



ESTRATÉGIAS DE DEMOCRATIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS INCENTIVADOS PELA LEI DE INCENTIVO À CULTURA

Lusvanio Carlos Teixeira¹

Wescley Silva Xavier²

Resumo: Este artigo buscou descrever as estratégias de Democratização de projetos culturais incentivados pela Lei de Incentivo à Cultura (LIC). Foi realizada uma pesquisa qualitativa, a partir da coleta de uma amostra aleatória de projetos culturais viabilizados entre 2009 e 2018, analisando o conteúdo das estratégias de Democratização destes projetos. As medidas de democratização dos projetos foram categorizadas em estratégias de: acessibilidade e acesso financeiro às produções culturais; abertura e alcance de produções e equipamentos culturais; formação de público; e doação e disseminação de produtos culturais. Concluiu que a concepção de democratização tomada pela LIC vem sofrendo alterações, as quais são incorporadas nas instruções normativas, sendo que a orientação inicial que se pautava na democratização da cultura vem tomando ares de democracia cultural.

Palavras-chave: Políticas Culturais; Lei de Incentivo à Cultura; democratização da cultura; democracia cultural; incentivo Fiscal.

STRATEGIES FOR DEMOCRATIZATION OF CULTURAL PROJECTS PROMOTED BY THE CULTURE INCENTIVE LAW

Abstract: This paper sought to describe the Democratization strategies of cultural projects promoted by the Culture Incentive Law (LIC). Qualitative research was carried out, starting with the collection of a random sample of cultural projects made possible between 2009 and 2018, analyzing the content of the democratization strategies of these projects. The democratization measures of the projects were categorized into strategies of: accessibility and financial access to cultural productions; openness and outreach of cultural productions and equipment; audience formation; and donation and dissemination of cultural products. It was concluded that the conception of democratization taken by the LIC has been undergoing changes that have been incorporated into the normative instructions and that the initial orientation that was based on the democratization of culture has been transformed into cultural democracy.

Keywords: Cultural Policies; cultural incentive law; democratization of culture; cultural democracy; fiscal Incentive.

Artigo recebido em: 23/02/2023 Aprovado em: 01/11/2023
DOI: <https://dx.doi.org/10.18764/2178-2865.v27n2.2023.35>

¹ Doutorando e Mestre em Administração, com concentração na área Pública, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Viçosa (PPGADM/UFV). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). E-mail: lusvanio.t@gmail.com

² Professor Adjunto do Departamento de Administração e Contabilidade da Universidade Federal de Viçosa (UFV), atuante no Programa de Pós-Graduação em Administração da UFV (PPG-Adm/UFV). Possui Doutorado e Mestrado em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Graduação em Administração pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). E-mail: wescleysxavier@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO¹

As políticas culturais são ações realizadas pelo Estado, mercado e sociedade para sanar as necessidades culturais existentes, de modo a garantir a todos o acesso à cultura e aos bens culturais, utilizando-se do conjunto de estruturas administrativas, aparelho jurídico, ações culturais e investimentos públicos para preservar os bens patrimoniais, difundir e incentivar as práticas culturais (CUNHA, 2003). Pela perspectiva democrática, as políticas culturais objetivam distribuir capacidades para interpretação e formação de culturas (JONES, 2010).

As políticas culturais têm por objetivo coordenar a dinâmica democrática de acesso à cultura, representando uma forma de garantia do acesso aos direitos culturais, e se orientam a partir de dois paradigmas: democratização da cultura e democracia cultural. Esses paradigmas podem ser complementares ou conflitantes, acerca das possibilidades de intervenção do Estado no campo cultural, denotando objetivos políticos, onde através da democratização da cultura busca-se, principalmente, fornecer acesso aos bens culturais de uma cultura singular, ao passo que a democracia cultural busca incluir e compreender a diversidade cultural existente e fornecer meios para possibilitar a produção cultural (GATTINGER, 2011).

Acerca da atuação do Estado brasileiro na cultura, destaca-se a Lei 8.313 de 1991 – Lei de Incentivo à Cultura (LIC), também conhecida como Lei Rouanet – como instrumento que mais direciona recursos para projetos do setor. Esta lei atua a partir da renúncia fiscal, possibilitando que contribuintes, pessoas físicas ou jurídicas, direcionem parte de seu Imposto de Renda para projetos culturais previamente aprovados por órgãos federais da cultura. Acerca dos projetos culturais, há uma exigência legal de que as propostas culturais submetidas para avaliação de possível captação de recursos por meio desta lei, apresentem estratégias de promoção de democratização do acesso às produções culturais viabilizadas. Essas estratégias compõem um dos critérios de avaliação dos projetos e as Instruções Normativas da lei sugerem ações que podem ser praticadas nesse sentido.

