

Texto n.17

Textos para Discussão
ISSN 2447-8210

**Lei Rouanet: Incentiva
de fato a música no
Brasil?**

Álvaro Ribeiro Lacerda

**Grupo
Educativo**

Lei Rouanet: Incentiva de fato a Música no Brasil?

Álvaro Ribeiro Lacerda*

RESUMO

Este trabalho analisa a atuação da Lei Federal n.º 8.313, de 23 de dezembro de 1991, vulgo Lei Rouanet, no fomento à cultura no Brasil, em particular no fomento à música. Buscando defender os direitos culturais do cidadão brasileiro e, ainda, estimular o setor privado a contribuir financeiramente para a preservação e difusão da cultura no Brasil, o Governo Federal, através da Lei Rouanet, opera seus principais mecanismos de investimento à cultura. Para isso, sob determinadas condições, renuncia ao Imposto de Renda, devido por empresas e pessoas físicas, desde que invistam previamente em cultura. Assim, artistas, mestres de cultura popular, produtores culturais, professores de artes têm tido, ao longo desses vinte e cinco anos de lei, oportunidade de promoverem seus trabalhos, sob o patrocínio de empresas e pessoas físicas que aportem recursos em seus projetos culturais, aportes que serão deduzidos do ajuste anual do Imposto de Renda. A música, que é um dos principais ativos culturais brasileiros, é fortemente influenciada pela atuação dessa lei, seja de maneira positiva, seja de maneira negativa. Com esse trabalho, pretende-se analisar, de modo sucinto, a maneira como a música produzida no Brasil responde às ações de incentivo do Governo Federal.

Palavras-chave: Música no Brasil. Lei de Incentivo. Promoção Cultural.

¿Ley Rouanet: fomenta la música en Brasil?

Este estudio analiza el rendimiento de Ley Federal n.º 8313 de 23 de diciembre de 1991, popularmente conocida como la Ley Rouanet, en la promoción de la cultura en Brasil, particularmente en la promoción de la música. Buscando defender los derechos culturales de los ciudadanos brasileños y estimular al sector

* (Formado em Letras Português Espanhol, pela Unitis e licenciando em Música, pelo Unis).
alvarolacerda@gmail.com.

privado a contribuir financieramente a la conservación y difusión de la cultura en Brasil, el Gobierno Federal, a través de la Ley Rouanet, opera sus mecanismos de inversión principal a la cultura. Para ello, bajo ciertas condiciones, renuncia el impuesto sobre la renta a pagar por empresas y particulares, desde invertir en cultura previamente. Así, artistas, maestros de la cultura popular, productores culturales, profesores de Artes han sido, a lo largo de estos 25 años de ley, oportunidad de promocionar su trabajo, bajo el patrocinio de empresas e individuos que contribuyen con recursos de sus proyectos culturales, las contribuciones se deducirán el ajuste anual de impuesto sobre la renta. La música, que es uno de los principales activos culturales brasileños, está fuertemente influenciada por el desempeño de la presente ley, de manera positiva o de manera negativa. Con este trabajo pretendemos analizar, de manera sucinta, la forma como la música producida en Brasil responde a acciones de incentivo del Gobierno Federal.

Palabras clave: *Música en lo Brasil. Ley de incentivos. Promoción de la cultura.*

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho analisa a atuação do Ministério da Cultura na promoção cultural brasileira, em particular o modo como o setor musical, ligado ao espetáculo ou à formação de músicos e plateia, tem respondido à atuação da Lei de Incentivo à Cultura, Lei Rouanet. Esta lei busca atrair a participação do setor privado e, subsidiariamente, de pessoas físicas para o incentivo financeiro a projetos culturais diversos, sem discriminação subjetiva, sem determinação prévia do que tem qualidade para receber tal incentivo. A música realizada no Brasil é fortemente influenciada por esse mecanismo. Desde seu surgimento, a 8.313 tem viabilizado a constituição de diversos festivais e escolas de música, contribuindo para a ascensão de segmentos musicais que não recebem atenção das grandes mídias, como a música instrumental, a erudita e a folclórica. No entanto, não se devem celebrar suas conquistas sem antes questionar se elas correspondem ao volume de recursos públicos injetados no setor musical, tendo em vista que só faz sentido a criação de uma lei de fomento para quem precisa de fomento, ou seja, o artista alijado do mercado e o público alijado da ampla fruição artística.

2 LEI ROUANET: ENSINO E DIFUSÃO MUSICAIS

2.1 Ensino

Não é a proposta deste trabalho traçar a grande linha histórica das iniciativas do Governo Federal para fomentar a cultura no Brasil, mesmo porque a exiguidade do espaço deste artigo não permitiria¹. No entanto não se pode deixar de mencionar, para fins de compreensão global, que a Lei de Incentivo à Cultura foi criada durante o governo Collor, no início da redemocratização brasileira, durante o primeiro governo eleito pelo povo pós-regime militar.

O cenário econômico do Brasil à época era de inflação galopante e escandalosa corrupção. Combater a inflação e a corrupção e promover o crescimento econômico do Brasil por meio de maior liberdade ao setor privado eram as metas do novo governo. Neste cenário, insere-se a necessidade de fomentar a cultura, em um Estado que dispunha de poucos recursos para atender às necessidades consideradas básicas para a população, que dirá a cultura, considerada, historicamente, como necessidade secundária.

