 2020, mais cidades brasileiras teriam grupos em atividade nas áreas de teatro, dança, circo, música, artes visuais, literatura e artesanato. Ao mesmo tempo, os Pontos de Cultura estariam em plena expansão por todas as regiões do país e haveria um mapa das múltiplas expressões da diversidade brasileira. Os pontos de cultura estão regulamentados pela Política Nacional de Cultura Viva, a qual veremos a seguir.

Na dimensão cidadã, em 2020 esperava-se a livre circulação de bens culturais, os novos meios de difusão e fruição e a maior relação entre cultura e educação. As políticas culturais deveriam proporcionar a participação ativa da população na vida cultural, criando e tendo mais acesso a livros, espetáculos de dança, teatro e circo, exposições de artes visuais, filmes nacionais, apresentações musicais, expressões da cultura popular, acervos de museus, entre outros. Além de uma melhora significativa na infraestrutura cultural dos municípios e a disponibilização de núcleos de produção digital audiovisual e laboratórios que integrem arte e tecnologia em todos os estados brasileiros.

Na dimensão econômica, prospectava-se que em 2020, muitos territórios criativos teriam sido reconhecidos e a produção cultural local teria apoio para sua sustentabilidade econômica. O turismo cultural seria mais valorizado, proporcionando maior envolvimento econômico das cadeias produtivas do artesanato e demais expressões culturais locais. Além de um aumento

significativo dos recursos públicos para a cultura, alcançando a participação de 4,5% do Produto Interno Bruto (PIB), fazendo com que a cultura seja vista como fonte de oportunidade e de geração de emprego e renda. Nesta dimensão e levando em consideração o contexto desta investigação – o financiamento cultural – destaca-se:

Meta 07 – 100% dos segmentos culturais com cadeias produtivas da economia criativa mapeadas. (PNC)¹⁶

O objetivo desta Meta é o mapeamento das cadeias produtivas de todos os segmentos da economia criativa, tendo como base nos seis segmentos definidos pela Unesco: a) patrimônio natural e cultura; b) espetáculos e celebrações; c) artes visuais e artesanato; d) livros e periódicos; e) audiovisual e mídias interativas; e f) design e serviços criativos. Esses segmentos desdobram-se em 26 atividades associadas.

A medição de desenvolvimento desta Meta é parametrizada pelo número de segmentos com estudos e mapeamento de identificação realizados em relação ao total de segmentos. De acordo com informações da SEC, disponibilizadas no site do PNC, até 2018, cinco dos seis segmentos da economia criativa no Brasil foram mapeados: Cadeia Produtiva da Economia da Música (Antonio Carlos Alkmim et al, 2005), Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval (Prestes Filho, 2009), Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais (USP, 2014), Mapeamento estratégico para a inserção do design nos grandes eventos esportivos no Brasil – Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016 (Competitiveness, 2012) e Museus e a dimensão econômica – da cadeia produtiva à gestão sustentável (Ibram, 2014). Espera-se que em 2020 os seis segmentos já tenham sido mapeados.

Meta 08 – 110 Territórios criativos reconhecidos. (PNC)¹⁷

¹⁶ Secretaria Especial de Cultura. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metasp7/>

¹⁷ Secretaria Especial de Cultura. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metasp8/>

Esta Meta objetiva reconhecer 110 territórios no Brasil com requisitos que os qualifiquem como criativos. O PNC entende como Território Criativo os bairros, cidades ou regiões que apresentam potenciais culturais criativos capazes de promover o desenvolvimento integral e sustentável, aliando preservação e promoção de seus valores culturais e ambientais. O processo de legitimação se dá pelo órgão gestor da cultura daquele território, por meio de uma chancela (selo), possibilitando a criação de um sistema de governança com a participação do poder público e da sociedade civil. A partir desse reconhecimento, o território fica apto a receber recursos para a formulação de planos de desenvolvimento que tenham a economia criativa como estratégia. A medição de desenvolvimento desta Meta se dá pelo número de cidades criativas reconhecidas a partir de 2011. Segundo informações da SEC, nenhum território foi reconhecido até 2018.

*Meta 09 – 300 projetos de apoio à sustentabilidade econômica da produção local.
(PNC)¹⁸*

A Meta 09 está diretamente relacionada às Metas 07 e 08 e prevê que o governo (federal, estadual e municipal) apoie 300 projetos, visando a sustentabilidade econômica da produção cultural. O objetivo é ajudar a transformar projetos em empreendimentos nos segmentos culturais definidos pela Unesco – patrimônio natural e cultural, espetáculos e celebrações, artes visuais e artesanato, livros e periódicos, audiovisual e mídias interativas e design e serviços criativos.

O monitoramento da Meta se dá pelo número de projetos desenvolvidos pelos órgãos locais de gestão da cultura, incluindo os Arranjos Produtivos Locais (APL)¹⁹, que são aglomerações de empresas e empreendimentos, localizados em um mesmo território. De acordo com dados da SEC, até 2018, foram beneficiados 257 projetos de apoio à sustentabilidade econômica, sendo a maioria desenvolvidos no período 2013 a 2016. Nos anos 2010, 2011, 2012 e 2017, não foi registrado nenhum projeto desenvolvido. Em 2013 foram 52 projetos; em 2014, 127 projetos; em 2015 mais 52 projetos; em 2016 foram 23 projetos; e em 2018 apenas 3 projetos.

¹⁸ Secretaria Especial de Cultura. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metas/9/>

¹⁹ Coordenado pelo MDIC, o Grupo de Trabalho Permanente APL conta com o apoio de uma Secretaria Executiva lotada na Coordenação-Geral de Arranjos Produtivos Locais (CGAL) da Secretaria do Desenvolvimento e Competitividade Industrial (SDCI). <http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/arranjos-produtivos-locais>

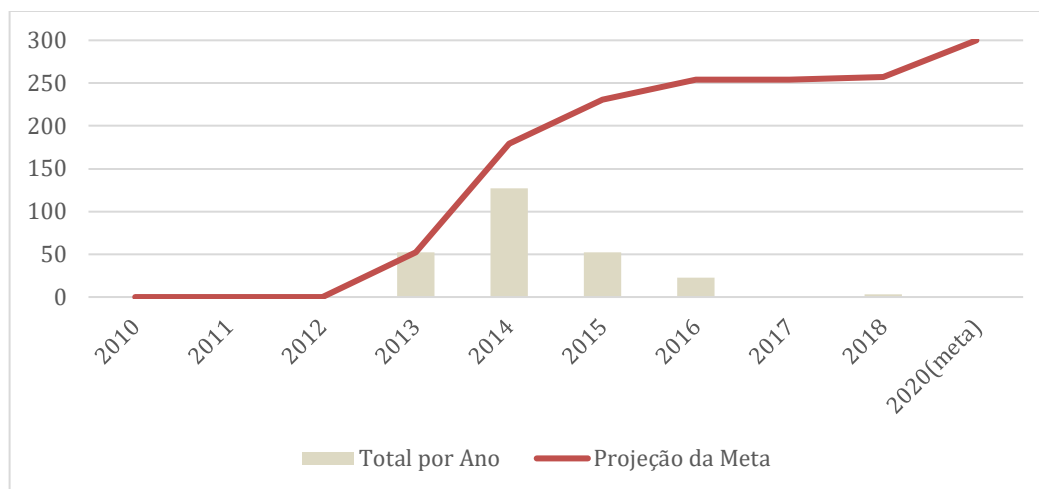


Figura 1: Gráfico - Quantidade de projetos de apoio à sustentabilidade econômica realizados.

Fonte: Secretaria Especial de Cultura.

Meta 50 – 10% do Fundo Social do Pré-sal para a cultura. (PNC)²⁰

A Meta 50 está diretamente relacionada aos recursos do Fundo Social do Pré-Sal (FS) disponibilizados para a cultura. O objetivo é que até 2020 o montante destinado chegue até 10% dos recursos do FS. Esta Meta é medida pelo montante do Fundo aplicado na área cultural, em relação ao total. A SEC não apresenta dados sobre o percentual de recursos do FS para a cultura.

É importante saber que o Fundo Social foi criado pela Lei nº 12.351/2010 para ser constituído como parte dos recursos de exploração e produção de petróleo. Sua proposta é ser uma fonte de recursos para o desenvolvimento social e regional do Brasil. Isso deve ser feito na forma de programas e projetos de combate à pobreza e, também, de desenvolvimento da educação, da cultura, do esporte, da saúde pública, da ciência e tecnologia e do meio ambiente.

Meta 51 – Aumento de 37%, acima do PIB, dos recursos públicos federais para a cultura. (PNC)²¹

²⁰ Secretaria Especial de Cultura. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metasp/50/>

²¹ Secretaria Especial de Cultura. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metasp/51/>

O objetivo desta Meta era o de aumentar os recursos públicos federais para o Ministério da Cultura de 0,032% para 0,043% do PIB, ou seja, os recursos destinados à área da cultura no período de 10 anos deveriam ter tido um aumento de 37% acima do crescimento das riquezas do país. Porém, esse crescimento foi de apenas 18%, sendo percebido um decréscimo significativo a partir de 2015. De acordo com informações da SEC, essa meta é aferida por meio do Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal (SIAFI), onde foi considerado, para fins de cálculo, a função e subfunção “Cultura”. De acordo com o Manual Técnico de Orçamento, a “função” pode ser traduzida como o maior nível de agregação das diversas áreas de atuação do setor público. A “subfunção” representa um nível de agregação inferior à função e deve evidenciar a natureza da atuação governamental. Sendo assim, foram levadas em consideração todas as funções e subfunções relacionadas à cultura.

Em 2018 não houve nenhuma atividade relativa a esta Meta. Isso deve-se muito ao fato de o Ministério da Cultura ter perdido o status de ministério, e conseqüentemente, os recursos a ele destinados.

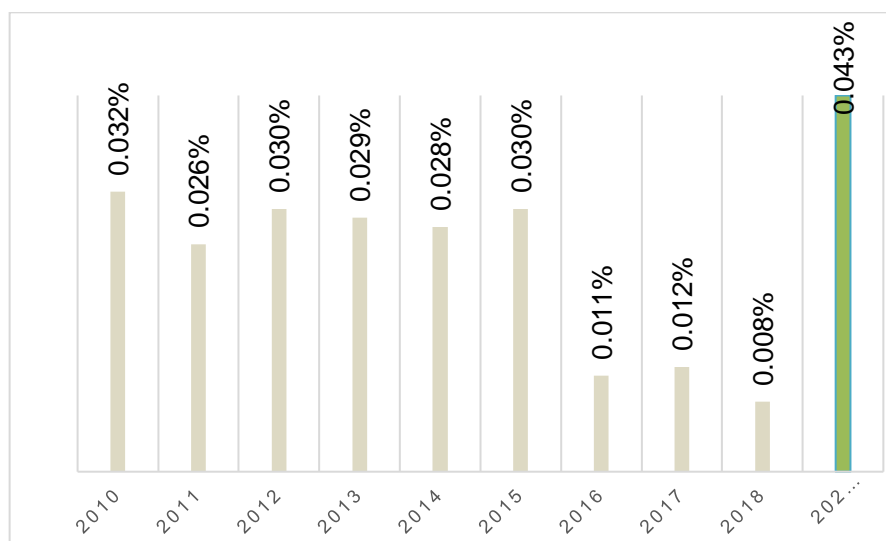


Figura 2: Gráfico - Percentual de recursos públicos federais para cultura / PIB.

Fonte: Secretaria Especial de Cultura.

Tabela 1: Recursos públicos federais para a cultura / PIB.

Ano/Indicador	Despesas públicas federais para cultura - Orçamento MinC	Despesas públicas federais para cultura - Aporte Outros órgãos	Total - Recursos públicos federais para cultura	PIB (milhões)	% de recursos públicos federais para cultura / PIB
2010	1.092.536.726	140.308.017	1.232.844.743	3.885.847,00	0,032%

2011	982.413.458	135.085.335	1.117.498.793	4.376.382,00	0,026%
2012	1.278.630.684	148.022.990	1.426.653.674	4.814.760,00	0,030%
2013	1.498.710.290	48.699.053	1.547.409.343	5.331.619	0,029%
2014	1.530.734.514	58.775.287	1.589.509.801	5.778.953	0,028%
2015	1.763.570.613	63.489.656	1.827.060.269	5.995.787,00	0,030%
2016	666.785.691,41	7.634.408,95	674.420.100	6.269.328,00	0,011%
2017	759.898.878,00	3.680.243,00	763.579.121	6.583.319,00	0,012%
2018	528.313.102,00	3.385.550,00	531.698.652	6.889.176,00	0,008%
Meta 2020					0,043%

Fonte: Secretaria Especial de Cultura.

Em análise, o IBGE diz que a participação do setor cultural no total de gastos públicos consolidados das três esferas de governo mostrou uma queda de 0,07 ponto percentual, passando de 0,28% em 2011 para 0,21% em 2018. As três esferas apresentaram variações negativas da participação da cultura no total de seus gastos (de 0,08% em 2011 para 0,07% em 2018 no governo federal; de 0,42% em 2011 para 0,28% em 2018 nos governos estaduais; e de 1,12% em 2011 para 0,79% em 2018 nos governos municipais).

Quando analisadas as despesas por subfunções, a difusão cultural, com projetos ligados ao fomento da cultura e ao funcionamento de equipamentos culturais, foi a mais participativa no período observado, com 57,4% em 2018 (ante 61,4% em 2011). Demais subfunções, que englobam as de administração geral dos órgãos ligados à cultura e de promoção comercial (com investimentos ligados ao setor audiovisual), tiveram incremento na sua participação, passando de 30,2% em 2011 para 36,0% em 2018. Patrimônio histórico, com projetos ligados à preservação do patrimônio histórico e cultural brasileiro, tiveram queda na participação, passando de 8,4% em 2011 para 6,6% em 2018.

Vale destacar ainda, que na repartição do montante dos dispêndios culturais do governo federal pelos seus respectivos órgãos, em 2011 o IPHAN, que conta com 15 superintendências regionais, foi o órgão com maior representatividade nos gastos com cultura do governo federal. Já para o ano de 2018, a Agência Nacional do Cinema - Ancine, órgão responsável pelo financiamento do setor audiovisual, praticamente triplicou sua participação e foi o mais representativo no total da esfera federal.

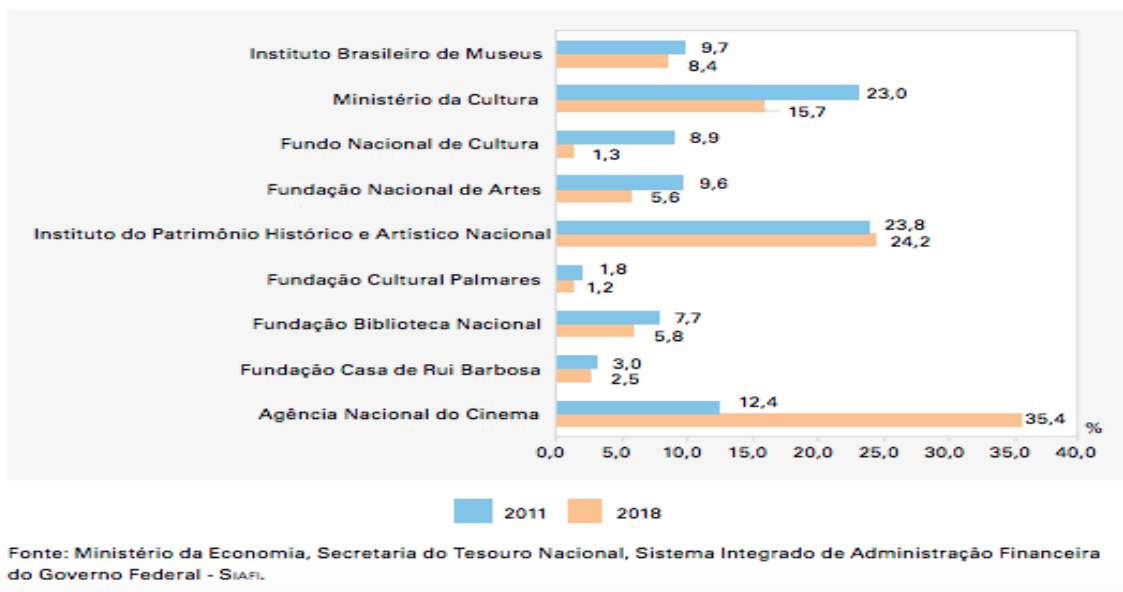


Figura 3: Despesa do governo federal com cultural por órgãos. Brasil - 2011/2018.

Meta 52 – Aumento de 18,5%, acima do PIB, da renúncia fiscal do governo federal para incentivo à cultura. (PNC)²²

A Meta 52 está diretamente relacionada às leis de incentivo fiscal e objetiva aumentar a renúncia fiscal do governo federal de 0,027% para 0,032% do PIB. De acordo com SEC, a renúncia fiscal tem sido um dos principais meios de fomento à cultura, a partir dos descontos no Imposto de Renda das pessoas físicas e das empresas. Ao doarem verbas, ou patrocinarem projetos culturais, essas pessoas e empresas se tornam importantes fontes de financiamento para a área da cultura.

Há duas leis que regem essas doações e patrocínios que são a Lei nº 8.313/199 – conhecida como Lei Rouanet – e a Lei nº 8.685/1993 – conhecida como Lei do Audiovisual. No entanto, esse fomento deverá ser acompanhado por um aumento ainda maior, conforme Meta 51, dos recursos diretos destinados pelo Governo Federal para a área da cultura (orçamento e Fundo Nacional de Cultura), uma vez que tais recursos devem equalizar o investimento feito pelas organizações por meio dos incentivos fiscais.

²² Secretaria Especial de Cultura. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metas/52/>

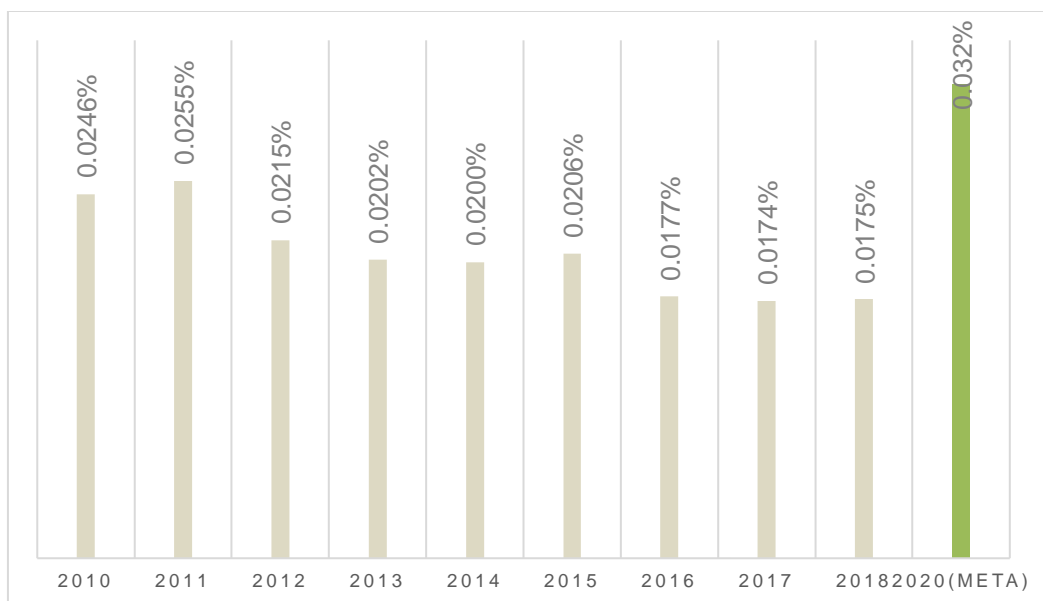


Figura 4: Gráfico - Percentual de renúncias fiscais / PIB.

Fonte: Secretaria Especial de Cultura.

Meta 53 – 4,5% de participação do setor cultural brasileiro no produto interno bruto (PIB). (PNC)²³

Sabe-se que o PIB é a soma de tudo o que é produzido durante o ano em um país, estado, cidade ou região e é usado para medir o crescimento econômico. O rendimento das atividades culturais entra nessa soma, embora não seja fácil de medir, pois envolve, além das áreas formais como a produção de livros, os segmentos informais e artesanais.

De acordo com a SEC, em dezembro de 2010 foi instituído o Grupo Contas de Cultura, numa parceria do então Ministério da Cultura com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), para viabilizar a realização das atividades de implementação e manutenção das Contas de Cultura no Brasil. Essa parceria resultou no estudo da **Conta Satélite da Cultura**, que é uma extensão do Sistema de Contas Nacionais que expande sua capacidade de análise sobre o setor cultural em formato comparável com o conjunto da economia, buscando identificar e mensurar

²³ Secretaria Especial de Cultura. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metas/53/>

a contribuição da Cultura para a formação do PIB, além de produzir dados macroeconômicos como: ocupação, renda, oferta e demanda de bens e serviços culturais.

O Plano Nacional de Cultura prospectou um cenário de avanços significativos para o setor cultural. Dez anos depois e com prazo de validade que vence em 02 de dezembro de 2020, o monitoramento das 53 metas do PNC parece estar comprometido, uma vez que as últimas atualizações datam de 31 de dezembro de 2018, ou seja, há quase dois anos não se sabe ou não se divulga o status das metas do Plano.