A partir do exposto, acrescido da inexistência de estudos anteriores que trabalharam dados referentes às medidas de democratização do acesso, este artigo busca descrever as estratégias de democratização utilizadas por projetos culturais viabilizados através da LIC. Para tanto, definiu-se uma amostra representativa do total de projetos que captaram recursos através da lei e foram coletados dados referentes às estratégias de democratização destes projetos, as quais foram categorizadas de acordo com as sugestões de ações de democratização elencadas na Instrução Normativa (IN) nº 1 de 2013 e na literatura sobre o tema (KAWASHIMA, 2006; LACARRIEU; CERDEIRA, 2016).

Como contribuições, acadêmicas e práticas, este artigo colabora na apresentação das estratégias de promoção da democratização utilizadas por projetos culturais contemplados pela LIC, trazendo luz e transparência acerca do funcionamento desse mecanismo, além de suas potencialidades em termos de contribuições para a sociedade. Em termos práticos, o artigo ilustra para os interessados na LIC as multifaces de ações de promoção do acesso e da inclusão social por meio dos projetos culturais, considerando as lentes teóricas da democratização da cultura e da democracia cultural.

2 DIMENSÕES DEMOCRÁTICAS DAS POLÍTICAS CULTURAIS

As políticas culturais representam formas de desenvolver a democracia, dado seu potencial de fazer com que a democracia se sobressaia ao seu aspecto formal para se tornar uma democracia real, onde os indivíduos participem ativamente no governo. Para tanto, as políticas culturais devem se concentrar em objetivos como desenvolvimento da criatividade, expressividade e cooperação entre os indivíduos (LANGSTED, 1989), desenvolvendo e distribuindo capacidades de interpretação e criação cultural (JONES, 2010).

O acesso à cultura é algo elementar na dinâmica da vida cultural democrática, e o governo é responsável pela alocação de recursos, aproveitamento de espaços e viabilização dos elementos necessários para a formação cultural dos indivíduos, com a educação e capacitação de públicos para acesso à arte. Desse modo, o enfoque das políticas culturais deveria se direcionar para criação de meios de produção cultural, pensando na formação de uma cidadania ativa (ADAMS; GOLDBARD, 1993).

As políticas culturais se orientam por dois paradigmas: a democratização cultural e a democracia cultural. Essas dimensões foram introduzidas inicialmente por Girard (1972), na busca por compreender o *modus operandi* das políticas culturais num contexto de aumento de gastos públicos com cultura e de aumento do consumo de bens culturais. Tratar a cultura de forma democrática, segundo esse autor, seria viabilizar o acesso aos produtos culturais para todos, por meio de subsídios para o setor, diminuição do preço de ingressos em teatros, museus e centros culturais, para aumentar o acesso a esses bens.

Na democratização da cultura busca-se principalmente proporcionar o acesso aos bens culturais legítimos. O papel do Estado, nessa perspectiva, é de fornecer acesso aos bens culturais da alta cultura, para um público que não tenha acesso direto a esses bens devido à falta de renda ou de educação formal (EVRARD, 1997). Uma medida de sucesso de políticas culturais dessa dimensão é o

reconhecimento de que estas conseguem atender a totalidade da população no acesso a obras de arte.

Essa forma de política cultural surge entre 1959 e 1969, quando é criado o Ministério dos Assuntos Culturais na França que, assumido por André Malraux, buscou transmitir a alta cultura à população francesa por meio da criação de espaços culturais em diferentes localidades na França (MANGSET, 2018). As políticas culturais de democratização da cultura contam com um movimento hierarquizado, de decisões que vêm de cima para baixo, com objetivo de difundir para a população elementos culturais dotados de certa universalidade. Nesse paradigma geralmente se tem a cultura erudita como base de avaliação da desigualdade de acesso à cultura que deverá ser sanada, de modo que as políticas culturais criadas possuem um caráter elitista e paternalista, orientadas pelo acesso a espaços e práticas culturais socialmente legitimadas (BOTELHO, 2007).