O secretário de cultura do governo Collor, Sérgio Paulo Roaunet, homem de erudição e ampla formação acadêmica (antropologia, economia, filosofia etc.) engendrou, então, a Lei Federal 8.313 de 1991, com a qual propôs solução à alegada carência de recursos públicos para o setor cultural. A lei instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura, formado por três mecanismos distintos de incentivo. São eles:

- I - Fundo Nacional da Cultura (FNC);
- II - Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart);
- III - Incentivo a projetos culturais. (BRASIL. Lei n.º 8.313, 1991).

O primeiro, apresentado no Capítulo II da Lei, é um fundo de natureza contábil gerido diretamente pelo Governo Federal, cujas fontes de arrecadação têm origens diversas, tais como recursos do Tesouro Nacional, doações, saldos não utilizados em projetos culturais geridos pela Lei, percentual extraído de concursos da Loteria Federal, rendimentos da própria aplicação etc.

O Governo Federal, representado por órgão autorizado (Secretaria de Cultura, à época da criação da lei, ou Ministério da Cultura, atualmente) decide

¹ Para conhecer com detalhes a história do incentivo público à cultura no Brasil, recomenda-se a consulta a José Carlos Durand, em Política Cultural e Economia da Cultura.

diretamente como utilizar os recursos do fundo, normalmente aplicando em editais, em convênios e, mais recentemente, em Pontos de Cultura, que são entidades civis reconhecidas pelo Governo como merecedoras de subsídio para manutenção de suas atividades culturais.

O segundo mecanismo, apresentado no Capítulo III da Lei, chamado Ficart, Fundos de Investimento Cultural e Artístico, nunca saiu do papel. Esse não teria gestão direta do Governo Federal sobre ele. Como todo fundo de investimento oficialmente reconhecido, submeter-se-ia à regulamentação do Banco Central, na pessoa da Comissão de Valores Mobiliários.

Os interessados em investir em cultura adquiririam cotas dos projetos culturais, com dedução parcial do Imposto de Renda (IR) devido e se beneficiariam dos lucros resultantes do projeto cultural. Simplificadamente, um investidor cultural, por exemplo, que quisesse investir dinheiro em uma grande turnê de um artista cujo projeto tivesse sido aprovado pelo Ficart, adquiriria cotas do fundo usando seus próprios recursos, mas, na declaração anual de IR, poderia deduzir do valor devido à Receita Federal parte do que investiu na aquisição das cotas, de acordo com as regras definidas nas leis.

A execução do Ficart nunca aconteceu, muito provavelmente por causa dos riscos para os investidores, pois o lucro não era certo e parte do valor empregado na aquisição das cotas era proveniente dos recursos próprios dos investidores. Já no terceiro mecanismo, explanado abaixo, não há riscos para o empresário, que na verdade está fazendo um investimento em marketing, muito menos para o produtor cultural, pois é permitido extrair dos recursos do projeto sua remuneração. Os lucros que podem ser gerados com a venda do produto cultural do projeto funcionam como uma fonte de renda extra.

O terceiro mecanismo, apresentado no Capítulo IV da Lei, chamado de Incentivo a Projetos Culturais, emplacou, em poucos anos, como o carro chefe da movimentação de recursos públicos para as políticas culturais no Brasil. Também chamado de Mecenato, em alusão aos mecenas, ricos comerciantes que no Renascimento patrocinavam artistas, o incentivo, em poucos anos, teve sua lógica de participação público-privada invertida, desmerecendo o epíteto de mecenato.

A intenção original era atrair as empresas para o investimento em cultura, em atendimento a um dos princípios norteadores da Lei. Parte do dinheiro investido por elas seria deduzida do ajuste anual do IR, a outra parte já aplicada no projeto, não

teria devolução. O que a empresa ganha com isso? O direito a divulgar sua marca no evento patrocinado e o poder de decidir como parte do IR devido por ela será utilizado, em vez de simplesmente entregá-la e aguardar que o Governo decida seu destino. Contudo, as empresas patrocinadoras, normalmente de grande porte e bem assessoradas por advogados e contadores expertos, conseguiram, pelos meios legais oferecidos pela própria lei, gradativamente, diminuir a participação do capital próprio nos projetos patrocinados e aumentar, em consequência, a participação do capital oriundo de renúncia.

Segundo Rubim (2009, p. 10): “o uso de recursos sofreu profunda transformação entre 1995, 66% das empresas e 34% de renúncia fiscal, e 2000, 35% das empresas e 65% de renúncia fiscal”. Dado confirmado pelo próprio Ministério da Cultura, MinC, no relatório intitulado Cultura em Três Dimensões:

Captação de Recursos via Lei de Incentivo (R\$ milhões)