Rocha (2019) ressalta que as diretrizes para a formulação do PNC devem partir das conferências de cultura, e a última realizada pelo MinC foi em 2013. A IV Conferência Nacional de Cultura deveria ter ocorrido em 2017, mas não houve convocação por parte do Ministério, e não há qualquer perspectiva de realização. Pela atual situação do Brasil, tudo indica mesmo que apesar do SNC e do PNC integrarem expressamente a mais importante norma do país – a Constituição Federal –, não há qualquer garantia e nem expectativa que eles possam ser efetivados.

3.4 Programa Nacional de Apoio à Cultura

O Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) foi implementado pela Lei Rouanet (Lei 8.313/1991), com a finalidade de estimular a produção, a distribuição e o acesso aos produtos culturais, proteger e conservar o patrimônio histórico e artístico e promover a difusão da cultura brasileira e a diversidade regional, entre outras funções. (MinC, 2016)

O Pronac regulamenta três mecanismos de fomento e financiamento cultural: o Fundo Nacional de Cultura (FNC)²⁴, com a aplicação direta de recursos do orçamento da União em projetos culturais; o Incentivo a Projetos Culturais²⁵, que concede a isenção fiscal de parte do Imposto de Renda devido à pessoas físicas ou jurídicas que patrocinem projetos culturais; e o Fundo de

²⁴ 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.

²⁵ 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.

Investimento Cultural e Artístico (Ficart)²⁶, que prevê a comunhão de recursos destinados à aplicação em projetos culturais e artísticos, de cunho comercial, com a participação dos investidores nos eventuais lucros. O Ficart, apesar de previsto na legislação que instituiu o Pronac, nunca foi implementado.

Faria (2000, apud Baracho e Raddi, 2008) argumenta que as leis de incentivo à cultura foram criadas para estimular a iniciativa privada a investir em cultura num momento em que o Estado brasileiro fechava os órgãos culturais mais representativos, reduzia seu orçamento e começava a construir um Estado mínimo e um mercado máximo.

Frederico A. Barbosa da Silva (2007) chama atenção para o fato de que:

[...] o comportamento dos empresários e dos recursos fiscais é condicionado pela dinâmica econômica e os recursos incentivados dependem, em muito, tanto da disposição em investir na cultura quanto do ciclo de crescimento. Da mesma forma, o aumento dos recursos orçamentários para a vitalização e ampliação das instituições públicas federais nas suas capacidades de operação na área cultural, embora central, não envolve simplesmente o apreço ou desapeço dos administradores públicos pelas coisas da cultura. A ampliação dos recursos depende, por um lado, das estratégias gerais do governo com relação a variáveis macroeconômicas e, por outro lado, envolve a ampliação da capacidade de gasto e de melhor uso dos recursos orçamentários por parte das instituições públicas culturais. (Silva, 2007, p.186)

Por lei, o FNC deve garantir “a oferta de apoio financeiro em linhas de incentivo que se comprometam com a descentralização regional, setorial e estética. Os projetos ainda devem abarcar as mais variadas expressões culturais brasileiras, potencializando toda a rede produtiva e promovendo a liberdade de criação.” (SEC, n.d) Sua composição se dá a partir de recursos do Tesouro Nacional, doações e legados, arrecadação de concursos e arrecadação de loterias federais, que eram uma das grandes apostas para aumento de recursos diretos ao setor cultural.

A arrecadação por meio da loteria é regulamentada pela Lei n. 13.756, de 12 de dezembro de 2018, que dispõe sobre a destinação do produto da arrecadação das loterias e determina:

²⁶ 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. 15. O produto da arrecadação da loteria federal será destinado da seguinte forma:

II - a partir de 1º de janeiro de 2019:

b) 0,5% (cinco décimos por cento) para o FNC;

[...]

Art. 16. O produto da arrecadação da loteria de prognósticos numéricos será destinado da seguinte forma:

II - a partir de 1º de janeiro de 2019:

b) 2,91% (dois inteiros e noventa e um centésimos por cento) para o FNC;

[...]

Art. 18. O produto da arrecadação da loteria de prognósticos esportivos será destinado da seguinte forma:

II - a partir de 1º de janeiro de 2019:

b) 1% (um por cento) para o FNC;

[...]

Art. 20. O produto da arrecadação de cada emissão da Lotex será destinado da seguinte forma:

IV - 0,9% (nove décimos por cento) para o FNC;

[...]

De acordo com a Secretaria, o montante desses recursos é direcionado a partir do planejamento e da decisão colegiada de todas as unidades e instituições vinculadas à SEC, priorizando a realização de editais e seleções públicas, com foco em projetos com menos possibilidade de realização com recursos próprios ou a partir da captação de recursos do mercado, nos segmentos: a) artes cênicas; b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; c) música erudita ou instrumental; d) circulação de exposições de artes plásticas; e, e) doações de acervos para bibliotecas públicas e para museus.

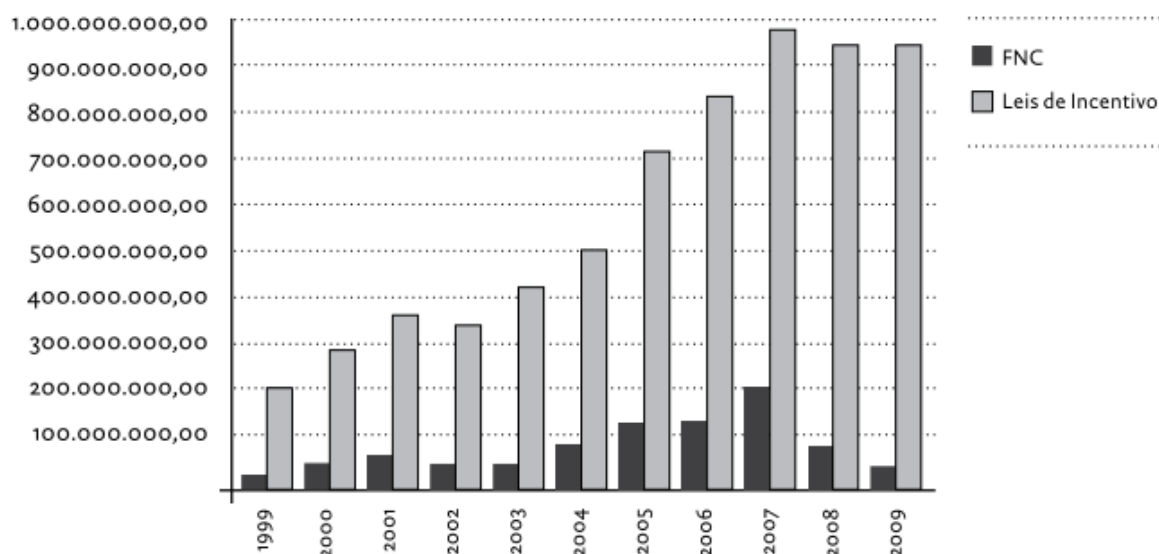
Para cada projeto aprovado, o FNC financia até 80% do custo total, mediante comprovação, por parte do proponente, ainda que pessoa jurídica de direito público, da circunstância de dispor do montante remanescente ou estar habilitado à obtenção do respectivo financiamento, através de outra fonte devidamente identificada.

Em uma breve conclusão motivada pela experiência profissional da autora desta investigação, e também, a partir de conversas informais com profissionais da cultura, percebe-se que poucos têm conhecimento do FNC como instrumento de captação de recursos diretos. E que o seu funcionamento parece comprometido, uma vez que não se tem dados consolidados e reais de quantos projetos já foram executados a partir desse mecanismo.

Salgado, Pedra e Caldas (2010) dizem que apesar da tomada de decisões jurídicas para regulamentar o FNC, sua aplicação prática tem sido restrita.

Em um contexto sociopolítico e econômico marcado pelo capitalismo neoliberal, o financiamento baseado na dedução de impostos foi fortemente incentivado, tornando-se por muito tempo a principal ferramenta de políticas culturais no Brasil. Nascimento (2008) destaca que, durante as gestões do presidente Fernando Henrique Cardoso e do ministro Francisco Weffort, o financiamento da cultura sob a responsabilidade do mercado foi a marca mais visível, senão a única, da política cultural que vigorou de 1995 a 2002. Com o início do governo Lula, houve uma preocupação na administração do Ministério da Cultura em consolidar a democracia e possibilitar o aumento do acesso às diversas etapas da produção cultural. (Salgado, et. Al., 2010, p.90)

COMPARATIVO FNC E MECENATO



FONTES: Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/categoria/politicas/gestao-cultural/dados-do-orcamento/>>; <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/02/mecenato-captacao-de-recursos-por-ano-e-area-cultural.pdf>>; <<http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>>. Acesso em: 2009

Figura 5: Gráfico FNC.

Os dados apresentados até 2009 demonstram a baixa execução do FNC se comparado ao Incentivo Fiscal. (Salgado et al, 2010) Esse cenário é permanente até os dias atuais, não por falta de recursos públicos, mas, observa-se, pela má gestão dos mesmos por parte do Estado, muito em decorrência da não valorização e reconhecimento da cultura enquanto área de desenvolvimento econômico, social e sustentável das cidades por parte dos governantes.

De acordo com informações disponíveis no site da SEC e no antigo site do Ministério da Cultura, estima-se que em 2012/2013 foram realizados 02 editais de intercâmbio cultural. Em 2014 não se encontrou registros de editais realizados. A partir de 2015 têm-se um aumento significativo de editais realizados no setor cultural. Neste ano foram 10 editais, e no período 2016 a 2018 registram-se 39 editais de apoio a projetos e ações culturais. Em 2019, esse número retrocede bruscamente, tendo apenas 4 editais realizados no ano, e em 2020, até a presente data, não foram registrados nenhum edital publicado pela Secretaria Especial de Cultura.

Conforme visto anteriormente, além do FNC, o Pronac regulamenta o Incentivo Fiscal como mecanismo de financiamento cultural por parte do Estado, a partir do benefício da isenção fiscal concedida a pessoas físicas ou empresas que patrocinem projetos culturais ou doem valores aos fundos culturais.

Incentivo Fiscal, também chamado de renúncia fiscal ou mecenato, é uma forma de estimular o apoio da iniciativa privada ao setor cultural. O proponente apresenta uma proposta cultural ao Ministério da Cultura (MinC) e, caso seja aprovada, é autorizado a captar recursos junto a pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) ou empresas tributadas com base no lucro real visando à execução do projeto. (MinC, 2016)

O apoio através deste mecanismo pode se dar de duas formas:

A primeira, através do artigo 26, permite que o doador ou patrocinador deduza do Imposto de Renda os valores contribuídos em favor de projetos culturais aprovados. No caso de o financiador ser pessoa física, a dedução será de 80%, para as doações, e de 60%, para patrocínios. Para financiador pessoa jurídica, as deduções serão tributadas com base no lucro real, sendo de 40%, no caso de doações, e de 30% para os patrocínios. A segunda forma, se dá através do artigo 18, pelo qual os financiadores podem abater até 100% do Imposto de Renda, quando do investimento em projetos de áreas consideradas menos atrativas, como, por exemplo, música erudita e instrumental e exposição de artes visuais, dentre outras. (Salgado et al, 2010, p.88)

Segundo Alberto Freire (2012), as discussões e análise sobre o processo de financiamento à cultura no Brasil, geralmente se voltam para a distinção existente entre financiamento público e privado.

Com a utilização das leis de incentivo, principalmente a Lei Rouanet, as fronteiras que separam o público e o privado são tênues. Neste modelo, o patrocínio cultural se inicia nos departamentos de marketing das empresas, passa pelo Ministério da Cultura, e termina no Ministério da Fazenda, com a compensação entre os valores investidos em cultura com os impostos a pagar, o que configura um financiamento público com o rótulo de privado. (Freire, 2012, p.61)

A lei de incentivo federal já passou por diversas transformações e foi alvo de divergências nas inúmeras instâncias políticas e sociais. Porém, não cabe nesta investigação ressaltar os embates políticos, mas as mudanças efetuadas pelo governo Bolsonaro e que influenciam diretamente as rotinas de trabalho de gestores culturais e instituições na formulação de propostas e nos planejamentos de captação de recursos, e também na manutenção do patrocínio privado.

Em entrevista a Rafael Barifouse da BBC News²⁷, o economista Leandro Valiati, professor de economia cultural e indústria criativa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), diz que a Lei Rouanet apresenta de fato problemas, como a concentração de recursos em determinados Estados e regiões, os tipos de produção artística que fomenta e a dificuldade de renovar seus beneficiários.

Mas é natural que, em Estados com maior PIB, haja mais empresas com capacidade de aportar recursos em produções locais. Podem mudar o nome da lei, mas continua a ser um mecanismo de renúncia fiscal em que a decisão de onde investir é do setor privado. Nada garante que uma empresa que hoje investe em um grande projeto no Rio vai investir o equivalente em quatro ou cinco projetos no norte do país. (Valiati, 2019)

Segundo o economista, para que o Estado aproveite o potencial produtivo do setor cultural, é preciso apoiar tanto o pequeno quanto o grande produtor. Nesse sentido, o grande produtor assume o papel de gerador de emprego e renda, além de ser um ativador da cadeia produtiva de fornecedores e formador de mão obra qualificada. Tudo isso tem efeitos diretos nos pequenos, que aproveitam os profissionais e o público formados pelos grandes. “Uma lei de incentivo não pode ser uma lei de resgate social. Precisa ter uma estratégia que contemple os dois, porque cada um tem seu espaço.” (Valiati, 2019)

A cada início de ano fiscal, o governo deve publicar uma Instrução Normativa (IN) que estabeleça os procedimentos para apresentação, recebimento, análise, homologação, execução,

²⁷ Entrevista realizada por Rafael Barifouse da BBC News Brasil em São Paulo, em 24 de Abril de 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-48032400>

acompanhamento, prestação de contas e avaliação de resultados de projetos culturais financiados por meio do Pronac. Nessa IN consta, entre outros procedimentos, os percentuais e montantes determinados pela Receita Federal para isenção fiscal. Atualmente está em vigência a IN n. 2 de 23 de Abril de 2019²⁸, que estabeleceu as mudanças da Lei de Incentivo, e a IN n. 4 de 17 de Janeiro de 2020²⁹, que altera os artigos 4 e 20 da IN anterior. As principais mudanças foram:

- A Lei deixa de ser Rouanet e passa a ser chamada de Lei de Incentivo à Cultura. O nome era uma homenagem ao seu criador, o Secretário Nacional de Cultura do governo Collor, Sérgio Paulo Rouanet.
- 10% dos ingressos das atrações contempladas pela lei não poderão passar de 50 reais. Na lei original, os ingressos populares poderiam ter o custo de até 70 reais.
- 20% a 40% de todos os ingressos das atividades promovidas pela lei terão entrada franca, com distribuição a populações de baixa renda. Anteriormente, 10% dos ingressos tinham esse destino.
- É mantida a quantidade de projetos com que cada proponente pode receber o incentivo simultaneamente, mas diminui o valor total para estes projetos:
 - Pessoas físicas ou Micro Empreendedor Individual (MEI) podem ter até 4 projetos, recebendo até 1 milhão por projeto. O valor anterior era 1,5 milhão.
 - Os empreendedores individuais têm direito a 8 projetos e 6 milhões cada. O valor anterior era de 7,5 milhões.
 - Já empresas e pessoas jurídicas têm acesso a 16 projetos e o total de 10 milhões. O valor anterior era de 60 milhões.
 - Projetos para o segmento Teatro Musical, aplica-se o valor máximo de 10 milhões, limitado ao valor da carteira.
- Passa a ser considerado mesmo proponente:
 - Pessoa física que também seja sócia de uma pessoa jurídica.
 - Pessoas jurídicas que possuam sócios em comum.
- Os limites de valores a que cada proponente tem acesso não se aplicam a casos de projetos de:
 - Conservação, construção e implantação de equipamentos culturais.
 - Museus e memória.
 - Patrimônios culturais materiais e imateriais.
 - Planos anuais e plurianuais de atividades.
 - Construção e manutenção de salas de cinema e teatro em municípios com menos de 100 mil habitantes.
- Fica limitado ao valor de 6 milhões de reais os projetos que se enquadrarem como:
 - Inclusão de pessoas com deficiência; educativos; prêmios e pesquisas.

²⁸ Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/instru%C3%87%C3%83o-normativa-n%C2%BA-2-de-23-de-abril-de-2019-84797797>

²⁹ Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/instrucao-normativa-n-4-de-17-de-janeiro-de-2020-238971242>

- Óperas, festivais, concertos sinfônicos, desfiles festivos e corpos estáveis.
- Datas comemorativas nacionais com calendários específicos.
- Eventos literários, ações de incentivo à leitura e exposições de artes visuais.
- Até 2018, 18% do total de empresas que se candidataram a benefícios da lei em seus 27 anos de existência receberam algum financiamento. Delas, 77% são de São Paulo ou do Rio de Janeiro. O percentual alto é explicado pela quantidade de empresas dos dois Estados que se candidataram: 48% do total. Com o objetivo de descentralizar os projetos do eixo Rio-São Paulo, há novas regras de acréscimos nos limites que cada projeto pode receber:
 - Novos projetos dos Estado do Espírito Santo, Minas Gerais e da região Sul poderão receber um acréscimo de até 50% de seus limites para serem executados. Até então, o acréscimo era de até 25%.
 - No Norte, Nordeste e Centro-Oeste, o acréscimo pode subir até 100% de seus limites. Anteriormente, o acréscimo era de até 50%.

Na ótica do planejamento e elaboração de projetos, o gestor cultural deve ter conhecimento das regras gerais e procedimentos para apresentação de propostas culturais, organização orçamentária e limites financeiros permitidos das diversas etapas de execução do projeto, com destaque para:

- As ações culturais e suas documentações correspondentes serão apresentadas, por pessoas físicas ou jurídicas, por intermédio do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (Salic).
- Para proponente pessoa jurídica, no ato da inscrição deverá comprovar a sua atuação na área cultural e sendo pessoa jurídica deverá possuir natureza cultural, comprovada por meio da existência nos registros do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) da instituição, onde consta o código de Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) relacionado à área cultural.
- O período para apresentação de propostas culturais é de 1º de fevereiro até 30 de novembro de cada ano.
- As propostas culturais deverão ser apresentadas, no mínimo, com 90 (noventa) dias de antecedência da data prevista para o início de sua pré-produção, sendo admitidos prazos inferiores em caráter de excepcionalidade, devidamente justificados pelo proponente e desde que autorizados pelo Ministério do Turismo.
- Em caso de propostas de ação continuada ou que a edição anterior ainda se encontre em fase de execução, a movimentação de recursos estará vinculada ao encerramento da execução do projeto anterior.
- As propostas culturais que tenham recursos previstos para a contratação de pessoal com vínculo empregatício deverão ofertar aos seus funcionários o benefício do Vale-Cultura, nos termos da Lei 12.761/2012, durante o período de execução das atividades do projeto.

- O proponente que apresentar o seu primeiro projeto junto ao Pronac estará dispensado da comprovação de atuação na área cultural, sendo este limitado ao valor de 200 mil reais.
- Os custos diretos do projeto devem ser organizados em cinco etapas: pré-produção, produção, pós-produção, recolhimentos e assessoria contábil e jurídica.
- Na planilha orçamentária deve estar previsto ainda, os custos vinculados (custo de administração e custos de divulgação) que serão calculados sobre o Valor total do projeto.
- Os custos de divulgação não poderão ultrapassar 30% do Valor do Projeto de até 300 mil reais, e não poderão ultrapassar 20% (vinte por cento) para os demais projetos. Já os custos administrativos não podem ultrapassar os 15% do Valor do Projeto.
- A remuneração para captação de recursos fica limitada a 10% do valor do Custo do Projeto e ao teto de 100 mil reais.
- A remuneração do proponente não pode ultrapassar os 50% do valor homologado para execução do projeto.
- O limite para pagamento de cachês artísticos com recursos incentivados, por apresentação, será de:
 - a) R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais) para artista ou modelo solo;
 - b) R\$ 90.000,00 (noventa mil reais) para grupos artísticos e para grupos de modelos de desfiles de moda, exceto orquestras; e
 - c) R\$ 2.250,00 (dois mil, duzentos e cinquenta reais) por músico e R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais) para o maestro, no caso de orquestras.

No panorama geral da Lei de Incentivo, em 2020, o valor teto para renúncia fiscal autorizado pela Receita Federal foi de quase 1,3 bilhão de reais, 18% maior que o valor estabelecido em 2009, que foi de 1,038 bilhão de reais. No período 2009 a 2020, o montante destinado a isenção fiscal foi de mais de 16 bilhões de reais. É importante explicar, que esse valor inclui a execução de todos os mecanismos culturais que utilizam a isenção fiscal – FNC, Pronac e Audiovisual. O valor total renunciado pelas empresas, no período 2009 a 2018, foi de pouco mais de 10 bilhões de reais. A SEC não disponibilizou dados da renúncia fiscal efetiva para os anos de 2019 e 2020.

Com relação aos valores captados efetivos, no período 2009 a 2020, registra-se o montante de 14,075 bilhões de reais. Em 2019, o valor registrado pela SEC foi de 1,48 bilhão de reais, o maior nos últimos dez anos. Em 2020, até a data de entrega desta investigação, o montante de

valor captado era de pouco mais de 407 milhões, ou seja, 72% abaixo do valor captado em 2019, e 68% abaixo do teto previsto para isenção fiscal no ano.