A democracia cultural refere-se a reconhecer todas as práticas culturais existentes, valorizando-as de forma igualitária e propiciando que estas sejam manifestas em espaços públicos (BARBOSA; FREITAS FILHO, 2015). Num contexto de democracia cultural, espera-se que os indivíduos tenham liberdade social para criar a própria versão de cultura (WILSON; GROSS; BULL, 2017), e considera-se que o consumo cultural orienta-se na livre escolha individual, em que as políticas culturais buscam não interferir nas preferências e sim apoiar as escolhas individuais referentes ao consumo de bens culturais, atuando de forma regulatória direcionada para a distribuição de informações e viabilização das produções culturais (EVRARD, 1997).

O debate sobre democracia cultural surgiu na Europa, em meados da década de 1970, como uma forma de crítica à democratização da cultura, tendo em vista que esta não considerava práticas culturais de caráter popular, apenas culturas elitistas. A democracia cultural vem com a proposta de considerar, além da ideia de acesso aos bens culturais, etapas relacionadas à produção cultural em sua origem, fazendo mais que as distribuir (GATTINGER, 2011). As políticas orientadas por esse paradigma pautam-se num contexto de pluralidade e complexidade na dinâmica de interações culturais das sociedades contemporâneas, considerando a existência de espaços sociais plurais e que, portanto, devem ampliar as formas de participação na elaboração de políticas culturais, abarcando as perspectivas tanto de produtores quanto dos receptores destas políticas (MARQUES, 2015).

Num projeto de democracia cultural as políticas culturais devem ir além de meramente fornecer acesso a espaços e obras consagradas, para promover uma maior participação dos públicos culturais nas decisões, fazendo com que estes sejam mais que consumidores das produções culturais (LOPES, 2009). Trata-se de uma busca pelo desenvolvimento de capacidades culturais, na criação de condições para que os indivíduos possuam liberdade substantiva para produzir cultura (HADLEY, 2018).

A diferença entre as dimensões é que a democracia cultural não busca induzir que a população faça algo ou consuma determinados bens culturais, mas sim fornecer o acesso às produções e deixar possibilidades de escolha para os indivíduos, indo além de meramente colocar determinada cultura legítima à disposição, que é a proposta da democratização da cultura (BOTELHO, 2001). A democracia cultural rompe com a democratização da cultura na medida em que a última se refere a uma estratégia de popularização paternalista de culturas elitizadas, enquanto a democracia cultural vislumbra ampliar o capital cultural coletivo, para garantir liberdade de expressão cultural em espaços públicos e participação em decisões políticas do campo cultural (MARQUES, 2015; BOTELHO, 2001).

As dimensões possuem objetivos diferentes em relação ao reconhecimento cultural, sendo que na democratização da cultura busca-se fornecer, à população, acesso a obras de uma cultura específica, e a democracia cultural se preocupa em atender e reconhecer a diversidade cultural existente (GATTINGER, 2011). Apesar das diferenças entre os paradigmas, Langsted (1989) discorre que idealmente a democratização da cultura e a democracia cultural deveriam progredir de forma conjunta e simultânea, em políticas culturais de dupla estratégia.

Uma discussão paralela a essas perspectivas se refere ao caráter de acesso, desenvolvimento de público/audiência e inclusão social nas produções culturais (HADLEY; BELFIORE, 2018). Esses aspectos auxiliam a pensar a política cultural enquanto instrumento democrático, e apresentam características tanto de democratização da cultura quanto de democracia cultural. Nesse aspecto, as definições das formas de atuação nessas searas insurgem como meio de nortear possíveis estratégias de ação a serem utilizadas.

Acerca do acesso à cultura, a palavra traz em sua acepção variados significados, mas essencialmente entende-se que há valores universais relacionados à cultura dos quais todos os indivíduos têm direito, sendo que com o acesso à cultura possa se incluir indivíduos socialmente marginalizados. Para tanto, por mais que possam acessar à diversidade de produções culturais, apenas a garantia do acesso pode não salvaguardar a efetividade das políticas culturais. Existem estratégias voltadas para o desenvolvimento de audiência, para fornecer ao público os meios necessários para a compreensão das produções culturais acessadas (KAWASHIMA, 2006). Algumas categorias podem ser conceituadas enquanto estratégias de atuação de desenvolvimento do público, conforme o Quadro 1.