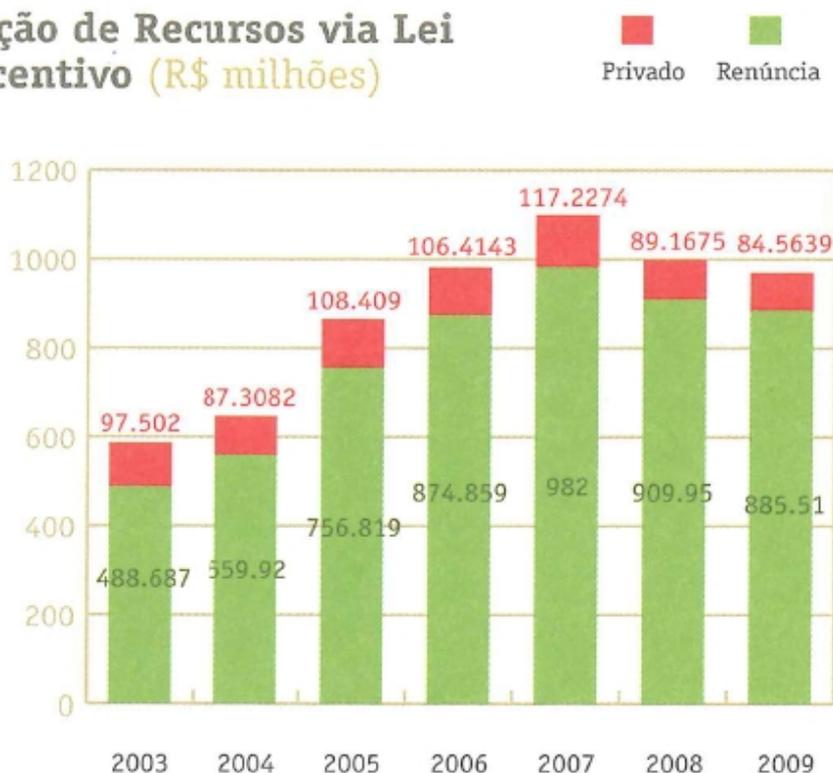


Gráfico 1²

Essa tendência de decréscimo de participação de capital privado e aumento do público em projetos incentivados só tem se acentuado, culminando no ano de 2015, conforme noticia o Ministro da Cultura Juca Ferreira, em absurdos 95% de participação pública, enquanto o setor privado, que se beneficia de divulgação e

² De Cultura em três dimensões: as políticas do MinC de 2003 a 2010.

renúncia fiscal, contribuiu com apenas 5%. Fala-se aqui de mais de um bilhão de reais que deixaram de ser arrecadados pelos cofres públicos para que empresários decidissem o que fazer com o dinheiro público, favorecidos pela divulgação das marcas de suas empresas³.

A Lei Rouanet parece ter chegado a uma encruzilhada, na qual se depara com questões fundamentais: “Continuar, ou a jornada acabou? Continuar para onde?” Passados 25 anos de sua aprovação, muitos questionamentos se erguem em diversas instâncias da sociedade. A imprensa, os órgãos de controle⁴, grandes produtores culturais e estudiosos do assunto encabeçam as discussões. Mas, e quanto à participação dos dois maiores interessados, o artista alijado do mercado e o público alijado da ampla fruição artística?

Os pequenos produtores culturais, os professores de arte, os mestres de cultura popular, os artistas locais estão habilitados a participar de maneira qualificada desta discussão? O público com baixo poder aquisitivo, consumidor quase que exclusivamente de cultura de massa veiculada pelos meios de comunicação dominantes conhecem seus direitos culturais a mais ampla fruição? Sabem que esses direitos lhes tem sido negligenciado? Certamente não.

A própria Lei Rouanet, a despeito de todas as distorções operadas na sua execução pelo mercado e pelo Estado, preconiza, no Capítulo I art. 1.º inciso I, que sua finalidade é: “contribuir para facilitar, **a todos**, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais”. (Idem). Assim, se os projetos patrocinados se concentram nas regiões mais desenvolvidas do país, deixando de fora a maioria dos municípios de médio e pequeno porte, não se pode dizer que a Lei seja satisfatoriamente cumprida. Bem como, se a Lei patrocina majoritariamente artistas que já detém recursos para o autocusteio de seus projetos, deixando de fora a maioria dos artistas que não são “dignos” de representar as marcas das grandes empresas, não se pode dizer que a Lei seja satisfatoriamente cumprida.

O viés desse trabalho, no entanto, está concentrado na relação da lei ora debatida e o estímulo à produção musical brasileira, tanto no que se refere à execução de espetáculos, quanto à execução de projetos de ensino de música, pois

³Reportagem Jornal o Globo: <http://oglobo.globo.com/cultura/lei-rouanet-completa-25-anos-sob-fogo-cruzado-18862523#ixzz45Y32i9Oi>

⁴Reportagem Jornal a Folha de São Paulo <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/02/1736700-tcu-proibe-lei-rouanet-para-projetos-com-fins-lucrativos-e-autossustentaveis.shtml>

ambos podem ser patrocinados via qualquer mecanismo de incentivo da Lei Rouanet em operação. Contudo, não se deve ignorar o impacto de seu trajeto histórico sobre todo o cenário cultural brasileiro, nele incluso a música.