Ano	Teto da Renúncia Fiscal	Ano	VI.Renunciado RFB	Ano	VI Captado
2009	1.038.067.355,00	2009	621.701.305,00	2009	980.053.002,32
2010	1.319.281.822,00	2010	954.102.784,00	2010	1.166.401.382,08
2011	1.328.587.944,00	2011	1.117.608.261,00	2011	1.324.980.635,48
2012	1.642.593.297,00	2012	1.033.205.545,00	2012	1.277.675.204,65
2013	1.241.345.372,00	2013	1.079.201.477,00	2013	1.261.761.549,61
2014	1.419.224.443,00	2014	1.155.724.415,00	2014	1.335.896.601,13
2015	1.323.390.560,00	2015	1.237.369.632,00	2015	1.203.756.018,42
2016	1.304.971.001,00	2016	1.109.775.718,00	2016	1.149.035.237,77
2017	1.357.912.134,00	2017	1.147.604.965,00	2017	1.189.178.358,93
2018	1.427.752.087,00	2018	1.202.958.394,00	2018	1.297.748.422,92
2019	1.548.717.488,00	2019	0,00	2019	1.481.368.142,19
2020	1.279.618.486,00	2020	0,00	2020	407.623.840,99
Total	16.231.461.989,00	Total	10.659.252.496,00	Total	14.075.478.396,50

Figura 6: Valores de Renúncia Fiscal x Valores Captados - Lei de Incentivo.

Fonte: Secretaria Especial de Cultura.

Vale destacar ainda, que no período 2009 a 2020, foram apoiados 37.763 projetos culturais sob o mecanismo do Mecenato (isenção fiscal). Em 2020, percebe-se uma queda de 49,5%, apenas 1.673 projetos apoiados, quando comparado a 2019, que foram 3.311 projetos apoiados.

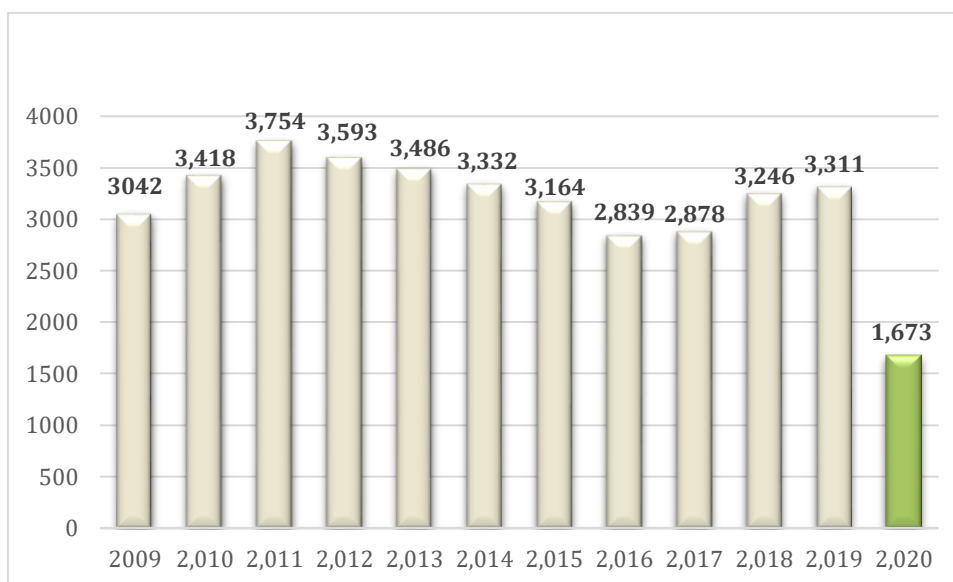


Figura 7: Gráfico - Total de Projetos apoiados pela Lei de Incentivo/Ano. / Fonte: Secretaria Especial de Cultura. Dados disponíveis no Salic.

No período 2010 a 2020, a área das Artes Cênicas foi a que mais teve projetos com captação de recursos, 11.226 projetos, seguida pela Música com 8.904 projetos, e Humanidades com 5.378 projetos com captação. A área de Patrimônio Cultural, apesar de não ter sido a menor execução, teve apenas 1.952 projetos com captação de recursos.

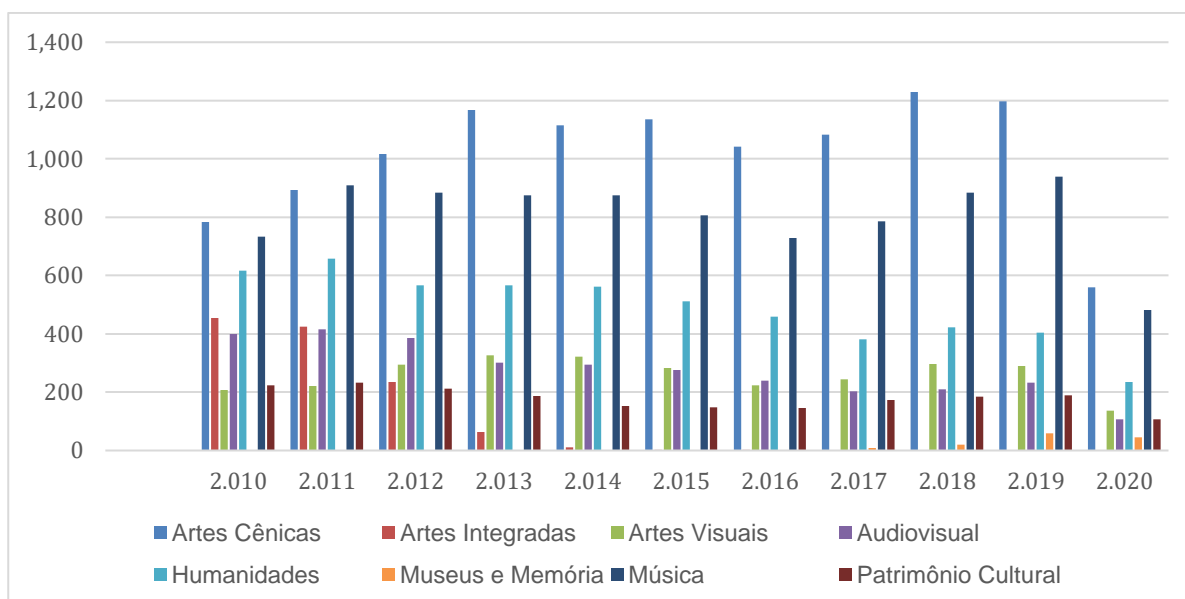


Figura 8: Gráfico - Projetos com captação de recursos – Ano x Área Cultural.

No ano de 2020 é perceptível uma queda brusca com relação ao número de projetos apoiados e os que conseguiram realizar a captação de recursos junto às empresas. Essa queda reflete, não só o desmonte político do atual governo, mas também a fragilidade do setor cultural face a crises mundiais, tendo em vista o período de pandemia instaurado nos países, a partir de março de 2020, devido ao surgimento do novo coronavírus, e que levou o setor cultural a estagnação quase total. Estudos apontam que, com o distanciamento social imposto pela COVID-19, os prejuízos da cultura no Brasil podem superar a casa dos R\$ 100 bilhões, afetando não só toda a cadeia produtiva, mas a maneira como se faz e veicula arte no País.

A cerca do financiamento direto, que entendemos nesta reflexão como o financiamento público ao setor cultural, concluo com o pensamento de Salgado et al (2015), o qual diz que a cultura deve ser tratada como uma questão de interesse público e, portanto, requer políticas e investimentos de Estado, como a saúde, a educação, o transporte e a segurança, não podendo se limitar à renúncia fiscal. Para que possa implementar suas políticas culturais, o que implica

confrontar a cultura a outras áreas de interesse público, a entidade cultural do Estado necessita de maior autonomia e maior provimento de recursos.

3.5 Financiamento indireto

Segundo Freire (2012), o financiamento indireto constitui os investimentos em cultura cuja origem esteja fora do Estado, ou seja, aqui estão incluídas as pessoas físicas, um segmento ainda pouco expressivo em volume de recursos destinados à cultura no Brasil e as empresas com histórico de presença marcante há pouco mais de duas décadas com a criação das leis de incentivo e a renúncia fiscal permitida pelo governo.

A destinação de recursos para a cultura não é essencialmente uma novidade no mundo empresarial, embora na década de 1990 tenha ocorrido um crescimento dessa relação entre empresas e as produções do campo cultural no Brasil, trajetória que resultou da diminuição da presença do Estado como ente fundamental do financiamento da cultura em suas várias vertentes como o patrimônio, as artes, o entretenimento e outros segmentos. (Freire, 2012, p.55)

Nesse cenário, o segmento empresarial aproximou-se do campo da cultura e passou a exercer forte presença como agente de financiamento e apoio, sobretudo das produções artísticas e do entretenimento. Essa interação não se deu por altruísmo do empresariado, foi estabelecida na perspectiva de se obter maior participação no mercado consumidor, utilizando a cultura como estratégia de comunicação para fortalecimento da imagem das organizações empresariais, seus produtos e serviços – ou marketing cultural.

Aqui faz-se entender, que essa modalidade do marketing surge a partir da própria ressignificação de seu conceito, “como processo pelo qual as empresas criam valor para os clientes e constroem fortes relacionamentos com eles para capturar seu valor em troca”. (Kotler e Armstrong, 2007, p.4) Ou ainda como “o processo de planejamento e execução da concepção, da definição de preço, da promoção e da distribuição de ideias, produtos, serviços, organizações

e eventos para criar trocas que irão satisfazer os objetivos das pessoas e empresas.”³⁰ (Reis, 2009, p.13)

De acordo com Freire (2012), o marketing cultural, trata-se de um fenômeno contemporâneo, pelo qual a diferenciação das empresas ganhou relevância publicitária, competindo, em certa medida, com a publicidade dos produtos ou serviços colocados à disposição dos consumidores.

Para Reis, o marketing cultural usa a cultura como:

[...] base e instrumento para transmitir uma determinada mensagem (e, a longo prazo, desenvolver um relacionamento) a um público específico, sem que a cultura seja a atividade-fim da empresa. Assim, não se confunde com os programas e ações desenvolvidos por organizações culturais (museus, teatros, centros culturais), intermediários culturais (promotores de artistas, curadores, produtores culturais) ou artistas, que têm na cultura seu campo de ação. (Reis, 2009, p.13)

A autora diz ainda, que uma profusão de outros conceitos costuma estar associado com o de marketing cultural: mecenato, responsabilidade social, filantropia, patrocínio e apoio. O mecenato como o entendemos hoje, é a primeira forma de associação entre capital e cultura, em especial com as artes e, ao não ter um objetivo comercial, não integra o processo de marketing cultural. De modo geral, é o incentivo financeiro (doação) sem a obrigatoriedade de contrapartidas, visando pura e simplesmente a garantia das expressões artísticas.

Já o relacionamento social, antes visto como filantropia e depois como marketing de causas, é uma expressão interna e externa do que constituem os valores básicos da empresa e de sua forma de atuação e não constitui em si parte da estratégia de comunicação da empresa. A responsabilidade social é caracterizada por uma postura ativa e um comprometimento da empresa em não apenas ser ética e assumir a responsabilidade pelo bem-estar de seus funcionários, como em promover o desenvolvimento da comunidade em que atua, em termos

³⁰ Conceito de Marketing definido pela American Marketing Association e apresentado por Ana Carla Fonseca Reis.

econômico, social, ambiental, cultural, político, educacional, de forma integrada com o dia-a-dia de seu negócio, através do apoio financeiro ou de bens e serviços.

O patrocínio, com objetivo maior de promoção da empresa, se dá através do apoio financeiro a uma ação cultural, visando um público específico e a geração de resultados positivos para o patrocinador, como exposição da marca, retorno institucional ou de vendas. O repasse/recebimento financeiro pode ser realizado por pessoa física ou jurídica, com ou sem fins lucrativos.

Um patrocínio a um projeto cultural insere-se no composto de marketing de uma empresa e, portanto, é parte de uma estratégia de comunicação da qual o patrocinador supõe um retorno. Segundo esta linha de raciocínio, um produtor cultural ou artista que propõe um patrocínio não deve ser visto como alguém que meramente pede dinheiro, e sim como alguém que está vendendo algo, o qual, espera-se, trará benefícios ao patrocinador (REIS, 2009, p. 13).

Reis (2009) destaca também as diferenças entre patrocínio e mecenato:

Mais do que uma diferenciação pela forma de divulgação do projeto cultural (explorando ou não a comunicação do incentivo), mecenato e patrocínio apresentam distinções de motivação: enquanto o mecenato não exige nenhuma contrapartida pelo incentivo, o patrocínio se insere em uma estratégia de comunicação e, como tal, pressupõe um retorno de investimento, como qualquer outra ferramenta de comunicação. (Reis, 2009, p. 25)

Essa diferenciação está prevista também na Lei de Incentivo a Cultura que entende o mecenato como o investimento sem a exploração da publicidade paga; e o patrocínio contemplaria: a) transferência gratuita, em caráter definitivo, à pessoa física ou jurídica de natureza cultural com ou sem fins lucrativos, de numerário para a realização de projetos culturais com finalidade promocional e institucional de publicidade; e b) cobertura de gastos ou utilização de bens móveis ou imóveis, do patrimônio do patrocinador, sem a transferência de domínio, para a realização de projetos culturais por pessoa física ou jurídica de natureza cultural, com ou sem

fins lucrativos. O patrocínio está ligado à estratégia de comunicação da empresa, enquanto o mecenato, por não ser explorado publicamente, não comunica a associação, portanto, não se integra a essa estratégia. (Reis, 2009, p.24)

Para o produtor ou gestor cultural, é importante compreender que o patrocínio não precisa vir necessariamente na forma de dinheiro. (Reis, 2009) Uma empresa pode, em troca do benefício do patrocínio, fornecer produtos ou serviços úteis à realização do projeto cultural. É uma saída criativa, tanto para as micro e pequenas empresas que têm a intenção de patrocinar, como para quem produz os projetos culturais, que conseguem minimizar os custos do projeto.

Os gestores dispostos a lançar mão do marketing cultural também precisam estar cientes de que esta é uma ferramenta produtora no longo prazo, ou seja, exige continuidade. Não se pode esperar uma percepção duradoura por parte das pessoas com ações isoladas, sem conexão e sem periodicidade (Reis, 2009, p. 106).

Por fim, a modalidade de Apoio citada por Reis (2009), é o patrocínio em escala menor ao patrocínio principal ou na forma de prestação de serviços.

A essas tipologias de financiamento indireto, podemos acrescentar as parcerias, que podem ter objetivo social ou promocional, onde as entidades firmam um acordo mútuo de colaboração, visando a realização de uma ação específica ou a manutenção de uma determinada instituição, cujo a missão e os objetivos são de igual entendimento e importância. Segundo Reis (2009, p.115) o parceiro cultural deve ser comprometido, competente e responsável. A prestação do serviço cultural estará atrelada à imagem da marca patrocinadora e, por isso, deve ser executada com profissionalismo, o que inclui não apenas o planejamento e a implementação, mas, da mesma forma, a entrega de relatórios e a prestação de contas.

O voluntariado, que geralmente tem objetivo social, de aprendizado ou pesquisa, onde profissionais, estudantes ou pesquisadores se candidatam a prestação de um serviço não remunerado, em troca de algum aprendizado ou experiência profissional. Os voluntários são uma solução eficaz para os recursos humanos na gestão de um projeto ou entidade cultural.

E ainda, o financiamento coletivo, também conhecido como *crowdfunding*, que consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de doações financeiras em troca de pequenas recompensas. O termo é muitas vezes usado para descrever especificamente ações na Internet com o objetivo de arrecadar dinheiro para artistas, pequenos negócios e entre outros.

[...]

Em contributo aos colegas de profissão e em livre interpretação, apresento o esquema abaixo, no lugar de fala de quem todos os dias precisa lidar com a escrita dos mais diversos tipos de projetos para editais públicos, e tem a urgência de simplificar a legislação e o entendimento das políticas públicas.

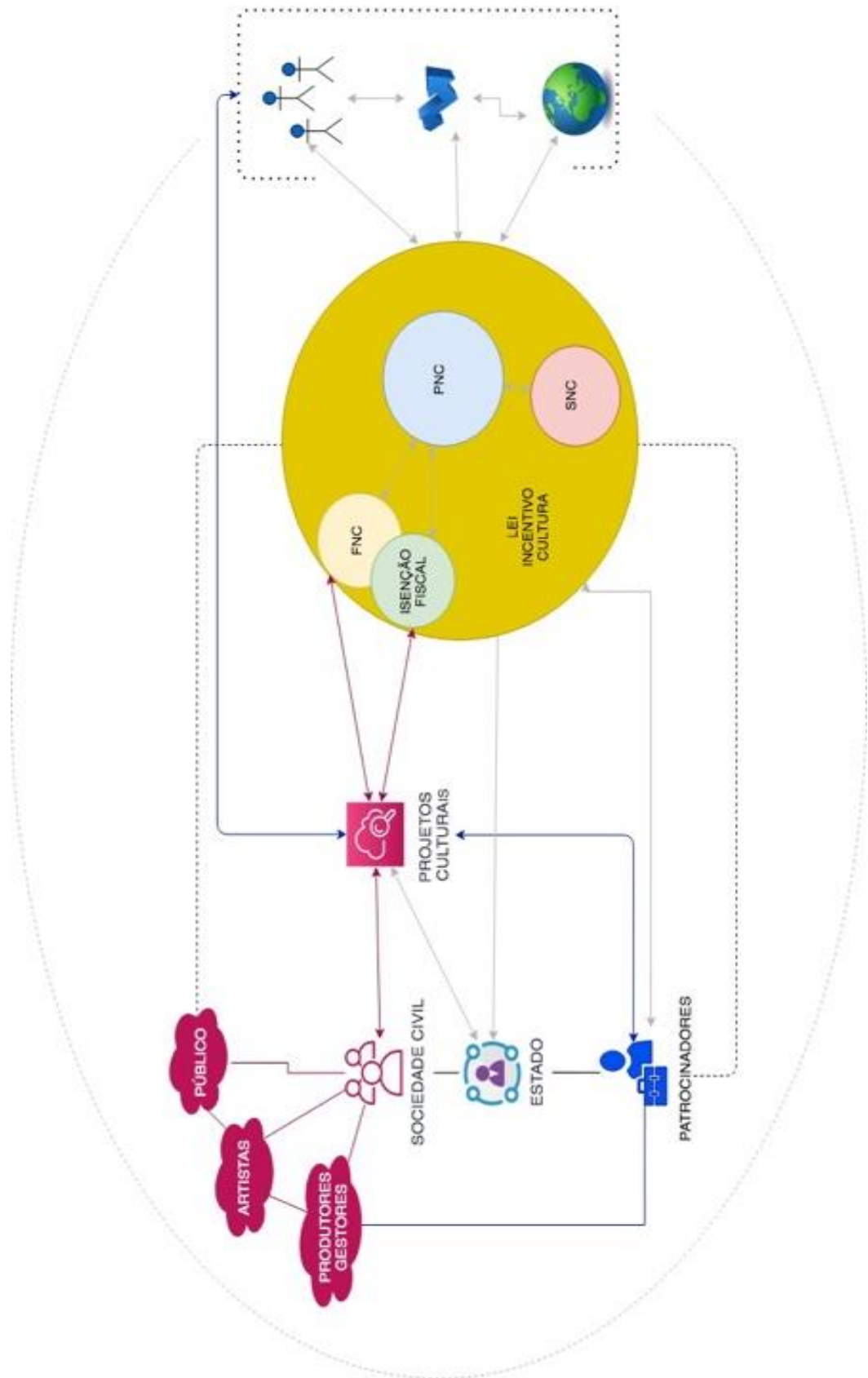


Figura 9: Fluxograma da Gestão Cultural x Financiamento.

4. ESTUDO DE CASO: PROJETO FILHOS DA TERRA

O projeto Filhos da Terra – Diversidade e Cultura é uma idealização do fotógrafo brasileiro Eraldo Peres³¹, que tem a cultura popular como *background* de sua fotografia artística e autoral. Em termos legais, o projeto é realizado pela Photo Agência, empresa na qual Eraldo é o diretor-proprietário. Em seu histórico, iniciado em agosto de 1995, a empresa apresenta uma atuação pautada no fotojornalismo, na fotografia documental e na cobertura fotográfica de eventos sociais, institucionais e políticos, tendo sido uma das pioneiras no mercado de agências no Distrito Federal – Brasil, sob a missão de produzir “Informação com Arte”.

Logo nos primeiros anos, a fotografia documental se torna a principal área de atuação da Photo Agência e também de Eraldo Peres. Empresa e profissional se tornam uma referência conjunta, de uma fotografia particular e sensível, que trazia ao enquadramento clássico uma preocupação estética inseparável da forma de apreender a realidade. Nessa vertente, produziu parte do banco de imagens do Instituto Chico Mendes com a documentação dos principais Parques Nacionais do Brasil para registrar os biomas e a natureza que moldam a caatinga, o cerrado e o pantanal brasileiro. Documentou também intervenções importantes do Banco Mundial e da Agência Nacional de Águas durante a implementação do projeto Pro Água Semiárido, na região nordeste do Brasil; ações do Fundo de População das Nações Unidas e da UNESCO no Brasil, entre outras instituições de reconhecimento internacional.