Quadro 1 - Tipos de ações de desenvolvimento de público

Categorias	Objetivo e formas de atuação
Marketing Estendido	Tem esse nome por utilizar instrumentos do marketing convencional e aplicá-los em áreas artísticas. É empregado vislumbrando explorar potenciais públicos que podem estar interessados em arte e cultura, mas que não os acessam por algum motivo. Nesse aspecto, busca-se através de ações de Marketing Estendido identificar o público, compreender as razões de estes não acessarem as produções culturais, remover possíveis empecilhos que impedem o acesso às produções e oferecer incentivos para que o acesso aconteça. Ex.: criação de ambiente acolhedor para recepção de visitantes não convencionais em determinados equipamentos culturais.
Cultivo de Gosto e Educação de Público/Audiência	Esse tipo de ação acontece em produções culturais que já possuem públicos/audiências formadas, de modo que por meio do cultivo de gosto vislumbra-se ampliar as possibilidades de produtos culturais a serem consumidos por esse público. Já através da educação de audiência busca-se desenvolver as experiências artísticas deste público. Essas ações se iniciam a partir da percepção de que o público existente poderia se interessar por outros tipos de produções que não estejam sendo ofertadas. Ex.: projeto de Cultivo de Gosto que leve, previamente às apresentações, participantes de concertos de música erudita a exposições artísticas, ou projetos de Educação de Audiência que proporcionem aos participantes o aprofundamento, por meio de estudo, acerca de algum elemento específico da produção cultural.
Divulgação	Ocorre por meio de projetos voltados a levar arte e cultura a localidades em que a população tem pouco ou nenhum acesso às produções culturais. Esse tipo de ação se diferencia das categorias anteriores por possuir objetivos mais voltados para questões sociais do que para expansão do alcance de acesso das produções culturais, com capacidade inclusive para contribuir com políticas sociais através da inclusão social e artística. Possui públicos diversos, como atuações em: hospitais, áreas periféricas, presídios, asilos, acampamentos de sem-teto, entre outros locais.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Kawashima (2006).

As categorias apresentadas podem embasar análises acerca do tipo de medidas que podem ser tomadas por projetos culturais para que as produções culturais sejam mais acessadas pela população e consigam romper barreiras financeiras e sociais. Nesse campo, há dificuldades de mensuração dos resultados dessas estratégias de desenvolvimento de público, que perpassam pela dificuldade de mensurar as implicações dos projetos culturais sobre os indivíduos e sobre a sociedade, da capacidade de sustentabilidade dos projetos em cenários de poucos recursos e de metodologias utilizáveis por projetos em ambientes onde a população não é familiarizada com o acesso às produções culturais (KAWASHIMA, 2006).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo buscou analisar as estratégias de democratização do acesso presentes nos projetos viabilizados através da LIC. Para tanto, se orientou por uma abordagem qualitativa, abrangendo informações de projetos culturais incentivados por intermédio da LIC no lapso temporal de 2009 a 2018, com enfoque em projetos culturais de Mecenato². No período da análise foram 61.464 projetos culturais submetidos para avaliação, dos quais 56.957 foram aprovados pelo Ministério da Cultura, sendo que 18.959 projetos conseguiram efetivar a captação de recursos.

ESTRATÉGIAS DE DEMOCRATIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS INCENTIVADOS PELA LEI DE INCENTIVO À CULTURA

A pesquisa caracterizou-se como descritiva, buscando descrever os fatos e fenômenos do financiamento cultural da LIC, e documental em relação aos procedimentos de coleta de dados. Os dados analisados referiam-se a projetos culturais coletados na plataforma VerSalic – Portal de Visualização do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura.

Para alcançar o objetivo proposto, efetuou-se um levantamento das práticas de democratização propostas nos projetos. Devido ao volume de projetos culturais existentes, realizou-se um sorteio de uma amostra aleatória de projetos que captaram recursos através da LIC. Considerando um universo de pesquisa, que conta com informações de 61.464 projetos culturais de mecenato, a amostragem foi calculada a um nível de confiança de 95% e um erro amostral de 5%, sendo a amostra aleatória calculada de 382 projetos. Essa amostra contou com projetos que captaram recursos pela LIC de todos os anos do período considerado, todos os estados brasileiros e de todas as áreas culturais da lei.

Salienta-se que foi empregada a análise de conteúdo como método para estruturação do conteúdo das informações textuais (RODRIGUES; LEOPARDI, 1999). Para categorização e codificação das informações textuais analisadas, utilizou-se o Atlas.TI, o qual se refere a um software de análise qualitativa com diversas funcionalidades (SILVA JUNIOR; LEÃO, 2018), utilizando-se as categorias apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2 - Categorias analíticas do conteúdo das propostas de democratização