Desnudas as incongruências do principal mecanismo da Lei de Incentivo à Cultura, passa-se a exposição de projetos, exitosos ou não, de música. Antes, deve-se mencionar que em 1999 a lei foi modificada. O artigo 18 dela passou a vigorar com nova redação que conferiu, a determinados projetos culturais, entre esses os de música instrumental e erudita, o benefício ao patrocinador de descontar integralmente do IR tudo que efetivamente aportou no projeto cultural aprovado pelo Ministério da Cultura. Assim, dentro do limite fixado pela Receita Federal, tudo que a empresa investir em projeto cultural de música instrumental ou erudita, poderá ser descontado do ajuste anual de IR.

Por meio do artigo 18, reconhecem-se áreas da cultura mais frágeis e suscetíveis ao esquecimento, por conseguinte, estimulam-se a apresentação e o ensino de música instrumental e erudita, tendo em vista o risco de esses segmentos serem ignorados pelo mercado, em razão do pouco apelo comercial. Presume-se que a música instrumental e a erudita não teriam poder de atrair, por si só, patrocinadores. Pesquisas de preferência musical no Brasil revelam que esse raciocínio está correto⁵, nenhum dos dois estilos figura sequer entre os dez preferidos pelos brasileiros. Desse modo, os legisladores e o MinC, estimulados pelos artistas que se sentiram pouco atendidos pela Lei, encontraram maneira de reparar o esquecimento produzido pela lógica de mercado.

A Escola Brasileira de Choro Raphael Rabello⁶ é, certamente, um exemplo bem sucedido de quem soube aproveitar essa nova configuração da Lei de Incentivo à Cultura. Localizada em Brasília, DF, a escola oferece cursos em diversos instrumentos e em diversos níveis, a preços populares. Dispõe de corpo docente capacitado e bem conceituado no circuito musical da cidade, com estrutura pedagógica e física capazes de atender plenamente os objetivos educacionais da escola.

Nessa escola, aprende-se acordeom, bandolim, cavaquinho, clarineta, flauta transversal, gaita cromática, gaita diatônica, pandeiro, percussão, sax alto, sax tenor, viola caipira, violão de seis cordas, violão de sete cordas e violino. Com ênfase na

⁵Reportagem revista Mundo Estranho: <http://mundoestranho.abril.com.br/materia/qual-tipo-de-musica-e-mais-popular-no-brasil>

⁶Site da escola: <http://www.escoladechoro.com.br/site/>

linguagem popular, a escola é um exemplo de sucesso no ensino de música do Distrito Federal, atraindo gente de toda a região para estudar e assistir aos shows que ocorrem de quarta a domingo no Clube do Choro, anexado à escola.

Desde o ano 2000 tem conseguido captar recursos de empresas, principalmente públicas, por meio do mecanismo Incentivo a Projetos Culturais, terceiro da Lei Rouanet, recursos que podem ser empregados tanto no pagamento da folha funcional, quanto na aquisição de instrumentos, a depender de como o projeto tenha sido proposto ao MinC.

Outro exemplo de escola a que se pode chamar de exitoso é o da Escola de Música de Piracicaba Maestro Ernst Mahle, EMPEM. Fundada em 1953, por M. Aparecida Romero Pinto, ex-aluna de Koellreutter, a escola oferta cursos livres de piano erudito e popular; violino e viola; violoncelo; violão erudito e popular; contrabaixo acústico; harpa; flauta doce e transversal; todo o naipe de metais; instrumentos elétricos; teoria e história da música etc. Tem, segundo divulga em seu próprio site, um dos maiores acervos de partitura do Brasil e amplas instalações⁷.

A EMPEM, também pode ser considerada um exemplo de sucesso em proposição e captação por meio do mecanismo Incentivo a projetos culturais. De acordo com o site Mostre!me: a Escola já conseguiu, entre os anos de 2003 a 2012, propor ao MinC projetos que, após aprovação, permitiram a captação de R\$ 1.991.924,45. Esses recursos, de acordo com o site, possibilitaram o desenvolvimento de diversos projetos, entre eles a concessão de bolsas para participação da Camerata da Escola de Música de Piracicaba, manutenção dos cursos de musicalização oferecidos a alunos da rede pública de ensino, aquisição de instrumentos para composição do acervo escolar etc.