A partir de 2007, a Photo Agência incluiu em suas diretrizes e serviços, a produção e desenvolvimento de projetos culturais e artísticos, com foco no segmento das artes visuais, da fotografia e do audiovisual. A mudança acompanhava as transformações internas e do mercado fotográfico tradicional, que exigia novos caminhos de atuação, incluindo em sua missão institucional a colaboração e participação “em projetos nas áreas sociocultural e educativa, oferecendo sua experiência profissional para uma atuação multidisciplinar da fotografia e democratização do acesso às artes e aos bens culturais brasileiros.”

³¹ Eraldo Peres é fotógrafo documentarista. Atua como repórter fotográfico da agência internacional The Associated Press. É membro da Rede de Produtores Culturais da Fotografia no Brasil. www.eraldoperes.com.

Ao mesmo tempo, Eraldo se consolidava como fotógrafo documentarista da cultura popular brasileira, cujas as primeiras documentações a cerca do tema foram realizadas na década de 1990 com o projeto Folia Cultural. Nos anos 2000 esse projeto passa a se chamar FÉsta Brasileira, culminando na publicação de duas obras literária fotográficas: *O Encantador, Seu Teodoro do Boi* (2007), que narra a história do maranhense radicado em Brasília e mestre de bumba-meu-boi, Teodoro Freire (São Vicente Ferrer, 1920 - Brasília, 2012), e *FÉsta Brasileira - Folias, Romarias e Congadas* (2010), uma compilação, na época, dos últimos dez anos de trabalho. Dessa vez o recorte estava nos folguedos e nas folias – folia do divino espírito santo, folia de reis, congadas, romarias e o fogaréu. A partir de 2012, os mais de 20 anos da pesquisa envolvendo os temas da cultura popular se transformaram no Acervo Filhos da Terra com ações continuadas de pesquisa, documentação etno-fotográfica e a publicação de conteúdos editoriais, para se fazer conhecer a diversidade étnica e a pluralidade que caracterizam a identidade cultural brasileira, a partir dos saberes, das celebrações e das tradições que populares.

Nessa esteira, a Photo Agência assina a produção fotográfica dos livros: *Vila Boa Bela, Brilha – Cidade de Goiás* (2008); *Palácio das Esmeraldas – Governo do Estado de Goiás* (2008); *Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental (FICA) – Edição comemorativa da Agência Goiana de Cultura* (2010). E a produção executiva dos projetos culturais: *Brasília Submersa*³² (2010) e *Vamos Jogar Bola?*³³ (2012), do fotógrafo Beto Barata; *Estradas da Última Fronteira*³⁴ (2012), do fotógrafo Paulo Santos; *Fotobarragem – conversas sobre fotografia*³⁵ (2013 a 2016); *Documentário A culpa é da foto*³⁶ (2015); *Reflexão das Águas – Um olhar sobre*

³² Brasília Submersa – Exposição Fotográfica e livro / Fotografias subaquáticas com registros dos resquícios do vilarejo inundado na região Lago Paranoá na época da construção da Capital Federal do Brasil, Brasília, no final dos anos 1950. Brasília foi inaugurada em 1961.

³³ Vamos Jogar Bola? – Exposição Fotográfica e livro que apresentam o futebol de rua no Brasil, uma prática incorporada à cultura nacional.

³⁴ Estradas da Última Fronteira – Exposição Fotográfica / Documentação fotográfica da região transamazônica na Amazônia Brasileira (Pará).

³⁵ Fotobarragem – Encontros mensais aberto ao público para projeção de trabalhos fotográficos e diálogos sobre processos criativos e técnicos.

³⁶ A culpa é da foto – Documentário curta metragem (15'). Resgata a história de fotógrafos, cinegrafistas e jornalista durante o último ano do Regime Militar no Brasil e o protesto realizado na rampa de acesso ao Congresso Nacional em 1964.

a Serrinha do Paranoá³⁷ (2017/2018), do fotógrafo Alexandre Almeida; Festival Mês da Fotografia³⁸ (2010 a 2018), Walking Gallery³⁹ (2016 e 2018) e Outras Estações⁴⁰ (2018), em parceria com a ONG Lente Cultural; e desde 2015 a produção do projeto Filhos da Terra – Diversidade e Cultura, objeto de estudo nesta investigação.

A última década trouxe a Instituição um importante período de aprendizado e amadurecimento no campo da produção e gestão cultural, muito marcado pela demanda de projetos internos e agentes parceiros. Outra característica que vale ressaltar é que o financiamento das produções realizadas foi, em maioria, proveniente de recursos públicos, acessados por meio de edital e leis de incentivo, com destaque para o Fundo de Apoio a Cultura⁴¹ do Distrito Federal. A esse tema, a empresa não possui uma política geral de financiamento, traçando estratégias isoladas de acordo com a necessidade de cada projeto cultural em execução.

Ainda reflexo desse amadurecimento, a empresa reformulou sua forma de ser e estar no mercado, trazendo como visão a “excelência na oferta de serviços a partir do desenvolvimento de uma linguagem fotográfica e audiovisual autoral, pautada na estética e na qualidade técnica. E na oferta de uma gestão de empreendimentos culturais regulada pela expertise e capacitação contínua de sua equipe”. Adota como missão a “oferta de soluções em serviços fotográficos e produções culturais, que sejam eficientes e eficazes às necessidades do cliente, e a promoção da fotografia enquanto expressão artística e ferramenta de observação do patrimônio cultural brasileiro”, valorados no “compromisso com a ética profissional e com o relacionamento saudável com sua equipe, colaboradores, clientes e parceiros”.

³⁷ Reflexão das Águas – Oficinas de fotografia e vídeo para alunos entre 14 e 18 anos da rede pública de ensino do Distrito Federal. O projeto utiliza o audiovisual para repensar a ocupação urbana e a preservação das nascentes na região da Serrinha do Paranoá.

³⁸ Festival Mês da Fotografia – Evento realizado no mês de Agosto, comemorativo ao Dia Mundial da Fotografia (19/08), com exposições fotográficas, palestras, workshops, oficinas e encontros com autores.

³⁹ Walking Gallery – Intervenção artística onde fotógrafos e artistas visuais se reúnem para exibir obras de arte durante um passeio urbano. É realizado em locais públicos de grande movimentação e circulação de pessoas. Rodoviária Central de Brasília (2016) e Setor Comercial Sul de Brasília (2018).

⁴⁰ Outras Estações – Livro – Produção fotográfica coletiva. Ensaio sobre a malha metroviária do Distrito Federal (cotidiano, equipamentos, vida social, etc.) produzidos pelos fotógrafos membros da ONG Lente Cultural.

⁴¹ O FAC foi criado em 1991 e alterado pela Lei Complementar 267 de 1997, sendo o principal instrumento de fomento às atividades artísticas e culturais da Secretaria de Cultura do DF, por meio do apoio financeiro a fundo perdido e seus projetos são selecionados por Editais públicos.

Para o quinquênio 2020-2025, a Instituição almeja a expansão e internacionalização de suas atividades culturais, principalmente as relacionadas ao projeto Filhos da Terra, colocando a estratégia de financiamento e a reestruturação jurídica da empresa como pautas emergentes e urgentes. É importante citar que a Photo Agência é juridicamente constituída como Empresa Individual Simples (de pequeno porte), com limite de faturamento anual até 120 mil reais.

4.1 O Projeto Filhos da Terra

Os Roteiros propostos – do sertão, da floresta, da costa atlântica e das minas - registram manifestações culturais, muitas delas em risco de desaparecimento, reveladoras tanto da persistência quanto da singularidade de cada uma dessas festas remanescentes do mundo rural tradicional. Elas também põem em evidência os itinerários que marcaram o território ao longo da história, itinerários percorridos por indígenas, africanos e europeus, povos portadores de costumes e tradições que aqui se mesclaram desde o período colonial. (Angélica Madeira, 2016)

Filhos da Terra – Diversidade e Cultura é um projeto de investigação e documentação da cultura popular, que parte da arte fotográfica como linguagem principal de comunicação para imprimir referências de povos e suas tradições numa esfera pública global. Baseia-se no mapeamento e na disseminação do patrimônio vivo para reconhecer e valorizar os bens culturais transnacionais compartilhados entre Brasil, Portugal e Angola. Suas ações resultam em um acervo editorial disponibilizado em ambiente digital para instituições de educação, investigação e público especializado.

Como dito anteriormente, o projeto Filhos da Terra tem sua gênese a partir de 2012, com o resgate do acervo fotográfico e mapeamentos de manifestações culturais documentadas pelo fotógrafo Eraldo Peres. Com objetivo de construir uma cartografia da cultura popular brasileira, o projeto incorpora à documentação fotográfica um caráter etno-fotográfico e a pesquisa científica continuada, possibilitando assim a formulação de roteiros culturais para reconhecer e difundir a diversidade étnica e a pluralidade cultural do Brasil.

Diferente de outras documentações fotográficas, que trazem como elemento principal as paisagens culturais, os monumentos, os artefatos e outros objetos, o projeto Filhos da Terra foca sua observação e documentação em quem a produz. Busca com criatividade e originalidade lançar seu olhar para os mestres e mestras da cultura, para os que detém os saberes, e também os que ali estão como aprendizes, construindo narrativas visuais de povos, tradições e territórios (culturais), mostrando o protagonismo humano na preservação do patrimônio imaterial brasileiro.

Em 2016, com apoio da Secretaria de Cultura do Distrito Federal, por meio do Fundo de Apoio a Cultura do DF – FAC, e pela disponibilização de recursos próprios da proponente, foi viabilizada a primeira fase do projeto Filhos da Terra com o tema: Um olhar sobre a diversidade cultural brasileira. No período 2016-2018 foi realizada a pesquisa e documentação de sete manifestações culturais em território brasileiro:

- ***Comitiva Pantaneira*** - O modo de vida do peão sertanejo durante a travessia do gado no pantanal (Corumbá, Mato Grosso do Sul, Brasil);
- ***Maracatu Rural*** (Nazaré da Mata, Pernambuco, Brasil) e ***Festividades da Cultura Açoriana*** (Palhoça, Santa Catarina, Brasil);
- ***Os rituais da Ayahuasca*** - Santo Daime (Vila Céu do Mapiá, Amazonas, Brasil) e ***Marujada*** - As celebrações em homenagem a São Benedito (Bragança, Pará, Brasil);
- ***Congada*** - As festividades em Louvor a Nossa Senhora do Rosário (Catalão, Goiás, Brasil) e ***Rituais no Vale do Amanhecer*** - Fluxos migratórios pós-mineração (Comunidade Vale do Amanhecer/Planaltina, Distrito Federal, Brasil).

A essas produções somam-se a documentação da *Pega de Boi* (Serrita, Pernambuco, Brasil) e *Festa de Iemanjá* (Salvador, Bahia, Brasil), integrando o acervo editorial digital disponibilizado no site <http://www.filhosdaterra.org> e composto por: 11 Artigos científicos assinados pelos pesquisadores Angélica Madeira e Clóvis Carvalho Britto; 07 Artigos assinados pelo fotógrafo e idealizador do projeto, Eraldo Peres; 09 Cadernos de Pesquisa com referências textuais, imagéticas e bibliográficas das manifestações culturais; 09 Narrativas Visuais (Ensaio Fotográficos); e 02 Documentários curta metragem.

Ainda em 2018, com o encerramento desta etapa financiada pelo FAC-DF, a Photo Agência concorreu em alguns editais públicos visando a continuidade do projeto, porém, o cenário político que se instaurava no Brasil pós eleições presidenciais, acarretaram na recessão das políticas públicas culturais e na deslocação de recursos do setor por parte das instituições patrocinadoras, tanto no setor público como no privado. Esse quadro levou a um período ocioso, que perdura até o momento e foi agravado pela situação de pandemia mundial com o aparecimento do novo coronavírus em meados de fevereiro deste ano, mas importante para amadurecimento interno e reconhecimento do caminho a que se pretende trilhar.

4.2 Saber Olhar, Saber Ser, Saber Fazer

O projeto Filhos da Terra busca a cultura brasileira no patrimônio vivo. Sua gênese parte de uma visão particular em olhar para o fazer cultural de forma transversal e colaborativa, possibilitando uma abordagem amplificada de pessoas, bens, saberes e modos de vida, no sentido de construir uma cartografia cultural determinada mais pelas tipologias das manifestações e menos pela geografia. Além disso, o projeto agrega valores pautados em todas as formas de se produzir cultura, más principalmente àquelas onde o protagonismo humano se destaca e se faz necessário para sua difusão e preservação. Valoriza também a estética da arte fotográfica e as relações de proximidade e interatividade entre as comunidades.

Neste processo, entende-se que apreender referências culturais não é apenas armazenar bens ou informações, mas contribuir para um reconhecimento coletivo, ao qual Cecília Londres (2000) diz que:

Ao identificarem determinados elementos como particularmente significativos, os grupos sociais operam uma ressemantização desses elementos, relacionando-os a uma representação coletiva, a que cada membro do grupo de algum modo se identifica. [...] O ato de apreender “referências culturais” pressupõe não apenas a captação de determinadas representações simbólicas como também a elaboração de relações entre elas, e a construção de sistemas que “falem” daquele contexto cultural, no sentido de representá-lo (Londres, 2000, p.14)

É neste sentido que o projeto Filhos da Terra assume como missão, “mapear e documentar o saber fazer, materializado em festas, celebrações e modos de ser e estar no mundo, observando não só as manifestações brasileiras, mas considerando a cultura tradicional dos principais povos originários do Brasil: Portugueses, Africanos e Indígenas da América do Sul”, corroborando a sua própria existência e a importância de uma cartografia que possibilite a construção de laços culturais e a interação entre os seus participantes.

Nessa perspectiva, os sujeitos dos diferentes contextos culturais têm um papel não apenas de informantes como também de intérpretes de seu patrimônio cultural. (Londres, 2000, p.14)

A autora explica que o conhecer é o primeiro passo para “proteger” essas referências – pois é preciso antes de mais nada identificá-las, enunciá-las. Entretanto, como a dimensão simbólica do espaço costuma ser mais “vívda” que conhecida, e também porque sua consideração pode limitar a realização de interesses outros (como a valorização do solo como mercadoria, para construção de novas edificações), essa dimensão raramente é levada em conta no planejamento urbano. São, inclusive, valores que só costumam ser conscientizados quando se supõe a iminência da perda (Cf. GONÇALVES,1996), como ocorreu, por exemplo, nos anos trinta, quando alguns intelectuais modernistas perceberam que o processo de urbanização e o abandono das cidades históricas mineiras ameaçava destruir irremediavelmente o legado da arte barroca do período colonial. (Londres, 2000, p.15)

4.3 Cartografia cultural

Os roteiros culturais estabelecidos durante o processo de pesquisa do projeto até a presente data, foram livremente inspirados nos "Brais" do antropólogo Darcy Ribeiro⁴², que tão bem descreve a formação do povo brasileiro a partir de seu desenvolvimento social, cultural e econômico.

⁴² RIBEIRO, D. O Povo Brasileiro – A formação e o sentido do Brasil. [S.l.]: [s.n.], 1995.

Cada rota é em si um processo independente, de pesquisa e documentação, onde a fotografia é o narrador principal de cada manifestação cultural documentada. Um grande atlas de imagens, passível de transformações, que leva ao leitor fragmentos da existência de povos através da cultura popular, estabelecendo relações entre os diversos atores e agentes envolvidos (Silva, 2018).

Na primeira etapa de desenvolvimento do projeto (2016-2018), foram estabelecidas cinco rotas culturais, sendo quatro roteiros traçados em território brasileiro e um roteiro que integra comunidades ameríndias, lusófonas e africanas, a qual recebe o título de Rota Raízes e que busca reconhecer a cultura dos principais povos presentes no processo de estruturação e formação da identidade cultural brasileira. Este roteiro perpassa sua pesquisa na história dos povos indígenas e as etnias que ainda sobrevivem no Brasil; nas tradições culturais da costa portuguesa que navegaram pelo atlântico sul; e nas culturas dos povos africanos, levadas ao Brasil pelo ciclo do comércio de escravos, principalmente originários de Angola e Moçambique.

Os demais roteiros são:

- A Rota da Costa Atlântica, a qual se assenta nos processos de formação da cultura crioula, formada pelas sociedades oriundas do complexo econômico do açúcar e suas ramificações comerciais agrícolas e artesanais. Para efeitos de pesquisa, considera como território de expressão cultural as principais regiões litorâneas do Brasil – do Estado do Rio Grande do Norte até a costa da Bahia, e dos Estados do Rio Grande do Sul até a costa do Paraná, por onde entraram, principalmente, os colonizadores portugueses e os negros trazidos da África.
- A Rota dos Sertões, que se baseia nos processos de formação da cultura sertaneja e do peão gaúcho, e trazem em si as comunidades oriundas da economia pastoril, fornecedora de carne, couros e bois de serviços, e ainda, o cultivo de trigo e soja. Para efeitos de pesquisa, considera como território de expressão cultural as regiões rurais do agreste nordestino e áreas semiáridas da caatinga (Interior do Pernambuco até a Bahia) e cidades ribeirinhas do Rio São Francisco e bolsões pastoris na região centro-sul do país (Goiás e Mato Grosso do Sul até Rio Grande do Sul).
- A Rota da Mineração que busca os processos de formação da cultura caipira para reconhecer os modos de vida oriundos da exploração do ouro e do diamante e do período

pós-mineração na região centro-sul do país. Para efeitos de pesquisa, considera como território de expressão cultural as áreas interioranas na região centro-oeste e sudeste do Brasil, nos Estados de Goiás, Distrito Federal, Minas Gerais, São Paulo, Mato Grosso, Espírito Santo e Rio de Janeiro.

- Por fim, a Rota dos Povos da Mata que traz os processos de formação da cultura cabocla através das comunidades que surgiram da economia da borracha, instaurada principalmente na região da floresta amazônica e aldeias agrícolas. Para efeitos de pesquisa, considera como território de expressão cultural os sistemas fluviais e regiões de extrativismo no Estado do Amazonas, e os deslocamentos dos povos da floresta na região norte do país, nos Estados do Acre, Pará, Amapá e Maranhão.

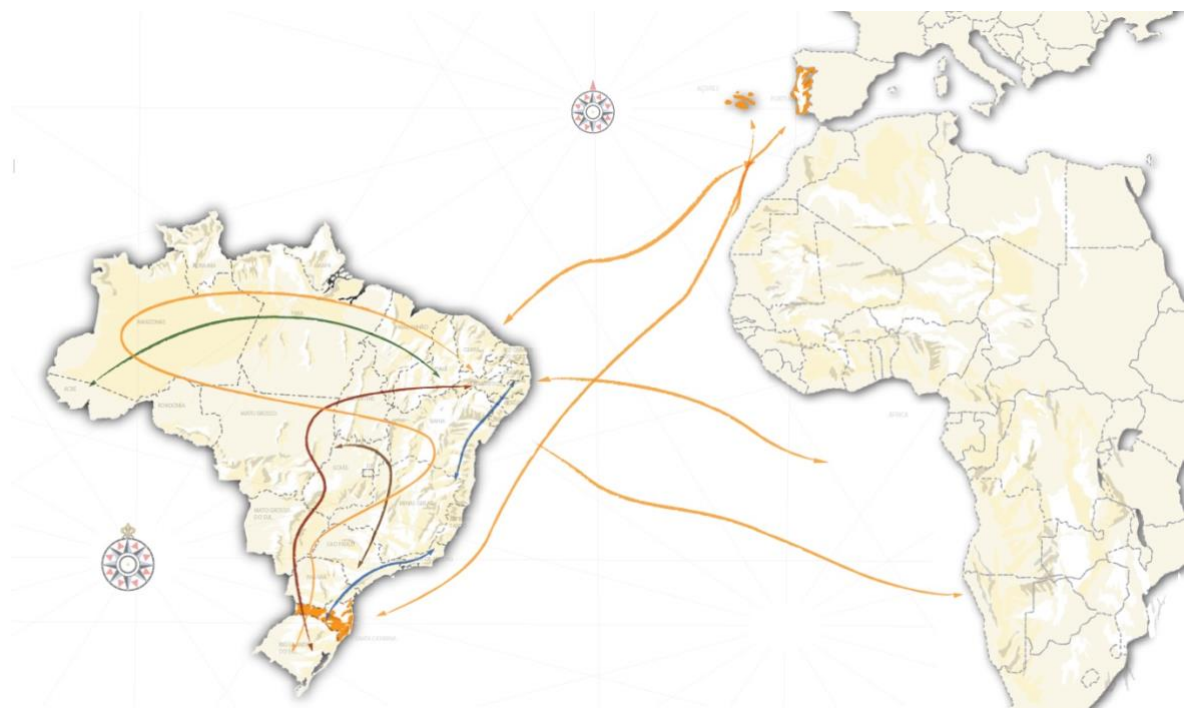


Figura 10: Mapa representativa dos deslocamentos das Rotas Culturais.