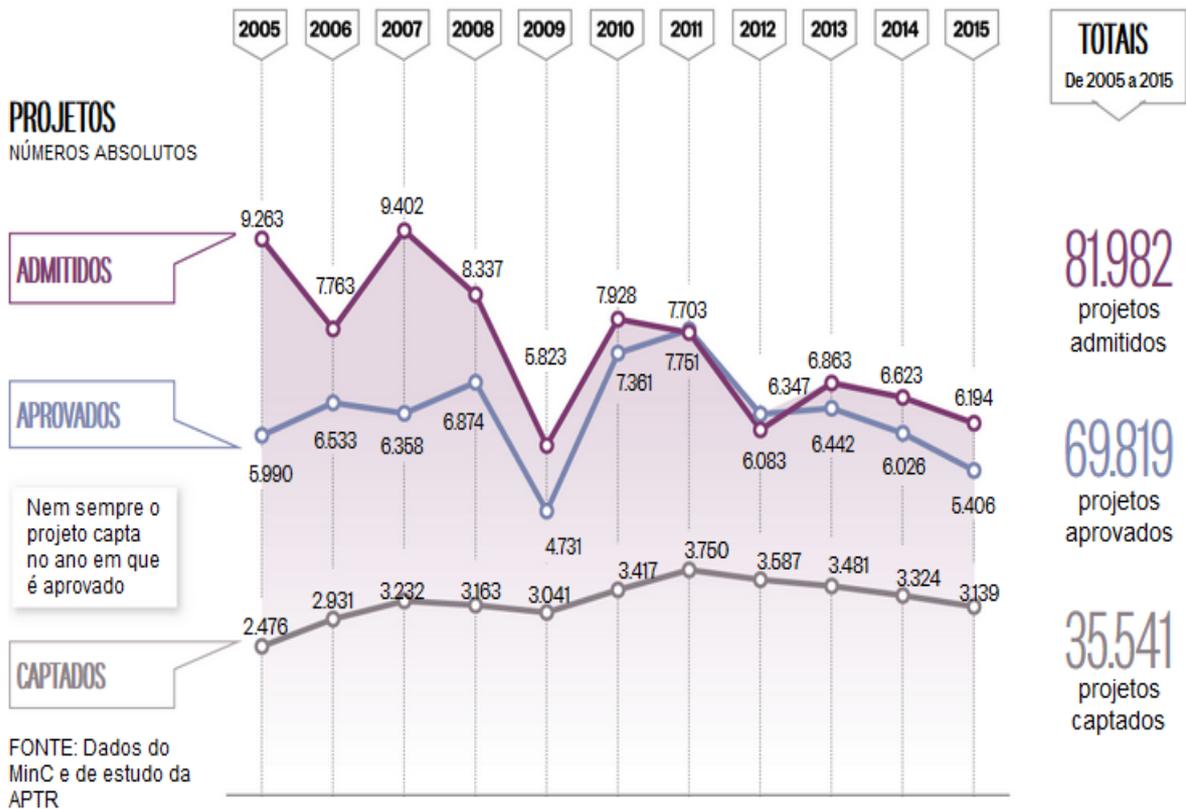
Entretanto, o sucesso experimentado pela Escola Brasileira de Choro Raphael Rabello e pela EMPEM não é a regra, pelo contrário, a grande maioria de projetos propostos ao MinC, inclusive os de escola de música, sucumbem. Uma das principais causas da sucumbência é a dificuldade de captação. Não basta conseguir ter o projeto aprovado pelo MinC, é preciso conseguir, depois da aprovação, convencer o empresário a investir no projeto. Se o proponente não consegue encontrar empresários dispostos a patrocinar seu projeto, ou encontra, mas não consegue convencê-los de que será bom para a empresa ter sua marca associada ao projeto, o empresário não patrocina.

⁷Site da escola: <http://www.unimep.br/universidade/institucional/site/empem/index.php?fid=101&ct=2130>

Além disso, o potencial patrocinador pode decidir não fazer uso da Lei de Incentivo, para se livrar de possíveis problemas com o ajuste anual do IR, pode ainda decidir empregar seu direito à renúncia fiscal em projetos esportivos, geridos pelo Ministério do Esporte etc. No entanto, o maior entrave para a aprovação e captação de projetos é, certamente, o desconhecimento do mundo dos negócios culturais por parte de quem propõe projetos culturais, sobretudo o pequeno proponente, que se posiciona muito mais como um artista do que um empresário de sua própria arte. Falta conhecimento jurídico, administrativo-comercial, de marketing, enfim, falta ao pequeno proponente perceber que, se ele não se apropriar de sua carreira, em todos os aspectos, pode ser que ela nunca deslanche.

No gráfico exposto a seguir, vê-se que quase oitenta e dois mil projetos foram propostos ao MinC, entre os anos de 2005 a 2015, com o fim de receberem patrocínio financeiro por meio do mecanismo Incentivo a projetos culturais. Desses, pouco mais de trinta e cinco mil (42%) conseguiram de fato captar algum valor das empresas e se os dados fossem ainda mais apurados, ver-se-ia que entre os proponentes que conseguiram captar, há aqueles que captaram tão pouco dinheiro que nem foi possível executar o projeto.

Chamam-se admitidos todas as propostas de projeto que foram apresentadas ao MinC, independentemente de elas apresentarem as condições legais e formais para tornarem-se projetos de fato. Chamam-se aprovados todas as propostas que apresentaram todas as condições legais e formais para tornarem-se projetos de fato. Já os captados são os projetos que preencheram os requisitos de admissão e conseguiram captar recursos financeiros dos empresários. Como dito anteriormente, estão inclusos no número total de projetos captados, 35.541 projetos, aqueles que captaram tão pouco recurso que sequer puderam desenvolver o projeto, ou desenvolveram-no bem aquém da proposta aprovada.

Gráfico 2⁸

Aqui cabe uma pertinente observação. Conforme prevê a Lei Rouanet em seu artigo 22: “Os projetos enquadrados nos objetivos desta lei não poderão ser objeto de apreciação subjetiva quanto ao seu valor artístico ou cultural.” (Idem). É por essa razão que o MinC não julga o valor artístico de uma proposta para admiti-la como projeto. São observados dados técnicos e jurídicos, para a aprovação da proposta e sua consequente conversão em projeto, no entanto, se, por exemplo, a música é considerada de qualidade ou não, não interessa à comissão julgadora do Ministério da Cultura.