Fonseca nos diz que, reconhecer essa diversidade não significa que não se possa avaliar, distinguir e hierarquizar o saber produzido. Haverá sempre referências que serão mais marcadas e/ ou significativas, pelo valor material ou pelo valor simbólico envolvidos. Por outro lado, bens aparentemente insignificantes podem ser fundamentais para a construção da identidade social de uma comunidade, de uma cidade, de um grupo étnico, etc. Ou seja, é preciso definir um ponto de vista para organizar o que se quer identificar, e para isso é preciso definir um

determinado recorte ou recortes – como, por exemplo, o trabalho, a religiosidade, a sociabilidade –, o que, evidentemente, vai indicar uma determinada compreensão do campo que se quer mapear. (Fonseca, 2001, p.119)

4.4 O enquadramento do Projeto Filhos da Terra no PNC

Em que pese saber, o Projeto Cultural Filhos da Terra se reconhece como colaborador ao cumprimento das Metas do PNC, estando diretamente relacionado a três delas. A primeira, *Meta 4 – Política nacional de proteção e valorização dos conhecimentos e expressões das culturas populares e tradicionais implantadas* (PNC, p. 30), é o princípio norteador de todo o projeto, uma vez que se coloca como meio de contribuição para a valorização do sentimento de brasilidade, identidade e cultura nacional. Apresentando o povo brasileiro pela ótica das suas manifestações e diversidade cultural, explorando os temas das festas populares, dos seus mestres, grupos e territórios.

A segunda meta relacionada ao projeto é a *Meta 3 – Cartografia da diversidade das expressões culturais em todo o território brasileiro* (PNC, p. 28), relacionando-se ao princípio da cartografia e a divisão do Projeto em Rotas Culturais de pesquisa e documentação. Nesse sentido, o projeto é um importante contributo para “revelar a diversidade cultural em todo o território nacional”, pois mapeia expressões do patrimônio cultural imaterial brasileiro, incluindo os povos indígenas, as culturas populares e os mestres de saberes e fazeres tradicionais.

A terceira meta reconhecida pelo projeto é a *Meta 25 – Aumento em 70% nas atividades de difusão cultural em intercâmbio nacional e internacional* (PNC, p.78). Aqui, os resultados da pesquisa de campo e documentação do projeto, que são apresentados ao público por meio de um conjunto de produtos editoriais - Cadernos de Pesquisa, Narrativas Visuais e Multimídias – e disponibilizados em seu ambiente digital (site e redes sociais), contribuem diretamente para o acesso da população aos temas da cultura popular, das artes visuais e da fotografia, em seus aspectos artísticos, educativos e socioculturais, proporcionando o intercâmbio em rede, dos grupos, artistas e mestres da cultura popular brasileira, tanto a nível nacional como internacional.

Além dessas três metas, as quais o projeto Filhos da Terra se reconhece e adota como parâmetros de desenvolvimento, é possível relacioná-lo também à Meta 12, que visa “100% das Escolas Públicas de Educação Básica com a disciplina de arte no currículo escolar regular com ênfase em cultura brasileira, linguagens artísticas e patrimônio cultural”; e com a Meta 14, que prevê “100 mil escolas públicas de educação básica desenvolvendo permanentemente atividades de arte e cultura”. Nesse sentido, o projeto disponibiliza todo o seu conteúdo para acesso gratuito no site do projeto para fins de compartilhamento de informações, estudos, pesquisas ou atividades educacionais. O projeto disponibiliza ainda, o download gratuito dos Cadernos de Pesquisa para instituições educacionais da rede pública de ensino, mediante cadastro prévio no site do projeto, podendo ser utilizados como material de apoio para atividades de educação artística (artes visuais e linguagens) e educação patrimonial.

4.5 Histórico de financiamento e a primeira experiência internacional no IFCD

Desde a sua primeira ação concreta de captação de recursos, em 2015, o projeto Filhos da Terra contou com um único patrocínio proveniente de recursos públicos. O primeiro edital no qual foi contemplado, foi realizado pelo Fundo de Apoio à Cultura da Secretaria de Cultura do Distrito Federal – Edital FAC Áreas Culturais, que tinha por objetivo “a seleção de projetos culturais aptos a receberem apoio financeiro do Fundo de Apoio à Cultura nas áreas culturais (...) com o objetivo de incentivar as diversas formas de manifestações culturais do Distrito Federal”: I. Artes Plásticas, Visuais e Fotografia; II. Artesanato; III. Manifestações circenses; IV. Cultura Popular e Manifestações Tradicionais; V. Dança; VI. Design e Moda; VII. Literatura, livros e leitura; VIII. Música; IX. Ópera e Musical; X. Patrimônio histórico e artístico material e imaterial; XI. Teatro.

1. ARTES PLÁSTICAS, VISUAIS E FOTOGRAFIA			
<i>Linha de apoio</i>	<i>Quantidade Mínima de Vagas</i>	<i>Valor Máximo por Projeto</i>	<i>Valor Total da Linha</i>
1.1. Publicação (catálogos, periódicos, livros, revistas especializadas etc.)	4	Até R\$ 45.000,00	R\$ 180.000,00
1.2.1. Exposições, Instalações e/ou Salões - Módulo I	4	Até R\$ 80.000,00	R\$ 320.000,00
1.2.2. Exposições, Instalações e/ou Salões - Módulo II	3	Acima de R\$80.000 e até R\$ 150.000,00	R\$ 450.000,00
1.2.3. Exposições, Instalações e/ou Salões - Módulo III	1	Acima de R\$150.000 e até R\$ 500.000,00	R\$ 500.000,00
1.3.1. Ações de capacitação/formação - Módulo I (oficinas, cursos, ações educativas ou de formação de plateia, etc.)	3	Até R\$ 25.000,00	R\$ 75.000,00
1.3.2. Ações de capacitação/formação - Módulo II (oficinas, cursos, ações educativas ou de formação de plateia, etc.)	2	Acima de R\$25.000,00 e até R\$ 50.000,00	R\$ 100.000,00
1.4. Pesquisa Cultural	2	Até R\$ 80.000,00	R\$ 160.000,00
1.5. Projeto Livre	2	Até R\$ 100.000,00	R\$ 200.000,00
Total de recursos destinados para a área cultural			R\$ 1.985.000,00

Figura 11: Linhas de Apoio - Edital FAC Áreas Culturais (2015).

Fonte: Secretaria de Cultura do DF – www.fac.df.gov.br

Neste processo, o projeto Filhos da Terra se reconhecia como uma ação prioritária do segmento da “Fotografia”, por ser essa, uma das principais expressões artísticas produzidas a partir de suas atividades de pesquisa e documentação. Sendo assim, a candidatura foi efetuada na área I. Artes Plásticas, Visuais e Fotografia – Linha de apoio 1.4 Pesquisa Cultural, a qual oferecia 2 vagas para “Projeto de pesquisa na área de Artes Plásticas, visuais e fotografia voltada ao desenvolvimento de trabalhos científicos, teóricos e técnicos de pesquisa (inéditos) ou mapeamento de artistas, grupos e/ ou espaços.” A proposta “Projeto de Pesquisa Cultural – Filhos da Terra” foi contemplada, com assinatura do Termo de Ajuste – N. 087/2016 – em 08 de abril de 2016, com recurso de R\$ 79 mil reais.

Este financiamento viabilizou as ações do projeto no período 2016 a 2018, quando foram realizadas 07 expedições para documentação de manifestações da cultura popular brasileira. A esse financiamento, soma-se o investimento de recursos próprios da Photo Agência, empresa proponente e realizadora do projeto, e também de Eraldo Peres, fotógrafo documentarista e idealizador do projeto Filhos da Terra. Não se tem informações do montante investido nesse

projeto, mas presume-se que esteja na casa dos 50 mil reais para o período, considerando gastos com deslocamentos, equipamentos, manutenção de espaço de trabalho, custos administrativos (telefonia, internet, secretariado, etc.) e direitos autorais.

Em 2018, o projeto foi objeto de estudo no trabalho de conclusão de curso da Especialização em Educação e Patrimônio Cultural e Artístico do Programa de Pós-graduação em Arte – PPGArte, da Universidade de Brasília. O estudo visava compreender a cartografia como metodologia de pesquisa e documentação do patrimônio cultural imaterial e reconhecer as ações do projeto no campo da educação patrimonial e cultural. O que resultou em uma série de reflexões internas com relação aos segmentos culturais – a fotografia e as artes visuais - nos quais o projeto vinha sendo enquadrado, quando da inscrição em editais públicos de financiamento, uma vez que, as narrativas visuais são o principal produto gerado pelo projeto. A partir dessa reflexão e com melhor entendimento de seus processos, o projeto passou a ser enquadrado também nas áreas culturais do “patrimônio cultural”, e do “audiovisual” e, ainda, como pesquisa acadêmica no campo das ciências sociais. Esta última reflete-se diretamente nesta investigação.

Vale destacar que os gestores do projeto adotam a prática de organizar o orçamento total de cada etapa do projeto, está estruturado em módulos, de forma que seus objetivos, produtos finais e estratégia de comunicação sejam facilmente adaptáveis ao montante de recursos captados e parcerias articuladas.

Finda a primeira etapa do projeto (2016-2018), era momento de buscar novos apoios para continuidade de suas ações. No ano de 2019, por um lado, deu-se continuidade a participação em editais públicos, a nível local e nacional. Enquanto no Brasil se consolidava o cenário de desmobilização das políticas públicas de fomento ao setor, os gestores do projeto Filhos da Terra tentavam buscar novos recursos por meio dos editais públicos. Por outro lado, a autora desta investigação e também gestora do projeto, debruçava-se sobre os temas do financiamento cultural afim de vislumbrar novos horizontes. Ao todo, o projeto foi inscrito em 05 editais públicos, sendo:

Tabela 2: Editais 2019 em que o projeto Filhos da Terra efetuou candidatura.

Editais de Concurso n. 1/2019 – 32º Edição do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade - Iphan	
Segmentos Culturais do Edital	<p>I – Segmento Entidades Governamentais da administração direta ou indireta (autarquias; empresas públicas; sociedades de economia mista; e fundações públicas), dos níveis federal, estadual ou municipal.</p> <p>_ Categoria 1 – Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural Material</p> <p>_ Categoria 2 – Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural Imaterial</p> <p>II - Segmento Empresas e Fundações privadas, não contempladas no segmento III</p> <p>_ Categoria 1 – Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural Material</p> <p>_ Categoria 2 – Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural</p> <p>III - Segmento Outras Instituições sem fins lucrativos da sociedade civil organizada</p> <p>_ Categoria 1 – Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural Material</p> <p>_ Categoria 2 – Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural Imaterial</p> <p>IV – Segmento Pessoas Físicas individuais e representantes de grupos ou coletivos não constituídos em pessoa jurídica</p> <p>_ Categoria 1 – Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural Material</p> <p>_ Categoria 2 – Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural Imaterial</p>
Segmento e Linha de Apoio inscrito	<p>Segmento II: Empresas e Fundações privadas</p> <p>Categoria 2: Ações de excelência no campo do Patrimônio Cultural Imaterial</p>
Valor	Premiação: 30 mil reais
Ação proposta	Filhos da Terra – Um olhar sobre a diversidade cultural

Editais Itaú Cultural – Rumos 2019-2020	
Segmentos Culturais do Edital	Livre
Segmento e Linha de Apoio inscrito	Sem segmento definido.
Valor	Orçamento apresentado: R\$ 760.160,72
Ação proposta	Filhos da Terra – Diversidade e Cultura – Etapa 2

Editais de Chamamento Público n. 5/2019 – FAC Mais Cultura para seleção de projetos artísticos e culturais.	
Segmentos Culturais do Edital	<p>I. Artes Plásticas, Visuais ou Fotografia;</p> <p>II. Artesanato;</p> <p>III. Design e Moda;</p> <p>IV. Audiovisual;</p>

	V. Manifestações circenses; VI. Cultura Popular e Manifestações Tradicionais; VII. Dança; VIII. Leitura, escrita e oralidade; IX. Música; X. Ópera e Musical; XI. Patrimônio histórico e artístico material e imaterial; XII. Teatro
Segmento e Linha de Apoio inscrito	Segmento: Patrimônio histórico e artístico material e imaterial Linha de Apoio: Pesquisa e Inventários
Valor	Valor da linha de apoio: R\$ 50.000,00 Orçamento apresentado: R\$ 49.940,00
Ação proposta	Realizar o projeto “Filhos da Terra – Diálogos sobre fotografia e patrimônio imaterial” com lançamento do Acervo Editorial Digital, exposição fotográfica, exibição de documentário e palestra.

Edital FAC Ocupação 2019 para seleção de projetos artísticos e culturais para ocupação dos equipamentos culturais da Secretaria de Cultura do DF.

Segmentos Culturais do Edital	Livre / O edital previa a ocupação de 11 equipamentos culturais.
Segmento e Linha de Apoio inscrito	Linha de Apoio: Espaço Cultural Renato Russo
Valor	Valor da linha de apoio: R\$ 70.000,00 Orçamento apresentado: R\$ 70.000,00
Ação proposta	Realizar o projeto “Filhos da Terra – Diálogos sobre fotografia e patrimônio imaterial” com lançamento do Acervo Editorial Digital, exposição fotográfica, exibição de documentário e palestra.

Edital Programa Cultural das Empresas Eletrobrás 2019 para patrocínio de projetos culturais.

Segmentos Culturais do Edital	I. Artes Cênicas – Teatro: I.1 – Produção de teatro adulto (inérita) I.2 – Produção de teatro infante-juvenil (inérita) I.3 – Circulação de espetáculos teatrais (não inéditos) I.4 – Festivais de teatro II. Patrimônio Cultural Imaterial: II.1 – Pesquisa, documentação e informação II.2 – Salvaguarda e sustentabilidade II.3 – Promoção e difusão II.4 – Capacitação e transmissão
Segmento e Linha de Apoio inscrito	Linha de Apoio: II. Patrimônio Cultural Imaterial / II.1 – Pesquisa, documentação e informação
Valor	Valor da linha de apoio: até 1 milhão de reais Orçamento apresentado: R\$ 756.555,82
Ação proposta	Filhos da Terra – Diversidade e Cultura – Fase 2.

Em 2020, buscou-se a internacionalização das fontes de apoio e financiamento do projeto, e também de suas atividades, especificamente às relacionadas à Rota Raízes – Eixo Portugal e Angola. Nesse sentido estavam sendo planejadas três ações que se realizariam no Brasil e em Portugal. A primeira, uma exposição fotográfica que apresentaria ensaios realizados na fase 1 do projeto. A proposta da ação foi apresentada à Embaixada do Brasil, em Lisboa, a qual sinalizou o aporte de 3 mil euros para veiculação da exposição pelo período de 30 dias. A segunda ação, também uma exposição fotográfica, foi proposta à Câmara Municipal de Nazaré, em Portugal, com objetivo de promover o intercâmbio entre as práticas do Círio de Nazaré no Brasil e em Portugal, sendo esta uma manifestação documentada pelo projeto Filhos da Terra. E a terceira ação, seria o início das atividades da Rota Raízes – Eixo Portugal, com o lançamento da Rede Cultura no site do projeto e a investigação e documentação de 03 manifestações culturais em Portugal – Império do Divino Espírito Santo (Alenquer), Renda de Bilros (Açores) e Procissão dos Farricocos (Braga).

Como já dito em outros trechos deste texto, o ano de 2020 foi assolado pela pandemia da COVID-19, um vírus que deixa sequelas, não só econômicas e de saúde, mas de desenvolvimento social, afetando diretamente os sistemas de educação e cultura dos países. Fato que levou à suspensão de todos os encaminhamentos e tratativas iniciais para as ações planejadas. Na embaixada brasileira, o corte total a projetos e apoios culturais. Na CM de Nazaré, definiu-se o local de realização da exposição, mas sem aportes financeiros e na condição de melhorias quanto ao quadro evolutivo de propagação do vírus, ou seja, é preciso aguardar até que se reestabeleça a “normalidade” dos espaços culturais.

A terceira ação, que é a mais robusta em termos de atividades e orçamento, foi apresentada ao *International Fund for Cultural Diversity (IFCD)*⁴³ da Unesco, que busca promover, através da cultura, o “desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza nos países em desenvolvimento

⁴³ Acesse: <https://en.unesco.org/creativity/ifcd>

que são Partes da Convenção de 2005”⁴⁴ (Unesco, n.d), entre eles o Brasil. Até a conclusão desta investigação, a Unesco não havia divulgado resultado do processo seletivo.

Segundo a Unesco, o IFCD é utilizado principalmente para promover a cooperação Sul-Sul e Norte-Sul-Sul, ao mesmo tempo que contribui para a obtenção de resultados concretos e sustentáveis, bem como de impactos estruturais, quando apropriado, no campo cultural. Seus recursos são provenientes de fundos fiduciários estabelecidos de acordo com o Regulamento Financeiro da Unesco, a partir de contribuições feitas pelas Partes, fundos próprios destinados pela Conferência Geral da Unesco, legados de outros Estados ou programas das Nações Unidas e organizações regionais e internacionais, e ainda doações de órgão público, privados ou indivíduos.

O principal objetivo do IFCD é investir em projetos que conduzam à mudança estrutural através da introdução e / ou elaboração de políticas e estratégias que tenham um efeito direto na criação, produção, distribuição e acesso a uma diversidade de expressões culturais, incluindo bens, serviços e atividades culturais, bem como através do reforço das infraestruturas institucionais consideradas necessárias para apoiar indústrias culturais viáveis a nível local e regional. (Unesco, 2019, p.67)

Desde 2010, o IFCD forneceu mais de US \$ 8 milhões em financiamento para 114 projetos em 58 países em desenvolvimento, cobrindo uma ampla gama de áreas, desde o desenvolvimento e implementação de políticas culturais, até a capacitação de empreendedores culturais, mapeamento da indústria criativa e a criação de novos modelos de negócios da indústria cultural. No Brasil, apenas três projetos foram apoiados – *Mapping and strengthening local cultural value chains* (2018/2019), *Indigenous E-books – Cultural Entrepreneurship*, *Indigenous Creators and Digital Culture in Brazil* (2014/2015) e *Indigenous filmmakers producing children's programming* (2012/2013). Entre os anos 2017 a 2019, foram 42 propostas apresentadas por instituições brasileiras, sendo 31 projetos apresentados por

⁴⁴ Como uma lei internacional, a Convenção de 2005 opera dentro do contexto das regras e procedimentos das Nações Unidas. Todos os países que ratificaram a Convenção são chamados de “Partes” e juntos formam a “Conferência das Partes”. Quando um país ratifica uma Convenção, fica legalmente sujeito aos termos dessa Convenção.

organizações não-governamentais (ONG), 10 projetos apresentados por órgãos públicos e 01 projeto apresentado por uma organização não-governamental internacional (ONGI) com sede no país. Não foi possível obter o quantitativo de projetos apresentados no período 2010 a 2016.

A decisão por enviar o projeto Filhos da Terra para candidatura ao IFCD 2020 foi motivada pelo fato de o projeto se reconhecer nas diretrizes culturais e de salvaguarda e difusão do patrimônio cultural imaterial da Unesco. O processo exigiu mudanças em sua forma de organização enquanto documento estratégico, desde a reorganização dos objetivos, definição de *outputs* e parcerias previamente acordadas. Além de uma mudança em sua estrutura institucional, uma vez que, a Photo Agência, empresa realizadora do Filhos da Terra, possui características jurídicas de empresa privada – EIRELLI, o que impossibilitaria o acesso ao Fundo, já que só é permitido a participação de instituições públicas, ONGs e ONGIs de países elegíveis Partes da Convenção de 2005.

Por isso, a partir de Maio de 2020, a Photo Agência assinou um protocolo de cooperação com a ONG Lente Cultural Coletivo Fotográfico, que desde 2009 atua na produção e realização de atividades culturais no segmento das artes visuais e do patrimônio cultural brasileiro. A Lente Cultural passa então a assinar a co-realização do Projeto Filhos da Terra no período 2020/2025, alargando as possibilidades de acesso a fundos, programas e editais nacionais e internacionais de apoio e fomento ao setor cultural e a economia criativa.

Vale ressaltar que a escolha da ONG não se deu de forma aleatória e isolada, mas foi espelhada nas boas práticas de parcerias entre os setores da sociedade civil e pensada estrategicamente, para promover uma estrutura, jurídica e institucional, colaborativa e qualitativa entre as duas entidades, aproveitando as melhores experiências de cada uma e possibilitando uma gestão administrativo-financeira mais eficaz e eficiente.

Novas lógicas sociais exigirão soluções diferenciadas para o incentivo à cultura, mas, independentemente do recurso utilizado, é fundamental que a sociedade garanta a promoção e a perenidade do setor, sobretudo em tempos em que a arte é uma de nossas poucas ferramentas “para não morrer ou enlouquecer perante a verdade”, como afirma Nietzsche. (Adriana Vieira Duarte, 2020)

Culminou também no entendimento comum de que o projeto Filhos da Terra tem como missão maior mapear e documentar o saber fazer, materializado em festas, celebrações e modos de ser e estar no mundo, observando não só as manifestações culturais brasileiras, mas considerando a cultura tradicional dos povos originários do Brasil: Portugueses, Africanos e Indígenas. Agregando valores pautados em todas as formas de cultura, más principalmente àquelas onde o protagonismo humano se destaca e se faz necessário para sua difusão e preservação. Onde se valoriza, além da estética da arte fotográfica, as relações de proximidade e interatividade entre as comunidades.

O Projeto Filhos da Terra passa então, a ter duas Instituições realizadoras, conforme características jurídicas indicadas na Tabela 3, sendo a Photo Agência a detentora dos Direitos Autorais do Projeto. Acerca deste tema, faz-se saber que os conteúdos produzidos no âmbito do projeto são disponibilizados no site – www.filhosdaterra.org – sob a Licença Creative Commons⁴⁵ – Não comercial e sem derivações 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0), ou seja, o usuário (público) pode compartilhar o material em qualquer suporte ou formato, desde que sejam citados os devidos créditos autorais; o uso não seja comercial; e não sejam efetuadas alterações em seus originais, e caso seja feito, é vetada a distribuição do material. A CC é uma organização sem fins lucrativos que padroniza licenças e ferramentas de domínio público para conceder permissões de direitos autorais para trabalhos criativos e acadêmicos.

Tabela 3: Informação jurídica das entidades realizadoras do Filhos da Terra.

	Photo Agência	Lente Cultural
Razão Social	Eraldo Peres da Silva - EIRELLI	Lente Cultural Coletivo Fotográfico
Natureza Jurídica Principal conforme Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) da Receita Federal do Brasil	230-5 - Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (de Natureza Empresarial)	399-9 - Associação Privada (sem fins lucrativos)
Porte	Microempresa (ME)	Demais (Outras)

Essa associação reverbera uma política de parcerias pautada na colaboração mútua para o desenvolvimento cultural, na auto sustentabilidade do Projeto Filhos da Terra e na construção

⁴⁵ <https://creativecommons.org/>

de uma cartografia cultural para reconhecimento do patrimônio cultural imaterial e do patrimônio vivo brasileiro.

De acordo com Cunha (2019), a construção de um quadro de parcerias torna-se importante para o conhecimento do processo de organização da instituição ou do grupo sob a noção de sua capacidade de estabelecer e manter parcerias e, ainda, de analisar sua viabilização financeira. Com ele é possível traçar uma radiografia da instituição quanto a suas condições de diálogo e de conservação das suas relações com o mundo externo.

O processo de preparação dos documentos e candidatura no IFCD possibilitou uma reflexão interna e amadurecimento dos procedimentos de planejamento, elaboração e gestão do projeto, que só foi possível a partir da aplicação de algumas ferramentas de análise utilizadas na gestão de projetos, entre elas, a Matriz SWOT que foi utilizada para conhecer as forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats) do projeto e a definir 04 eixos estratégicos de atuação.

Tabela 4: Matriz SWOT do Projeto Filhos da Terra.

FORÇAS

1. Tema de alta relevância para o setor cultural;
2. Qualidade da equipe de pesquisa e documentação;
3. Qualidade estética e de conteúdo artístico e informativo;
4. Contribuição direta para as Políticas Nacionais e Internacionais do PCI e de Salvaguarda;
5. Abordagem transversal e transnacional do PCI;
6. Favorece as potencialidades culturais das comunidades;
7. Originalidade ao usar a arte fotográfica como instrumento metodológico de pesquisa e mapeamento do PCI;
8. Potencializador para ações de educação patrimonial e cultural;
9. Potencial de alcance de público;
10. Favorece a ações de comunicação entre os diversos atores e públicos envolvidos no projeto.

FRAQUEZAS

1. Recursos Financeiros limitados e/ou ausentes;
2. Equipe Técnica reduzida;
3. Logística de infraestrutura complexa para o trabalho de campo (transporte, hospedagem, alimentação);
4. Acervo Editorial sem tradução para linguagens acessíveis (Braille / Libras / Áudio descrição);
5. Site e Acervo Editorial sem tradução em línguas estrangeiras (Inglês, Frances e Espanhol);
6. Inexistência de Planejamento Estratégico com previsões a curto, médio e longo prazo;
7. Inexistência de Plano de Captação e profissional/equipe de Captação de recursos;
8. Inexistências de parcerias em Portugal e Angola;
9. Plano de Comunicação com ações não continuadas;
10. Baixo conhecimento e acompanhamento dos stakeholders do projeto.

OPORTUNIDADES

1. Internacionalização do Projeto na CPLP e no Mundo;
2. Capacidade de mobilização e participação social;
3. Visão macro e micro do PCI;
4. Construir uma cartografia cultural através do saber-fazer e das manifestações populares;
5. Difusão e circulação das culturas populares e tradicionais;
6. Ampliação do acesso aos bens culturais de natureza imaterial;
7. Instrumento de Educação Patrimonial e Cultural
8. Captação de recursos em fundos internacionais;
9. Oferecer o projeto como ferramenta de estudo e pesquisa em centros acadêmicos e/ou instituições;
10. Construção de uma Rede de informações e agentes culturais diretamente relacionados ao PCI.

AMEAÇAS

1. Negativa por parte dos patrocinadores e apoiadores acionados;
2. Não aceitação pelo público interno e externo;
3. Falência de atores importantes para a cultura popular e tradicional (mestres, líderes populares, etc.);
4. Extinção de manifestações ou celebrações culturais;
5. Falta de reconhecimento do bem cultural como patrimônio por parte da comunidade local
6. Fenômenos e causa de força maior;
7. Enfraquecimento ou anulação de políticas públicas;
8. Enquadramento cultural dos editais, concursos e processos seletivos;
9. Escassez de recursos tecnológicos (internet, computador, smartphone, etc.) para acesso aos conteúdos do projeto;
10. Negativa dos grupos e mestres de cultura em participar das ações do projeto.

A análise da Matriz SWOT resultou em quatro eixos de atuação:

Eixo 1 - abordar transversal para mobilizar local

Aproveitar a abordagem transversal da cultura imaterial para potencializar a internacionalização do projeto, fidelizar apoiadores e mobilizar as comunidades (público direto) no sentido de garantir a realização da investigação e documentação, e a ampliação de acesso aos bens culturais imateriais e à cartografia cultural construída pelo projeto.

Eixo 2 - a fotografia como meio e linguagem

Utilizar a fotografia como ferramenta e linguagem para potencialização e reconhecimento das manifestações e saberes das comunidades no sentido de minimizar os riscos de extinção dos bens culturais imateriais e alavancar as ações de salvaguarda e

patrimonialização nos países. E também, como canal de aproximação e aceitação do projeto pelo público.

Eixo 3 - crescer em rede para fortalecer

Explorar a *networking* dos atores, públicos e *stakeholders* envolvidos no projeto para garantir os recursos financeiros e humanos necessários para sua realização, no sentido de minimizar a logística das etapas de investigação e documentação, e viabilizar as ações de acessibilidade (áudio descrição) e tradução em língua estrangeira do acervo editorial.

Eixo 4 - novos medias a favor do patrimônio

Incorporar a tendência dos novos medias e da comunicação digital em massa para mobilização de público e para difusão de informações sobre os bens culturais investigados, minimizando a falta de acesso e de conhecimento do patrimônio imaterial por parte das comunidades locais e do público em geral.

Outro ponto de reflexão durante a preparação da candidatura ao IFCD, foi a cerca dos produtos entregáveis a partir dos objetivos do projeto. Assim como nas grandes instituições, o Fundo exige o detalhamento dos *outputs* (saídas) ou *deliverables* (entregáveis) que na gestão cultural podem ser considerados os bens ou serviços resultantes do projeto e entregues ao público.

Produtos/entregáveis são os produtos, bens e serviços que resultam das atividades do projeto. As saídas/entregáveis devem incluir as mudanças resultantes das atividades do projeto, que são relevantes para o alcance dos resultados da IFCD e dos resultados esperados. Eles podem ser tangíveis ou intangíveis. (IFCD, 2020)

Oportunizou também, a definição de indicadores e critérios de monitorização das atividades e avaliação dos resultados do projeto. Por prática, desde as suas primeiras ações, em 2015, o projeto Filhos da Terra prevê, conforme a proposta a ser apresentada, o estabelecimento de metas e o clipping e valoração de mídia. Porém, não havia critérios e indicadores definidos para o acompanhamento das ações.

Saber como avaliar o sucesso é a chave para extrair as melhores práticas e lições aprendidas. As propostas de projeto que não estabelecem critérios claros de avaliação sinalizam que as equipes de projeto podem não ter desenvolvido um roteiro claro para alcançar seus resultados e resultados propostos. (IFCD, 2020)

Por fim, e talvez o ganho mais significativo neste processo, foi a consolidação dos primeiros protocolos de parcerias para desenvolvimento do Projeto Filhos da Terra no âmbito da Rota Raízes – Eixo Portugal, no qual as instituições convidadas estabelecem uma relação de apoio às atividades de formação e educação patrimonial, desenvolvimento tecnológico e monitoramento e avaliação. A definição dos parceiros era uma exigência do IFCD e foram firmadas com três entidades, sendo duas sediadas no Brasil e uma sediada em Portugal.

A primeira parceria, com a Cátedra Unesco em Artes e Gestão Cultural, Cidades e Criatividade – Instituto Politécnico de Leiria – Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha, foi assinada no sentido de a entidade fazer o monitoramento, avaliação e sugestão de melhorias para os resultados previstos no projeto cultural apresentado ao IFCD. A segunda, com a Universidade de Brasília – Programa de Pós-graduação em Artes Visuais, para o desenvolvimento de ações relativas à capacitação de multiplicadores por meio de pesquisas prático-teóricas temáticas no campo da fotografia documental e da cultura brasileiras, tais como oficinas e jornadas cartográficas. E a terceira parceria, com a empresa EKOÁ – Jogos e Gamificação, visando elaborar um diagnóstico e desenvolvimento conceitual da Plataforma Rede Cultura e posterior implementação.

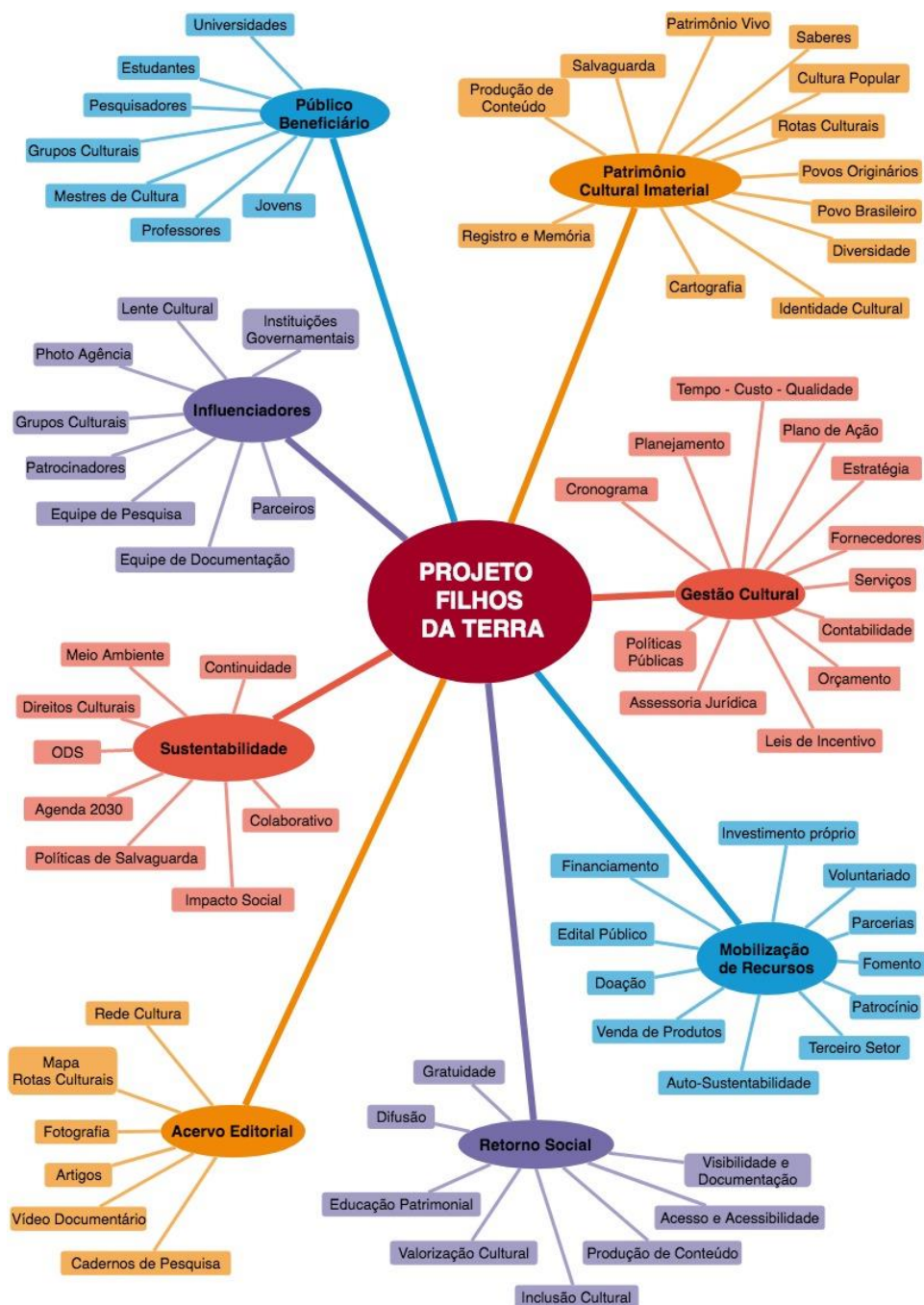
4.6 Mapa Mental e Stakeholders

Para reconhecer e estabelecer novas parcerias, faz-se necessário uma visão geral dos diversos atores e cenários que envolvem as ações do Filhos da Terra. Para isso, foi desenvolvido um Mapa Mental com objetivo de facilitar a compreensão dos diversos atores e campos de atuação do projeto. Os mapas mentais, também conhecidos como mapas da mente, são um tipo de diagrama desenvolvido pelo inglês Tony Buzan⁴⁶, muito utilizados para gestão de

⁴⁶ Anthony Peter "Tony" Buzan (2 de junho de 1942 – 13 de abril de 2019) foi um psicólogo e escritor inglês responsável pela sistematização dos mapas mentais.

conhecimentos e informações, sendo projetado a partir da livre representação de pensamentos e observações partindo de um conceito central.

O mapa mental do projeto foi construído a partir de seis eixos temáticos: Público beneficiário, Patrimônio Cultural Imaterial, Influenciadores, Gestão Cultural, Sustentabilidade, Acervo Editorial e Retorno Social.



Nesta investigação, o mapa foi utilizado para reconhecer e definir os grupos de interesse do projeto, ou os chamados *stakeholders*, pessoas e instituições que possuem algum tipo de interesse nos processos e resultados do projeto. A análise desses grupos é parte importante no planejamento e gestão de um projeto cultural, uma vez que a partir da identificação é possível definir os graus de influência e de interesse que cada um possui na execução da ação cultural, de forma a otimizar processos e garantir benefícios para todas as partes envolvidas. E ainda, “quando os stakeholders de um projeto são identificados logo no início, é mais fácil avaliar restrições, riscos e requisitos envolvidos. Isso é fundamental para tomar decisões de maneira mais eficiente”. (SBCoaching, 2018)

Todas as ações de uma empresa, portanto, devem ser pensadas com os satakeholders em mente. As práticas e políticas do negócio afetarão diretamente essas pessoas ou grupos, de maneira positiva ou negativa. Dessa forma, identificar esses grupos é essencial para a tomada de decisões estratégica em empresas de qualquer setor. (SBCoaching, 2018)

Na tabela abaixo, listamos os principais *stakeholders* do Filhos da Terra, e seu grau de poder e interesse nas atividades gerais do projeto, utilizando como escala uma pontuação de 1 a 5, considerando 1 o menor e 5 o maior grau de poder e interesse.

Tabela 5: Satakeholders do projeto Filhos da Terra.

Stakeholders					
Internos			Externos		
	Grau Poder	Grau Interesse		Grau Poder	Grau Interesse
Fotógrafo Documentarista	5	5	Grupos de Cultura	5	4
Coordenador de Pesquisa	3	3	Mestres da cultura popular	5	4
Coordenador de Comunicação	3	3	Patrocinadores	3	4
Lente Cultural	5	5	Fornecedores	2	2
Photo Agência	5	5	Instituições Governamentais	1	4
Parceiros	2	4	Concorrência	1	1

4.7 Apontamentos para um Planejamento Estratégico

O trabalho de planejamento não pode intervir na percepção criativa das construções artísticas e culturais, mas deve organizar os processos para uma atuação mais consciente. [...] Torná-lo próximo da realidade é a melhor forma de garantir sua aplicabilidade. (Cunha, 2019)

Com base no estudo de caso do projeto Filhos da Terra, apresentado no capítulo anterior, observa-se a demanda por um documento que apresente uma estratégia de captação de recursos para continuidade das atividades do projeto e para a consolidação de seu acervo editorial como fonte de informações e dados do patrimônio cultural imaterial brasileiro e de manifestações compartilhadas entre Brasil, Portugal e Angola. Porém, para que isso seja possível, o projeto necessita de recursos financeiros e humanos, equipamentos e capacitações para que possa desenvolver as pesquisas e documentações audiovisuais em seus territórios culturais propostos. Mas por que falar de estratégia no setor cultural?

É bastante comum que projetos culturais na mesma tipologia do Filhos da Terra, se realizem em etapas ou edições continuadas, o que torna necessária a adoção de estratégias para geração de recursos, não somente financeiros, mas também humanos, para garantir a sua sustentabilidade.

É pertinente que todo projeto tenha a perspectiva de atingir a auto sustentabilidade econômica durante e após o término do repasse dos recursos pelo patrocinador, seja ele público ou privado. Neste sentido, a elaboração da estratégia de financiamento é uma etapa importante no processo de planejamento e realização de uma ação cultural.

O setor cultural é financiado por uma variedade de fontes, entre públicas (federal, estadual e municipal) e privadas (pessoas físicas, empresas, fundações, organizações sem fins lucrativos). Ana Carla Fonseca Reis (2003) afirma que compreender as políticas públicas do setor cultural, o entrelaçamento entre as esferas pública e privada e a forma como se complementam é primordial para formar o quadro maior do financiamento da cultura. Mas, independente do modelo que se apresente, é fato comum explicar o incentivo à maior participação privada no

setor cultural como forma de compensação a um menor envolvimento do setor público, via de regra como decorrência à queda do orçamento do governo dedicado à cultura.

A fragilidade das políticas públicas culturais no Brasil já foi exposta por inúmeros pesquisadores e historiadores. Rubim, Barbalho, e (orgs.) (n.d.) diz que “a história das políticas culturais do Estado nacional brasileiro pode ser condensada pelo acionamento de expressões como: autoritarismo, caráter tardio, descontinuidade, desatenção, paradoxos, impasses e desafios”. Essa mesma fragilidade está presente nas reflexões de Nascimento (2008) quando associa a “histórica falta de recursos financeiros públicos para o setor cultural” no Brasil à crescente presença do financiamento privado por meio das leis de incentivo fiscal nas várias instâncias de governo.

Mas de todos os “desmantelos” vividos pelo setor cultural brasileiro nas últimas décadas, talvez a atual situação seja a mais urgente de socorro. Desde 2018, a classe artística e o setor cultural assistem a uma série de medidas que colocaram a cultura do país “ralo abaixo”, desde que o atual presidente rebaixou o status administrativo da cultura de Ministério para Secretaria Especial. “Uma política aberta de ódio e destruição à cultura, às artes e ao pensamento”. (Celio Turino, 2019)

Nascimento (2008), afirma que a discussão sobre políticas culturais na contemporaneidade cresce em importância devido os efeitos sociais e econômicos causados pela atividade cultural, com profundas implicações no cotidiano. Esta realidade reforça a necessidade de políticas que, ao mesmo tempo, ressalte as especificidades locais e as influências do mundo globalizado com o objetivo de promover o desenvolvimento do setor cultural.

Porém, não é intenção neste capítulo reascender a discussão política, mas apontar que o caminho é, por hora, de escuridão e que, artistas, gestores e profissionais da economia criativa, devem se reestruturar para o presente-futuro. Deixemos o debate político aos vários autores que se dedicam ao estudo desse campo de conhecimento. Aqui, nos cabe reconhecer os caminhos possíveis para que ações culturais, transversais ao segmento do Patrimônio Cultural Imaterial, consigam estabelecer um planejamento mínimo para continuidade de suas atividades.

Começamos pelo próprio entendimento do conceito e a importância do “planejamento” para o setor cultural. Para iniciar essa reflexão, o presidente da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), João Paulo Vergueiro (2016), diferencia Planejamento e Planejamento Estratégico.

O autor explica que “Planejamento” é um processo, e não deve ser confundido com previsão (tentativa de antecipar eventos futuros), nem projeção (busca para igualar o futuro ao presente), nem predição (falta de controle sobre o futuro), e nem resolução de problemas. Deve ser compreendido com um “processo desenvolvido para o alcance de uma situação futura desejada, de um modo mais eficiente, eficaz e efetivos, e com a melhor concentração de esforços e recursos pela organização.” (Oliveira, 2007 apud Vergueiro, 2016, p.24)

Diz ainda, que “Planejamento Estratégico” é um:

Processo administrativo que proporciona sustentação metodológica para se estabelecer a melhor direção a ser seguida pela organização, visando ao otimizado grau de interação com os fatores externos – não controláveis – e atuando de forma inovadora e diferenciada. (Oliveira, 2007 apud Vergueiro, 2016, p.26)

Em consonância, Cunha (2019) diz que o processo de planejamento estratégico significa o trabalho de preparação e organização de planos e programas, tendo como premissa básica o conjunto de métodos e técnicas que visam racionalizar as ações a partir de uma missão, de diretrizes e objetivos estabelecidos. Além de sintonizar ideias e realidade, reconhecer e otimizar recursos humanos, físicos e financeiros para tornar mais eficiente as ações propostas.