Essa comissão julgadora, ou seja, a Comissão Nacional de incentivo à Cultura, ou apenas CNIC, é constituída de:

- I - o Secretário da Cultura da Presidência da República;
- II - os Presidentes das entidades supervisionadas pela SEC/PR;
- III - o Presidente da entidade nacional que congrega os Secretários de Cultura das Unidades Federadas;
- IV - um representante do empresariado brasileiro;
- V - seis representantes de entidades associativas dos setores culturais e artísticos de âmbito nacional. (Idem).

⁸ Adaptado de <http://oglobo.globo.com/cultura/lei-rouanet-completa-25-anos-sob-fogo-cruzado-18862523#ixzz45Y32i9Oi>

Assim, tem-se uma comissão constituída pelos diversos segmentos sociais interessados no desenvolvimento da cultura no Brasil: Estado, empresariado e produtores culturais. Pretende-se com isso não monopolizar as decisões que a todos interessam apenas na mão do Estado, dando à sociedade civil alguma forma de inserir-se nas esferas de decisão, compondo a mais importante comissão de avaliação de projetos dentro do Ministério da Cultura.

2.2 Difusão Musical

O Festival de Choro e Jazz de Jericoacoara⁹ se estabelece no panorama artístico do Brasil como um dos eventos de música instrumental mais importantes para o país. Grandes artistas, notadamente do choro e do jazz, apresentam-se gratuitamente em um cenário considerado paradisíaco, Jericoacoara, CE. Também são realizados shows em Fortaleza. O festival, que ano passado realizou sua sétima edição, além de trazer nomes consagrados da música instrumental brasileira e até alguns nomes do cenário internacional, também revela promessas musicais e oferece formação por meio de oficinas de música.

Outro grande festival de música instrumental realizado aqui no Brasil é o Rio das Ostras Jazz e Blues. Segundo os organizadores do evento¹⁰, este festival é um dos maiores do mundo e o maior da América Latina no gênero. Realizado na região dos lagos, na cidade de Rio das Ostras, RJ, o festival atrai milhares de pessoas para a região, tornando-se um dos eventos mais importantes do seu calendário turístico.

Muitos dos maiores nomes do jazz e do blues, internacional e nacional, já se apresentaram em seus palcos, tais como: Robben Ford, Incognito, Arismar do Espírito Santo, Nuno Mindelis, Márcio Montarroyos, Léo Gandelman, Richard Bona, Spyro Gyra, John Hammond, Coco Montoya, Medeski, Martin & Wood, Stanley Clarke Band etc. As atrações são sempre gratuitas, distribuídas em diferentes pontos turísticos da cidade. Não se pode negar que esse evento seja um exemplo de sucesso de público e democratização de acesso à cultura.

Esses dados poderiam indicar que o mesmo sucesso que acompanha a realização desses festivais estaria presente na captação de recursos das empresas

⁹Site do evento: http://chorojazz.com/?page_id=24

¹⁰Site do evento: <http://www.riodasostrsjazzeblues.com/joomla/index.php>

patrocinadores, porém, o que se constata não é bem isso. A despeito da qualidade das atrações musicais, do cenário litorâneo (tão atraente aos negócios do turismo) e da gratuidade, que não restringe o acesso dos consumidores, esses festivais não têm conseguido captar recursos das empresas patrocinadoras. Quer dizer, não tem conseguido convencer as empresas de que investir em música instrumental por meio do mecanismo três da Lei de Incentivo é um bom negócio para elas.¹¹

Não se deve aqui responsabilizar os organizadores desses festivais pela opção dos empresários por não incentivar seus projetos. Ao contrário, deve-se mesmo é exaltar seu comprometimento com seu trabalho e a habilidade de captar de outras fontes recursos para mover eventos dessa magnitude, a despeito da falta de apoio do maior mecanismo de incentivo à cultura que existe no Brasil, que é o Incentivo a projetos culturais da Lei Rouanet. As leis estaduais que fomentam a cultura acabam preenchendo essa lacuna.

A dificuldade de captação de recursos por meio da Lei de Incentivo federal para projetos de música instrumental do porte de festivais como os de Jericoacoara e Rio das Ostras podem sugerir que as grandes empresas não encontram vantagens em associar suas marcas a segmentos artísticos que não tenham grande apelo comercial.

Por outro lado, apesar de o Funk carioca ser um dos estilos musicais mais ouvidos pela população brasileira, não se pode dizer que quem propõe projetos culturais para fomentar este estilo de música tenha êxito na captação financeira. De acordo com o Mostre!me, das dezenas de projetos de Funk carioca propostos nos últimos anos, apenas um conseguiu captação financeira. Seriam o Funk carioca e a música instrumental pouco atraentes para empresas que podem patrocinar projetos culturais? Entre as grandes empresas que operam no Brasil, associar sua imagem a esses estilos culturais pode representar para elas algum ganho? Talvez só um estudo específico possa revelar, mas uma coisa é fato, apesar de esses estilos serem esteticamente quase que opostos, no quesito captação de recursos, são quase irmãos.

A música erudita, ou música clássica como é mais facilmente reconhecida, não enfrenta tantas dificuldades para encontrar empresas que queiram associar sua imagem a elas. Citem-se os festivais de inverno fomentados pela Lei Rouanet que

¹¹Vide site Mostre!me/cultura

ocorrem em todo país, cujas atrações musicais, majoritariamente, consistem em música clássica.

Dois dos principais eventos desse tipo são o Festival de Inverno da UFPR e o Festival de Inverno de Campos do Jordão. Ambos promovem vários dias de concertos e oficinas de formação, com programação gratuita ou a preços populares – no caso do segundo. Normalmente são patrocinados por empresas públicas e contam também com recursos dos respectivos governos dos estados. De qualquer modo, ano após ano estão sempre conseguindo propor seus projetos ao MinC e captar recursos das empresas¹².

Festivais que promovem outros estilos musicais, preferidos pelos brasileiros, como o pop, o forró e o sertanejo também não conseguem captar grandes somas de dinheiro. Aliás, a maioria dos projetos propostos sequer conseguiu captar uma quantia mínima suficiente para iniciar sua execução. O que não significa que artistas de sucesso de cada um desses segmentos musicais não tenham se beneficiado da Lei. Isso mostra que, em que pese não esteja escrito na Lei, o artista que tenha bons relacionamentos com o setor empresarial, já tem expectativas, antes mesmo de propor o projeto, de que ele será patrocinado. Já o produtor cultural que não conta com uma porta aberta no setor empresarial e sai em busca de patrocínio, frequentemente, é malsucedido.

O caso do samba, por exemplo, é diferente dos outros estilos populares. Segundo o Mostre!me, o samba, nos últimos quinze anos, através dos milhares de projetos aprovados vindos de todo o Brasil, movimentou R\$ 136.075.161,03. É um caso particular, principalmente por causa das comemorações de carnaval. Só o carnaval carioca, uma das maiores festas do mundo, já movimenta milhões, com participação da Lei Rouanet. É um evento com alto poder de atração de investimento. Cervejarias, por exemplo, investem muito dinheiro nesses eventos, mas quem faz as doações que sustentam essas festas, normalmente, são as empresas públicas ou de capital misto, público-privado¹³.

Portanto, o que se tem é um panorama cultural-empresarial muito complexo criado pelo terceiro mecanismo da Lei Rouanet, o Incentivo a projetos culturais. A complexidade só cresce quando esse mecanismo interage com as leis de incentivo cultural dos estados e municípios. Para sobreviver de sua arte, o produtor cultural,

¹² Para obtenção de informações a respeito desses festivais e seus respectivos projetos para a Lei Rouanet, consulte o site Mostre!me ou o site Salic Net.

¹³ O carnaval no Mostre!me: <http://mostre.me/cultura/projetos/11025-minhas-del-rei-sao-joao-carnaval-2006-as>

sobretudo o pequeno, deverá compreender a lógica do mundo empresarial, a lógica do mundo jurídico, a lógica dos interesses políticos, a lógica das expectativas do público.

O artista que pretenda sobreviver de seu trabalho precisa não apenas desenvolver sua expressão artística ou as habilidades técnicas necessárias às manifestações de suas criações. Precisa também, por mais contragosto que haja nisso, inserir-se nesse mundo real de formulações e ocupações burocráticas tão afastadas do mundo criativo e livre propício ao fazer artístico. Obviamente, quem dispuser de recursos financeiros para pagar um bom empresário, alguém para pensar e gerir sua carreira, poderá entregar-se apenas a sua arte, mas essa não é a condição da maioria dos artistas brasileiros.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A controversa Lei 8.313, ou Lei Rouanet, divide opiniões, opiniões normalmente formuladas por setores especializados da sociedade, jornais e entidades representantes dos grandes artistas. Passa ao largo do pequeno produtor cultural, que a ignora, ou quando sabe de sua existência, desconhece como fazer uso dela. Já a população em geral, começa a tomar conhecimento da Lei, por meio de notícias que frequentemente têm ressaltado apenas o caráter negativo dela¹⁴.

A Lei Rouanet, certamente é merecedora de muitas das críticas que tem recebido, pois nasceu como um projeto com finalidades bem diversas do uso que hoje se dá para ela. Quando surgiu, pretendia atrair investimentos privados para a cultura. O Primeiro Setor e o Segundo Setor caminhariam juntos fomentando a cultura no Brasil. Enquanto o Estado ganhava o adiantamento financeiro concedido pelas empresas, estas ganhavam abatimento no IR e divulgação de suas marcas, contudo, ao longo desses vinte e cinco anos de lei, essa máquina passou a funcionar de jeito um estranho, diverso do objetivado em sua criação.

Hoje a Lei Rouanet entrega a empresários e artistas bem relacionados o direito de escolher como recursos públicos que deixaram de ser recolhidos ao Tesouro serão utilizados. As atividades culturais promovidas pelo mecanismo de Incentivo à cultura concentram-se nas regiões mais ricas do país, onde se localizam

¹⁴Os Pronacs mais bizarros: <http://spotniks.com/os-12-projetos-mais-bizarros-aprovados-pela-lei-rouanet/>

os grandes patrocinadores¹⁵. As atividades culturais patrocinadas são aquelas que interessam aos empresários.