Em entrevista, o diretor executivo da Fundação Osesp, Marcelo Lopes (2007)⁴⁷, afirma que uma organização cultural (e aqui vamos considerar um projeto cultural no âmbito de uma entidade maior) pode e deve ser administrada como uma empresa.

⁴⁷ Marcelo Lopes integra desde 1984 o grupo de músicos da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp), em que é trompetista. Formado em Administração Pública pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, Lopes também é economista e advogado e foi nomeado diretor executivo da Fundação Osesp em 2005.

Estima-se que hoje 7% da economia mundial já é movimentada pela área cultural. Países que desenvolveram suas instituições culturais e aplicaram mais em educação tiveram resultados melhores nas últimas décadas. Sabemos que a difusão cultural é imprescindível em um mundo em que a produção industrial tende a empregar cada vez menos e a gerar menor renda e valor agregado. A cultura e os bens imateriais assumem cada vez mais um papel preponderante e têm um poder de alavancagem muito grande sobre os demais setores de serviços, turismo, transporte, etc. Logo, estamos falando de geração de emprego e renda; portanto, negócios. (Lopes, 2007)

Neste cenário, o projeto Filhos da Terra busca como plano de ação para período 2020 a 2025, a sustentabilidade institucional e a viabilidade de suas atividades, com especial atenção às relacionadas à Rota Raízes, por meio de patrocínios, parcerias e apoios culturais, relacionamentos institucionais para obtenção de doações e a articulação de recursos humanos próprios e voluntariado.

5. HORIZONTE 20/25 – OS CENÁRIOS POSSÍVEIS PARA O PROJETO FILHOS DA TERRA

Se cada um de nós toma alguma ação onde está, qualquer que seja ela, a comunidade por inteiro começará a se movimentar de novo! (Michel Godet, n.d.)

Quando do início deste estudo, no final de 2019, buscava-se encontrar o “caminho certo” para sustentabilidade e continuidade do projeto Filhos da Terra. Em mente, a paixão pela cultura popular e o entendimento de que a arte é motor fundamental para a educação e desenvolvimento social e econômico da humanidade. Mas a esperança de que surgisse “um ser de luz” para salvar a cultura no Brasil do completo desgoverno foi assolada por algo ainda maior, mais grave e obscuro: uma pandemia.

Além-mar, assistia as pequenas certezas se transformarem em poeiras ao vento. E no dia 11 de Março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS), declarou o estado da contaminação da nova doença à pandemia de Covid-19. A partir daí, a única certeza era de um futuro incerto para o mundo. Os impactos no campo da cultura, das artes e do entretenimento, foram os piores possíveis. A primeira “onda” passou! Temos sobreviventes. Mas como resistir nesses cenários de incertezas?

Mais do que nunca, o sonho de conhecer o futuro preenche as mentes dos humanos. Nas palavras do professor e investigador José Luiz de Almeida Silva (2004) “é impossível sabermos quando nasceu esta obsessão com o futuro, mas seguramente, ela está conosco desde que tomamos consciência da nossa própria condição”. Para ele, a nossa sobrevivência depende da justeza das previsões que efetuamos sobre o resultado dos nossos comportamentos no domínio físico, material, imaterial e comunicacional.

Moritz *et al.* (2008) nos dizem que “a velocidade do aumento do conhecimento, assim como sua aplicação, como forma de sobrevivência organizacional, implica e resulta em rápidas transformações no ambiente, nem sempre previsíveis, que exigem posturas diferentes dos gestores, colocados diante de ambientes bem mais instáveis que outrora”. Para minimizar essas

mudanças e possibilitar um salto qualitativo na elaboração e implantação de estratégias nas organizações (aqui entenda-se projetos culturais), a prospecção de cenários é um recurso significativo para visualizar e formular situações futuras.

João Caraça (2003 apud Silva, 2004) explica que a prospectiva é, antes de mais, uma maneira extraordinariamente rica de iluminar o presente. Não podemos conhecer rigorosamente o que vai acontecer no futuro – seria preciso vivê-lo. Podemos, no entanto, ter alguma ideia dos problemas, das questões que se vão colocar no futuro: é isso que a prospectiva vai relevar.

Nesse contexto, pensar o futuro do projeto Filhos da Terra, procurando prospectar seus possíveis cenários, possibilita aos seus gestores, o preparo para enfrentar os desafios decorrentes da captação de recursos, e também da pandemia e da ruptura das políticas públicas para a cultura no Brasil, pontos de estrangulamento comum a diversas instituições e iniciativas culturais, e que impactam diretamente na continuidade e sustentabilidade de suas ações.

Os cenários descritos a seguir, resultam das reflexões e análises apresentadas nos capítulos anteriores desta investigação, de forma a situar o projeto Filhos da Terra em três contextos imagináveis no Horizonte 2020-2025, tendo o Brasil como território principal de desenvolvimento: o otimista, o realista e o pessimista.

Baseado nas metodologias de prospectiva, especialmente as desenvolvidas pelo professor Michel Godet buscou-se identificar as incertezas que envolvem o projeto Filhos da Terra, reconhecendo as variáveis e atores, internos e externos, de forma a saber quais deles mais influenciam os cenários. Para análise das variáveis, utilizou-se o método Micmac (Multiplicação matricial aplicada a uma classificação).

A partir do mapa mental e da matriz SWOT apresentadas no capítulo anterior, destacamos as seguintes variáveis:

Tabela 6: Cenários Prospectivos - Variáveis Internas e Externas.

Variáveis Internas

Necessidade	Relevância do tema para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial
Competência	Realiza o mapeamento de cultura populares, gerando uma cartografia baseada nos saberes e no patrimônio vivo brasileiro.
Mobilização	Demanda mobilização de públicos específicos e grupos culturais. Não há equipe de mobilização social.
Captação de recursos	Demanda mobilização de recursos. Não tem profissional de captação.
Comunicação	Demanda ações de comunicação continuadas. Divulgação para os públicos.
Serviços	Produz conteúdos gratuitos. Disponibilização em formato digital. Demanda adaptação para públicos com deficiência.

Variáveis Externas

Futuro	Projeto pretende implementar a Rede Cultura, tornando-se referência no intercâmbio e comunicação de bens culturais imateriais nos próximos 5 anos.
Economia	Recessão econômica. Escassez orçamentária na Cultura.
Legislação	Descontinuidade de políticas públicas para a cultura. Regulamentações de fomento e financiamento público.
Bens culturais	Manifestações do Patrimônio Cultural Imaterial a serem pesquisados e documentados. Risco de extinção ou falência de seus realizadores.
Concorrência	Iniciativas culturais nos segmentos: fotografia, artes visuais e patrimônio cultural.
Fenômenos naturais	Desastres naturais, estados de calamidade pública ou outros fenômenos de força maior.

Para definição dos atores internos e externos, utilizou-se como parâmetro, os *stakeholders* definidos anteriormente.

Tabela 7: Cenários Prospectivos - Atores Internos e Externos.

Atores Internos

Equipe de Pesquisa	Pesquisa as manifestações da cultura popular que se enquadram nas Rotas Culturais estabelecidas pelo projeto.
Fotógrafo Documentarista	Idealizador do projeto. Registra e documenta as manifestações pesquisadas no âmbito do projeto.
Equipe de Comunicação	Comunica e divulga o projeto para o público. Coordena a Rede Cultura.
Lente Cultural	ONG co-realizadora do projeto.
Photo Agência	Instituição realizadora e produtora do projeto.
Parceiros	Entidades que colaboram com a realização do projeto.

Atores Externos

Usuários	Jovens, estudantes, universitários, professores e pesquisadores que acessam os conteúdos do projeto.
----------	--

Grupos e Mestres Culturais	Grupos da cultura popular que são objeto de documentação do projeto.
Patrocinadores	Instituições públicas ou privadas que aportam recursos financeiros para realização do projeto.
Instituições Governamentais	Decidem sobre as políticas públicas para a cultura.
Concorrente	Iniciativas culturais de documentação e registro do patrimônio cultural imaterial. Fotógrafos documentaristas da cultura popular.
Fornecedores	Prestadores de serviços/

Reconhecidos as variáveis e atores, distribuiu-se pesos à cada elemento, considerando uma escala de 1 a 5, que representa o nível de influência capaz de comprometer a continuidade das atividades do projeto Filhos da Terra. Quanto menor for o número, pouca influência exerce, quanto maior for, mais influente é o elemento.

Tabela 8: Atribuição de peso para variáveis e atores.

Variantes Internas	Peso	Variantes Externas	Peso
Necessidade	5	Futuro	5
Competência	2	Economia	3
Mobilização	3	Legislação	2
Captação de recursos	5	Bens culturais	4
Comunicação	4	Concorrência	1
Serviços	2	Fenômenos naturais	5

Atores Internos	Peso	Atores Externos	Peso
Equipe de Pesquisa	3	Usuários	3
Fotógrafo Documentarista	5	Grupos e Mestres Culturais	5
Equipe de Comunicação	3	Patrocinadores	4
Lente Cultural	4	Instituições Governamentais	3
Photo Agência	4	Concorrente	1
Parceiros	2	Fornecedores	2

Os pesos indicados levam em consideração as dificuldades de financiamento e sustentabilidade do projeto Filhos da Terra, como também as fraquezas e ameaças elencadas na Matriz SWOT. Então maior peso é atribuído às variáveis e atores que mais comprometem a continuidade do projeto. A seguir, apresenta-se a análise estrutural das variantes, realizada a partir do Micmac. As influências diretas são classificadas em níveis que variam de 0 a 3. Influências potenciais, ou seja, que podem ocorrer em algum momento no futuro, são classificadas com a letra P. 0:

Sem influência direta ; 1: Nível de influência direta fraco ; 2: Nível de influência direta médio ; 3: Nível de influência direta forte ; e P: Nível de influência potencial.

Tabela 9: Classificação de influência das variáveis.

	12 : Desastres	11 : Concorrênc	10 : Bens	9 : Legislação	8 : Economia	7 : Futuro	6 : Serviços	5 : Comunicaçã	4 : Captação	3 : Mobilizaçã	2 : Competênci	1 : Necessidad
12 : Desastres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11 : Concorrênc	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
10 : Bens	0	0	0	1	1	3	0	1	0	1	2	3
9 : Legislação	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
8 : Economia	0	0	0	0	0	1	0	0	1	3	2	0
7 : Futuro	0	1	3	0	0	0	0	1	2	1	2	3
6 : Serviços	0	0	0	0	0	0	0	2	3	0	1	1
5 : Comunicaçã	0	0	1	0	0	1	1	0	1	2	0	0
4 : Captação	0	0	0	0	0	1	2	0	0	1	3	0
3 : Mobilizaçã	0	0	1	0	1	2	0	2	1	0	1	3
2 : Competênci	0	0	2	0	2	2	1	1	3	1	0	0
1 : Necessidad	0	0	3	0	0	3	1	0	0	0	2	0

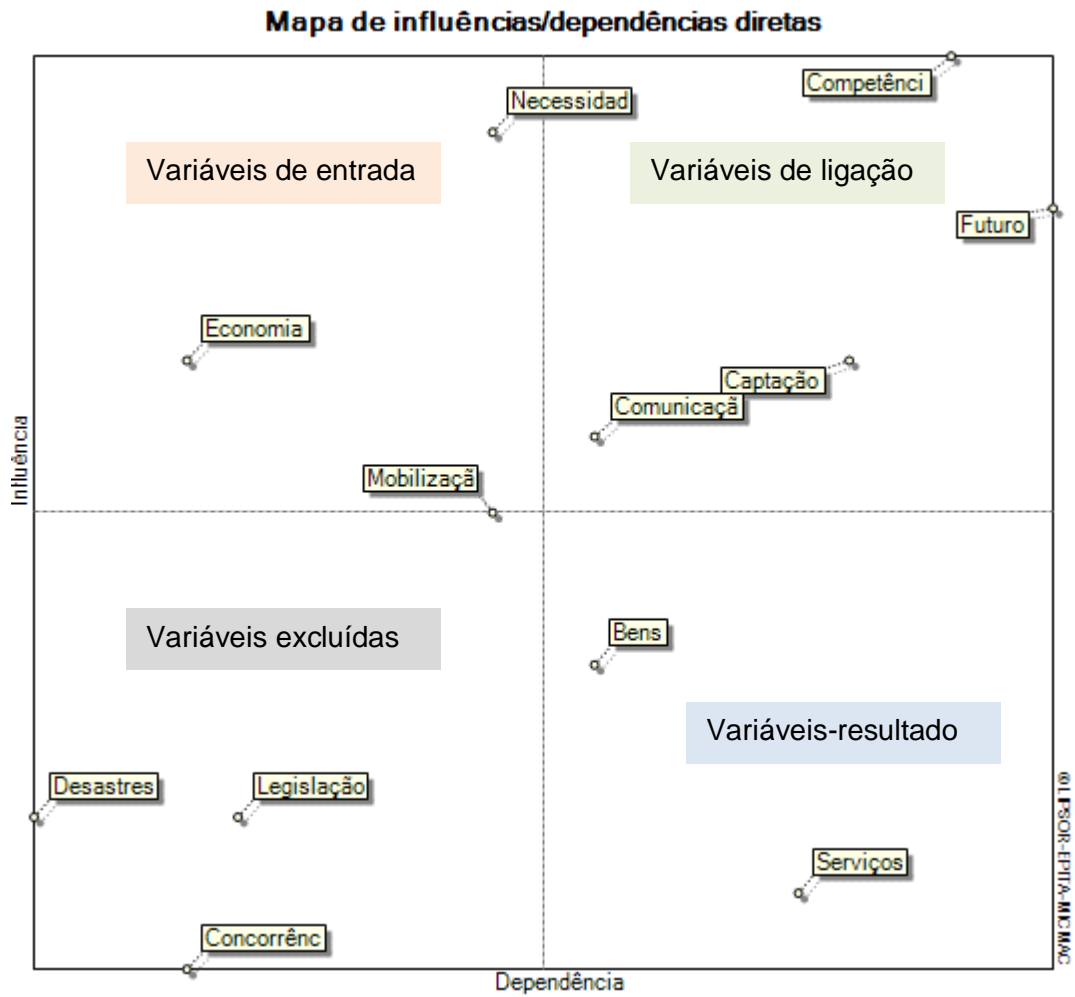
© LIPSOR-EPTA-MICMAC

De acordo com Godet (2011), cinco indicadores distinguem as variáveis através de seus posicionamentos no plano (Figura 11): variáveis de entrada, que são muito influentes e pouco dependentes, por isso se tornam alvo de ações prioritárias; variáveis de ligação, que tem por característica a instabilidade e são muito influentes e muito dependentes, mostrando potencial para modificar toda a dinâmica do sistema; variáveis-resultado, que são pouco influentes, porém muito dependentes e resultam da influência de outras variáveis sobre elas; variáveis pelotão, que não possuem características que as enquadrem entre influentes e dependentes; e as variáveis excluídas, que não oferecem representatividade considerada essencial para influenciar o sistema relacional.

As variáveis de entrada do Filhos da Terra são: economia, mobilização e necessidade, e as variáveis de ligação são: comunicação, captação de recursos, futuro e competência. A título de

construção dos cenários no Horizonte 20-25, serão consideradas somente as variáveis de entrada e as de ligação.

Figura 12: Gráfico - Mapa de influências/dependências diretas.



A seguir, apresenta-se os três cenários possíveis do Projeto Filhos da Terra até 2025.

5.1 Cenário 1 – Ideologia, eu quero uma pra viver (o otimista)

No cenário “Ideologia, eu quero uma pra viver”, contrário à história mundial de dominação política-econômica-social-cultural, o mundo caminha para uma ascensão dos países emergentes, com um desenvolvimento global multipolarizado, transparente, acessível e compreensível a todos os povos. Uma economia mais regulada sob a regência do respeito às Nações, focada na transnacionalidade social e na implementação de uma gestão partilhada público-privado, que compreende a cultura como meio para o desenvolvimento e para a garantia dos direitos humanos.

Os Estados firmam uma cooperação de práticas ambientais visando amenizar os efeitos das mudanças climáticas globais. As políticas culturais aplicam-se de forma transversal e transnacional, no sentido de preservação das culturas matrizes e dos patrimônios, com financiamento compartilhado (público-privado) a partir de recursos internos.

Neste cenário, o Brasil apresenta uma estratégia de governo para o setor cultural, com políticas públicas bem definidas, com a renovação das metas do Plano Nacional de Cultura e a implementação de programas e ações para o fomento e o financiamento público. O Estado estabelece uma relação de proximidade com a sociedade civil, a fim de promover diálogos para minimizar os problemas estruturais e o acesso aos recursos públicos. O setor cultural brasileiro é marcado pela retomada do crescimento, com um mercado aberto ao mundo, incidente nas novas tecnologias e com pontes internacionais para fomentar a cultura latino-americana e o turismo cultural. Adota uma política interna de promoção e acessibilidade com o apoio aos pequenos centros urbanos para fortalecer a produção, o acesso e qualidade do setor.

Com um ambiente favorável o projeto Filhos da Terra retoma as suas atividades de pesquisa e documentação. Em 2021, a partir do financiamento do *International Fund for Cultural Diversity* (IFCD) inicia as ações da Rota Raízes – Eixo Portugal e Angola. A Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) e a Unesco concedem apoio institucional ao projeto, reconhecendo a importância de sua cartografia para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial nos países. O projeto lança a plataforma Rede Cultura como canal de comunicação com e para os grupos e agentes culturais do patrimônio cultural imaterial que mantém relação direta com o Brasil. A equipe de gestão estabelece um cronograma de captação de recursos por

meio de editais públicos e leis de incentivo e viabiliza patrocínios privados que permitem a sustentabilidade e continuidade das ações nos próximos cinco anos.

Em 2025 o projeto é reconhecido e consolidado como ambiente online de difusão e comunicação dos bens culturais de natureza imaterial brasileiro. Lança a publicação ‘Cartografia dos Saberes’ com pelo menos dez manifestações culturais documentadas em cada Rota Cultural estabelecida no projeto, e com um panorama do patrimônio vivo e cultural brasileiro.

Existe cura para a Covid-19.

5.2 Cenário 2 – O dia em que a Terra parou (o pessimista)

No dia em que a Terra parou houve uma ruptura total entre os Estados, que agora intensificam suas políticas protecionistas a fim de favorecerem as atividades econômicas internas e dificultando a concorrência estrangeira. Um choque que fragmentou os países em ilhas isoladas, com grandes populações e um mercado altamente desorganizado, com políticas econômicas e sociais enfraquecidas e sem qualquer ação de combate à instabilidade climática e aos desastres ambientais.

As comunidades perdem o que lhes resta de articulação cultural, sem incentivos financeiros da esfera público-privado, com ausência de oferta internacional e sem critérios de investimento nacional. A ruptura econômica reflete uma cultura desarticulada, dependente das migalhas do setor público, sem autonomia de desenvolvimento e afastada das novas tecnologias.

Neste cenário, o Brasil não apresenta um programa de governo para a cultura. Sem políticas públicas consolidadas e sem a renovação das metas do Plano Nacional de Cultura, os órgãos públicos culturais entram em recessão, sem a publicação de editais ou programas de fomento. As leis de incentivo mantêm algumas poucas ações, mas entra em retrocesso, desestabilizando as parcerias público-privadas.

Com um ambiente completamente desfavorável, o projeto Filhos da Terra mantém-se estagnado, sem avanços nas articulações de parcerias e patrocínios, públicos ou privados. As ações de pesquisa e documentação resumem-se a ações pontuais nas redes sociais, em consequência do entorpecimento das manifestações da cultura popular, que também encontram barreiras para continuidade de suas festas, festejos e tradições. A equipe de gestão se mantém reduzida e sem capacidade operacional para estabelecer um cronograma de captação de recursos.

Em 2025 o projeto mantém-se em sua razão de existir, mas finda suas atividades e conserva apenas o acervo editorial já existente, com recursos próprios da entidade realizadora.

A Covid-19 não tem cura e outras doenças assolam a humanidade. Sociedades com forte tendência ao distúrbio psíquico. Jair Bolsonaro se reelege como presidente do Brasil.

5.3 Cenário 3 – Deus e o Diabo na Terra do Sol (o realista)

Neste cenário, estamos meio a diferentes geometrias, desenhadas por uma multiplicidade de polos de poder e por um emaranhado de atores. Um cenário mundial orbitado pela rivalidade entre as grandes potencias e uma nova guerra fria pelo domínio da tecnologia e da cibercultura, comandada pela moda das fake news à sombra do militarismo. Os Estados a margem do poderio bipolar, assistem ao liberalismo político-econômico, com o desmonte endógeno dos países emergentes, através do enfraquecimento das bases sociais, da educação e da cultura. As nações se vêm obrigadas a desenvolver localmente respostas rápidas às mudanças climáticas e aos desastres naturais cada vez maiores, com alguma esperança de novas oportunidades exploratórias e comerciais.