Salvo raras exceções, as manifestações culturais não interessantes ao mercado da cultura de massa não conseguem alcançar o público, por desinteresse de patrocinadores. Mesmo com o decréscimo provocado pela concorrente internet, a população em geral mantém entre suas preferências a fruição cultural provida pela TV, pouco notando, ou mesmo ignorando os outros meios de difusão cultural.

É da constatação desses desacertos da Lei que o atual Ministro da Cultura, Juca Ferreira, extrai argumentos para a defesa do Procultura, o Projeto de Lei¹⁶ 6722/2010. Esse projeto pretende sanar as distorções que surgiram ao longo dos anos de execução da Lei Rouanet, criando formas mais justas de admissão de projetos culturais e categorização de projetos e proponentes, segundo o alcance dos benefícios dos projetos e das capacidades particulares dos proponentes de custearem seus próprios projetos.

Assim, pretende-se tratar iguais como iguais, mas desiguais como desiguais. O grande empreendedor cultural que propuser projetos autossustentáveis economicamente deverá utilizar mecanismo próprio de fomento, um fundo de investimento – o ressurreto Ficart. Os projetos culturais de pequeno porte contarão com mais recursos do FNC, geridos diretamente pelo Estado, sem a necessidade de recorrer a empresários; e o terceiro mecanismo da atual Lei, o Incentivo, terá sua importância reduzida, embora não seja eliminado.

Contudo essa é uma paisagem ideal e, à medida que os interesses de quem domina o mercado não mais preponderarem, é certo que surgirão embates para que ocorra o restabelecimento da situação anterior, ou seja, a situação que sempre manteve os privilégios dos detentores dos meios de produção de cultura de massa.

Aliás, antes mesmo de o Procultura ser aprovado, já há muitos movimentos para manter as coisas como estão e, a bem da verdade, nada há de ilegal nisso. É desses embates que se constituem as relações de poder na política, e esperar passivamente que o Estado reconheça as necessidades de determinado setor da sociedade é, sem dúvida, a maneira menos eficaz de se alterar uma realidade social.

¹⁵Vide Gráfico Distribuição Regional dos Recursos de Incentivo e FNC, em Cultura em Três Dimensões, p. 15.

¹⁶Vide texto em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=465486>

Os músicos e professores de música, inteirados sobre o assunto, precisam se organizar, formar grupos e associações, com ampla representativa, para, unidos, encontrarem formas de levar suas demandas ao Poder Público, do contrário, ficarão de fora da rodada de negociações que ora ocorre e terão que viver daquilo que sobejar da mesa dos engajados. O Procultura, pelo que alardeia o Ministro da Cultura, deverá ser votado no Senado este ano. Assim sendo, ainda há tempo de promover no projeto de lei modificações que melhor atendam os interesses dos projetos culturais de pequeno porte e confirmem a estes mais garantias de recursos e distribuição por todo o território nacional.

Dois movimentos relativamente recentes que promoveram as mudanças no ensino de música no Brasil demonstram que o caminho para atrair a atenção do poder público às demandas da educação musical (o que também serve para qualquer demanda social) é a atividade política organizada. Refere-se aqui à inclusão do ensino de música na Lei de Diretrizes e Bases de 1996, em que a música foi considerada conteúdo obrigatório, **mas não exclusivo**, com posterior modificação para **oferta obrigatória**, pela Lei 11.769 de 2008. Não foi por iniciativa do poder público que esses dispositivos legais entraram em vigor, mas sim por batalhas de entidades civis organizadas, como a Associação Brasileiro de Educação Musical, a Abem, e os sindicatos dos Músicos. (FONTERRA, 2003, p. 191 – 219)

A internet é uma importante ferramenta para a organização dos interessados na criação de movimentos sociais. Espera-se que este sucinto trabalho possa estimular a curiosidade de músicos, estudantes de música, artistas e produtores culturais de diversas áreas para o fim de se organizarem e, em conjunto, ampliarem e sistematizarem seus conhecimentos sobre o assunto, promovendo movimentos de participação popular capazes de alcançar as instâncias de poder político. Calados jamais serão ouvidos.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Introdução à sociologia da música**. São Paulo: Unesp, 2009.

BRASIL. Lei n.º 8313 de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei n.º 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Cultura em três dimensões**: As políticas do Ministério da Cultura de 2003 a 2010. Brasília, DF, 201?.

COLI, Jorge. **O que é arte**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

DURAND, José Carlos. **Política cultural e economia da cultura**. Cotia, SP: Ateliê, 2013.

FONTEERRADA, Marisa Trench de Oliveira. **De tramas e fios**: Um ensaio sobre música e educação. São Paulo: Unesp, 2003.

FRANCIS, André. **Opus 86**: Jazz. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. **O governo Collor e a modernidade em tempos incertos**. Revista Novos Estudos n.º 29 – março de 1991.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Políticas culturais no Brasil**: tristes tradições. São Paulo: Revista Galáxia, n. 13, 2007.

SALIC NET SISTEMA DE APOIO ÀS LEIS DE INCENTIVO À CULTURA. Disponível em:<<http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>>. Acesso em 13 de abril de 2016.

SILVA, Frederico A. Barbosa. **Economia e política cultura**: Acesso, emprego e financiamento. Brasília: MinC, 2007.

Grupo
Educatonal