Neste cenário, o Brasil apresenta uma indústria criativa enfraquecida e um mercado massificado pelos novos medias, principalmente as redes sociais. A oferta cultural cresce sem estratégia de desenvolvimento, produzindo uma *pop arte nacionalista* ao agrado dos Senhorios. Isso faz com que os produtores culturais, na luta pela sobrevivência, fiquem reféns dos mecenas e dos financiadores privados, que por sua vez exigem a internacionalização, a baixo custo e alta qualidade, e se deleitam nas políticas de isenção fiscal, movimentando um mercado fechado e exclusivo a uma clientela de médio poder de compra. O Estado justifica sua ausência na

preservação maquiada do patrimônio cultural (material), se colocando como grande herói da história e da memória das sociedades, seguindo à deriva de quem manda e obedecendo sem juízo. O governo mantém-se calado ao setor cultural e em perspectiva de renovação das metas do Plano Nacional de Cultura.

Com um ambiente de incertezas, o projeto Filhos da Terra busca sua sustentabilidade em fundos internacionais de promoção cultural, a exemplo do IFCD, e a articulação de parcerias para viabilização de suas ações. A equipe de gestão consegue estabelecer um planejamento mínimo para captação de recursos, traçando estratégias a partir de leis de incentivo e editais públicos, e também a partir da venda de produtos culturais. A previsão é que, em 2021 consiga-se assinar protocolos de patrocínio com empresas privadas e protocolos de apoios com instituições públicas e universidades.

Em 2025 o projeto terá iniciado ao menos a etapa de identificação das manifestações compartilhadas com Portugal e retomado as atividades específicas de pesquisa e documentação das manifestações da cultura popular no Brasil.

Os principais institutos de saúde do mundo testam a vacina para a Covid-19. Ainda não se sabe como será o amanhã.

5.4 Estratégias sugeridas

Sendo assim, e com base em todas as análises apresentadas, propõe-se sete eixos estratégicos de atuação:

Tabela 10: Estratégias de atuação do Projeto Filhos da Terra - 2020-2025.

Estratégia 1

Posicionar as instituições realizadoras do projeto Filhos da Terra – a Photo Agência e a Lente Cultural – e o próprio projeto, nas bases de dados, cadastramentos e mapeamentos de agentes, espaços e projetos culturais identificados ao longo desta investigação.

Objetivo 1 - Cadastro no Mapa nas Nuvens - Cadastro de Agentes, Espaços e Ações Culturais no Estado do Distrito Federal. O software livre foi criado a partir do projeto Mapas Culturais do governo federal, e implantado em diversos estados e municípios brasileiros, cada qual com um nome especializado, para contribuição ao Sistema de Informações e indicadores do DF.

Objetivo 2 - Cadastro Programa Cultura Viva e no ID Cultura

O Cultura Viva é uma política cultural voltada para o reconhecimento dos Pontos e Pontões de Cultura nos Estados e Municípios brasileiros. O cadastro se dá através do ID Cultura, que hoje unifica as bases de dados e cadastros nacionais.

Objetivo 3 - Cadastro na Plataforma Cultural and Creative Enterprises Index (CCEI) - a primeira ferramenta concebida para identificar e gerar dados sobre empreendimentos criativos e culturais existentes no mundo. As informações quantitativas são capturadas em 27 indicadores, resultando em um recurso poderoso que pode informar e orientar políticas e estratégias em favor do empreendedorismo cultural e criativo e desencadear discussões e ações de advocacy em todos os países.

Objetivo 4 - Cadastro da Lente Cultural no Comitê para implementação da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial da Unesco, que faz o cadastro de Organizações Não-Governamentais para prestar serviços de aconselhamento ao Comitê.

Responsável	Data de implementação	Recursos necessários	Indicador de monitorização
Gestor do projeto	Dez/2020	Recursos tecnológicos – computador e internet. Não há necessidade de recursos financeiros.	Comprovação dos cadastros na plataforma e publicação de newsletter no site do projeto.

Estratégia 2

Desenvolver o Plano Anual de ações para o Projeto Filhos da Terra, no horizonte 2020 – 2025.

Plano Anual de atividades do projeto com Calendarização anual, considerando o primeiro ano no período Junho/2021 a Junho/2022.

Responsável	Data de implementação	Recursos necessários	Indicador de monitorização
Gestor do Projeto, Diretores Executivos	Criação: Nov e Dez de cada ano anterior ao plano. Publicação: Janeiro de cada ano.	Recursos tecnológicos – computador e internet. Design gráfico	Publicação dos Planos Anuais no site do projeto e das Instituições realizadoras.

Estratégia 3

Criar e implementar o Plano de Captação de Recursos e Plano de Comunicação, buscando a criação de canais para a sustentabilidade e visibilidade do projeto no período 2020 – 2025.

Objetivo 1 - Criar e implementar o Plano de Captação de Recursos.

Responsável	Data de implementação	Recursos necessários	Indicador de monitorização
Gestor do projeto, Diretores Executivos e Coordenador de Captação	Jan e Fev/2021 – Preparação do Plano A partir de Março/2021 – Implementação das ações previstas	Recursos tecnológicos – computador e internet; Recursos humanos - Profissional de captação especializado no setor cultural; e Design gráfico. Recursos financeiros – Deslocamentos/Transportes, impressão de material para patrocinadores.	Distribuição do Plano de Captação para equipe de gestão do projeto e instituições realizadoras; Reuniões mensais, ou conforme necessidade, para acompanhamento das atividades.

Objetivo 2 - Criar e implementar o Plano de Comunicação.			
Responsável	Data de implementação	Recursos necessários	Indicador de monitorização
Gestor do projeto, Diretores Executivos e Coordenador de Comunicação	Jan e Fev/2021 – Preparação do Plano A partir de Março/2021 – Implementação das ações previstas	Recursos tecnológicos – computador e internet; Recursos humanos - Profissional de comunicação especializado no setor cultural; e Design gráfico. Recursos financeiros – Impressão de material para patrocinadores, investimento em campanhas nas redes sociais, manutenção do site do projeto.	Distribuição do Plano de Captação para equipe de gestão do projeto e instituições realizadoras; Reuniões mensais, ou conforme necessidade, para acompanhamento das atividades. Clipping e valoração de mídia conforme realização das atividades.

Estratégia 4

Cadastrar a Proposta do Plano Anual 2021/2022 do Projeto Filhos da Terra nas Leis de Incentivo no Brasil.

Objetivo 1 - A nível local (Distrito Federal) – Na Lei de Incentivo à Cultura do DF (LIC).

Objetivo 2 - A nível Nacional - Inscrição do Plano Anual na Lei de Incentivo a Cultura do Brasil.

Objetivo 3 - Identificar Leis de Incentivo em outros Estados brasileiros, que integrem as Rotas Culturais do projeto, e que possibilitem o cadastramento de propostas integradas.

Responsável	Data de implementação	Recursos necessários	Indicador de monitorização
Gestor do projeto	A partir de Fev/2021, quando os governos, federal e estadual, publicam as portarias e instruções normativas referentes às leis de incentivo.	Recursos tecnológicos – computador e internet. Não há necessidade de recursos financeiros.	Aprovação da inscrição na LEI e recebimento da Carta de Captação

Estratégia 5

Mapeamento das expressões culturais no Brasil, em Portugal e Angola, que se relacionem com a Rota Raiz, de forma a dar continuidade nas atividades de pesquisa e documentação e da Cartografia dos Saberes.

Objetivo 1 - Mapear pelo menos 04 manifestações culturais em Portugal que se correlacionem com a Rota Raízes.

Objetivo 2 - Mapear pelo menos 04 manifestações culturais em Angola que se correlacionem com a Rota Raízes.

Objetivo 3 - Mapear pelo menos 04 manifestações Indígenas no Brasil que se relacionem com a Rota Raízes.

Responsável	Data de implementação	Recursos necessários	Indicador de monitorização
Equipe de pesquisa e Diretor Executivo	A partir de Jun/2021.	Recursos tecnológicos – computador e internet.	Atualização de informações no Site do

		Recursos Humanos: pesquisadores locais.	projeto – Mapa da Cartografia e Rede Cultura.
--	--	--	---

Estratégia 6

Incentivar o diálogo, o intercâmbio e o networking entre comunidades, grupos e agentes culturais identificados no mapeamento, contribuindo de forma direta e significativa para a difusão e comunicação das culturas populares brasileiras, e as compartilhadas com Portugal e Angola.

Objetivo 1 - Implementar a Rede Cultura (Rede Social da Cultura Popular), no site do projeto.

Objetivo 2 - Mapeamento de grupos e agentes culturais envolvidos nas manifestações culturais pesquisadas e documentadas no âmbito do projeto.

Responsável	Data de implementação	Recursos necessários	Indicador de monitorização
Coodenador de pesquisa e documentação e Equipe de mobilização social.	Desenvolvimento do software – a partir de Jun/2021. Implementação – a partir de Out/2021.	Recursos tecnológicos – computador e internet. Recursos Humanos: Desenvolvedor web e webdesign. Recursos financeiros: Hospedagem do software no site do projeto.	Implementação do software no site. Acompanhamento da interação dos usuários. Cadastramento dos agentes culturais na Rede Cultura.

Estratégia 7

Educação patrimonial e cultural - Valorizar a pesquisa e experimentação artística como práticas de excelência para o desenvolvimento e conhecimento sociocultural nas comunidades escolares e de pesquisa.

Objetivo 1 - Disponibilizar para instituições educacionais, o acervo editorial do projeto e seus ambientes digitais.

Responsável	Data de implementação	Recursos necessários	Indicador de monitorização
Coordenador de Comunicação, Equipe de Molbilização social e Diretor Executivo.	A partir de Jun/2021.	Recursos tecnológicos – computador e internet. Recursos financeiros: Transporte de equipe e impressão de documentos.	Controle de acesso ao site e cadastro das instituições educacionais para download do acervo editorial.

6. CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Augusto Rodrigues, L. F. (n.d.). O campo da Gestão Cultural. Direção-Geral do Patrimônio Cultural. Patrimônio | Patrimônio Imóvel. Acessado em Dezembro de 2019, em: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/>.
- Cecília, M., & Fonseca, L. (2001). Referências Culturais: Base para novas políticas de patrimônio. *Políticas Sociais - Acompanhamento e Análise*, 111–120.
- Cordeiro, Rui Mesquita. (2014). *Os projetos de desenvolvimento do Brasil contemporâneo*. In Revista de Economia Política, Vol. 34 issue 2, pp: 230-248. São Paulo. Centro de Economia Política. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-31572014000200004>
- Duarte, Adriana V. (2020). *Fomento à cultura na pós-pandemia: alternativas de parcerias com o segundo e terceiro setor*. Acessado em Outubro de 2020, em: <https://www.vgplaw.com.br/fomento-a-cultura-na-pos-pandemia-alternativas-de-parcerias-com-o-segundo-e-terceiro-setor/>
- Faria, Hamilton. (2008). *O desenvolvimento cultural como desafio: desenvolvimento cultural e plano de governo*. São Paulo: Pólis, 2000. In BARACHO, Maria A. P. e RADDI, Rafael. O Incentivo Fiscal à Cultura no Brasil: Breve Exame dos Estados Brasileiros. IV Enecult – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Bahia: Faculdade de Comunicação/UFBA.
- Fernandes, Taiane. (2019). *Histórico da gestão cultural no Brasil*. In A. Rubim (Org.). Gestão Cultural. Salvador: UFBA.
- Gilberto Ramos Nogueira, A. (2007). *Inventário e patrimônio cultural no Brasil* (Vol. 26).
- Goswami, Amit. (2015). *O Ativista Quântico – Princípios da física quântica para mudar o mundo e a nós mesmos*. Goya.
- Hosagrahar, Jyoti. (2017). *Cultura: no coração dos ODS*. In O Correio da Unesco, 1, p. 12-14, illus. Acessado em Outubro de 2019. Disponível em https://unesco.bibliomondo.com/ark:/48223/pf0000248116_por
- IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. (n.d.). Patrimônio Imaterial. Acessado em Novembro de 2018 em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>.
- Oliveira, Gleise. (2019) *Gestão Cultural enquanto objeto de estudo – uma breve catalogação*. In A. Rubim. (Org.). Gestão Cultural, Salvador: UFBA
- Paz, M., & Fuenzalida, J. (2018). *A trajetória do patrimônio cultural imaterial: política de proteção e formação de um discurso*. Universidade de Brasília/Instituto de Ciências Sociais – Departamento de Sociologia.

- Pelegri, S. C. A. (2008). *A gestão do patrimônio imaterial Brasileiro na contemporaneidade*. História, 27(2), 145–173. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0101-90742008000200008>
- Reis, Ana Carla Fonseca. (2009). Marketing Cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado. São Paulo: Cengage Learning.
- Rubim, A. A. C., Barbalho, A., & (orgs.). (n.d.). *Políticas Culturais no Brasil*.
- Santos, M. V. M. (1996). Nasce a Academia SPHAN. *Revista Do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, 77–95.
- Rubim, Antonio Albino Canelas. (2019). *Desafios e dilemas da gestão cultural*. In A. Rubim. (Org.). Gestão Cultural. Salvador: UFBA.
- Santos, M. V. M. (1996). Nasce a Academia SPHAN. In *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, p. 77-95.
- Saraiva, E. (2008). *A Gestão da Cultura e a Cultura da Gestão. A importância da capacitação de administradores culturais*. In IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Bahia: Faculdade de Comunicação/UFBA.
- Unesco. Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial. Paris. 2003.
- Valente, R., Serafim, M. C., Alves, M. A., Bendassolli, P. F. (2007). Gestão de Organizações Culturais. In *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 47(2), 119-123. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902007000200008>
- Íntegra do discurso de posse do ministro da cultura Gilberto Gil. (2003). Acessado em novembro de 2020. Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia-e-Redes-Sociais/integra-do-discurso-de-posse-do-ministro-da-cultura-Gilberto-Gil/12/5623>.
- Lima, Selma Maria Santiago. (2013). Economia criativa. In *Curso de Extensão e Aperfeiçoamento em Gestão Cultural Diversidade Cultural e Desenvolvimento Eixo II – Caderno 2*, 55-68, Belém: EditAedi.
- Fernandes, Suzane Christine Luz. (2013). Modelos e fontes de financiamento da cultura. In *Curso de Extensão e Aperfeiçoamento em Gestão Cultural Diversidade Cultural e Desenvolvimento Eixo II – Caderno 2*, 71-87, Belém: EditAedi.

GLOSSÁRIO

Para a construção deste glossário, foram utilizados os dois principais dicionários da língua portuguesa, utilizados em Portugal – (1) Dicionário Priberam da Língua Portuguesa On-line; e no Brasil – (2) Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa – Michaelis On-line. Além do Dicionário de Ciências Econômicas e conceitos de autores reconhecidos nos estudos culturais. Para a lista de palavras, terminologias e expressões que segue abaixo, foi considerado o significado que mais se adequa no contexto geral desta dissertação e ao setor da economia criativa.

Palavras

Gestão (1) Gerência. Administração

Cultural (2) Que difunde ou propaga a cultura. Relativo ao conjunto de conhecimentos, informações e valores adquiridos, que instruem o indivíduo, o grupo ou a sociedade, conforme uma perspectiva do processo de evolução.

Cultura (2) (Antropologia) Conjunto de conhecimentos, costumes, crenças, padrões de comportamento, adquiridos e transmitidos socialmente, que caracterizam um grupo social. Conjunto de conhecimentos adquiridos, como experiência e instrução, que levam ao desenvolvimento intelectual e ao aprimoramento espiritual; instrução, sabedoria.

Patrimônio (2) Conjunto de bens próprios, adquiridos ou herdados. Bem ou conjunto de bens, materiais, naturais ou imateriais, reconhecidos por sua importância cultural.

Imaterial (1) Que não é formado de matéria. Que não se pode pegar ou tocar. (Intangível, que não está ao alcance da mão.)

Referência (1) Menção, registro. Conjunto de qualidades ou características tomado como modelo. Código, inscrição ou marca que permite identificar um processo, um documento, uma encomenda, um objeto, etc.

Estratégia (2) Arte de utilizar planejadamente os recursos de que se dispõe ou de explorar de maneira vantajosa a situação ou as condições favoráveis de que porventura se desfrute, de modo a atingir determinados objetivos.

Financiamento (1) Ato ou efeito de financiar (gerir financeiramente. Ocorre às despesas de qualquer empreendimento, facultando-lhe os capitais precisos.)

Guia (2) Livro, manual ou outra publicação com informações, conselhos ou dicas úteis sobre um determinado assunto.

Internacional (1, 2) Que é comum ou respeita a duas ou mais nações. Relativo às relações entre nações.

Internacionalização (1, 2) Ato ou efeito de internacionalizar (tornar internacional).

Público (1) Relativo ou pertencente ao povo, à população. Que serve para uso de todos. Relativo à governação ou administração de um país. Setor de uma atividade pertencente ao Estado.

Sustentabilidade

Terceiro Setor

Transnacionalidade (1) Qualidade do que é transnacional.

Transnacional (1) Que ultrapassa os limites da fronteira de um país. Que envolve ou que é comum a vários países.

Terminologias e Expressões

Gestão Cultural

Pressupõe procedimentos administrativos e operacionais de processos no campo da Cultura e da Arte, podendo articulá-lo à ideia de mediação de processos de produção material e imaterial de bens culturais e de mediação de agentes sociais, estimulando a criação e fruição de bens culturais, assim como estimular as práticas de coesão social e de sociabilidade. (Augusto Rodrigues, 2009)

Conjunto de ações de uma organização – pública ou privada – destinado a atingir determinados objetivos que foram planejados e – supõe-se – são desejados pela organização. Implica em implementar normas, planos e projetos, estabelecer estruturas, alocar recursos humanos, financeiros, físicos e tecnológicos e, principalmente, empenhar criatividade e capacidade de inovação para atingir esses objetivos da melhor forma possível. A especificidade cultural está dada pelo fato de se tratar da implementação de políticas culturais ou de lidar com

instituições culturais. Ou, em outras palavras, de estar trabalhando com um intangível como é a cultura nas suas mais diversas manifestações. (Saraiva, 2008)

“No campo da cultura, gerir significa, uma sensibilidade de compreensão, análises e respeito dos processos sociais. Capacidade de entender os processos criativos e estabelecer relações de cooperação com o mundo artístico e suas diversidades expressivas. A gestão cultural implica uma valorização dos intangíveis e assumir a gestão do opinável e subjetivo. A gestão da cultura há de encontrar os referentes próprios de sua ação adaptando-se a suas particularidades e encontrar uma forma de evidenciar, de forma muito diferente, os critérios de eficácia, eficiência e avaliação”. (A. Martinelli)

Patrimônio Imaterial

Entende-se por “patrimônio cultural imaterial” as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (Unesco, 2003)

Integram o patrimônio cultural imóvel os bens imóveis que assumem relevância para a compreensão, permanência e construção da identidade nacional e para a democratização da cultura. São bens que constituem testemunhos com valor de civilização ou de cultura. O interesse cultural relevante, designadamente histórico, paleontológico, arqueológico, arquitetônico, artístico, etnográfico, científico, industrial ou técnico destes bens reflete valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, singularidade ou exemplaridade. (Direção-Geral do Patrimônio Cultural, n.d.)

Os bens culturais de natureza imaterial dizem respeito àquelas práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e

santuários que abrigam práticas culturais coletivas). (IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, n.d.)

Financiamento Público

Financiamento é quando uma empresa (pública ou privada) empresta ou doa uma determinada quantia em dinheiro a uma pessoa ou empresa, podendo ser reembolsável ou não reembolsável. No caso do Financiamento Público, os empréstimos são efetuados pelo Estado (Federal, Estatal, Municipal ou Internacional), e os recursos financeiros são provenientes das receitas públicas (impostos, taxas, contribuições e outras fontes de recursos) recolhidas pelo Tesouro Nacional. No setor cultural, o mais comum são os financiamentos não reembolsáveis, ou seja, o dinheiro não é devolvido ao Estado e a prática do financiamento é interpretada como um investimento. Porém, os Estados podem exigir contrapartidas em função do valor investido. (Dicionário de Ciências Econômicas)

Internacionalização da Produção

Entende-se por internacionalização da produção o processo que conduz a superar o quadro econômico nacional para organizar a produção e as trocas diretamente ao nível mundial. Num primeiro sentido (e desde os primeiros economistas clássicos), estudam-se os sistemas produtivos nacionais como entidades autônomas, antes de abordar as trocas internacionais. Em compensação, num segundo sentido (mais recente), considera-se que, para certos produtos, o sistema produtivo é diretamente mundial. Estas duas perspectivas não recobrem as distinções tradicionais entre os economistas liberais e os seus adversários. No entanto, tais evoluções são amiúde estudadas sob denominações diferentes pelas principais escolas de economistas. Os liberais analisam este processo falando de “especialização internacional da produção”, ao passo que muitos economistas heterodoxos tratam da “divisão internacional do trabalho”. (Dicionário de Ciências Econômicas)

ANEXOS

- a. Projeto Cultural Filhos da Terra – Versão apresentada à candidatura do IFCD