Categoria	Descrição
Acessibilidade das produções	Produções culturais pensadas para serem acessadas por públicos diversos e com capacidade de atender públicos com demandas específicas de acessibilidade, como idosos e portadores de deficiência.
Realização/disponibilização em locais remotos ou periféricos	Produções que cheguem a regiões de população de menor renda, periferias ou localidades distantes dos centros urbanos.
Doação de produtos culturais	Realização de doações dos produtos culturais resultantes dos projetos para bibliotecas, museus, escolas públicas ou outras instituições.
Disponibilização gratuita de ingressos	Medidas para facilitar o acesso às produções culturais para aqueles que tenham interesse em acessá-las.
Disponibilização de transporte para os eventos/produções culturais	Oferecimento de transporte gratuito para facilitar o acesso do público às produções culturais, prevendo ações de acessibilidade para idosos ou pessoas com deficiência
Atividades complementares aos projetos culturais	Realização de atividades complementares à atividade principal dos projetos culturais, como palestras, exposições, oficinas, dentre outras atividades.
Formação artística do público	Apresentação de medidas que vislumbram formar o público das produções.
Oferecimento de bolsas	Oferecimento de bolsas de estudo ou estágio para estudantes de escolas públicas para desenvolvimento de atividades profissionais ou educacionais do projeto.
Veiculação de imagens e registros audiovisuais	Veicular (ou disponibilizar para veiculação) registros audiovisuais e imagens dos eventos na Internet ou redes públicas de televisão.
Enfoque em alcance massivo e	Realização e oferecimento gratuito de eventos, exposições ou ações culturais em espaços com capacidade para atender um grande público.

impacto quantitativo	
Abertura de equipamentos culturais	Ações para fornecer acesso a espaços culturais, públicos ou privados, que usualmente não são abertos ao público.
Custo de Acesso à Produção Cultural	Formas de redução do preço de ingressos e produtos culturais para favorecer o acesso de públicos de baixa renda.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Lacarrieu e Cerdeira (2016), Kawashima (2006) e Brasil (2013).

As categorias foram elaboradas com base na literatura e nas instruções normativas que orientam o funcionamento da lei. A codificação foi feita por meio do software Atlas.TI, de modo que se realizou uma leitura aprofundada das estratégias de democratização dos projetos e se verificou a relação dessas com as categorias previamente elencadas. Para análise da frequência das palavras utilizou-se o software R, para elaboração de uma nuvem de palavras.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Aspectos descritivos da amostra

Os 382 projetos culturais que compuseram a amostra foram selecionados mediante sorteio, e o que se considerou na análise foram as estratégias de democratização dos projetos. Os projetos culturais são ações culturais planejadas com base em objetivos específicos, dentro de um orçamento e de um prazo previamente estabelecido. Os projetos culturais podem ser de oito áreas culturais diferentes, e a Tabela 1 ilustra o quantitativo de projetos da amostra por área cultural e ano.

Tabela 1 - Quantitativo de projetos da amostra por ano e área cultural

Áreas Culturais	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Artes Cênicas	9	4	12	11	16	18	18	10	7	6	111
Artes Integradas	9	5	3	-	-	-	-	-	-	-	17
Artes Visuais	-	6	1	3	2	3	4	2	4	5	30
Audiovisual	4	3	7	2	4	3	1	2	4	3	33
Humanidades	5	6	9	7	9	8	5	3	6	7	65
Museus e Memória	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3	6
Música	6	14	11	14	11	11	11	8	9	12	107
Patrimônio Cultural	2	3	2	1	1	1	1	-	1	1	13
Total	35	41	45	38	43	44	40	25	34	37	382

Fonte: Elaborado pelos autores.

Destaca-se que os projetos da área cultural de Artes Integradas foram apoiados pelo Mecenato até 2011; nos anos posteriores os projetos dessa área passaram a ser registrados noutro pilar de financiamento da LIC, o Fundo Nacional de Cultura (FNC), portanto estão fora do escopo desta

ESTRATÉGIAS DE DEMOCRATIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS INCENTIVADOS PELA LEI DE INCENTIVO À CULTURA

análise. A área de Museus e Memória foi instituída a partir da IN nº1 de 2017, o que explica a presença de projetos culturais dessa área apenas em 2017 e 2018.

Na análise prévia das estratégias de democratização, verificou-se a frequência das palavras nos projetos. A Figura 1 ilustra, em escala, as palavras mais recorrentes no corpus textual.

Figura 1 - Palavras em escala de frequência no corpus textual analisado



Fonte: Elaborado pelos autores.

Da Figura 1 destacam-se as dez palavras mais recorrentes e a quantidade de vezes que apareceram nos projetos (entre parênteses): acesso (262), ingressos (245), projeto (210), público (202), pessoas (160), democratização (143), estudantes (123), atividades (122), alunos (112), escolas (104). Algumas interpretações podem ser realizadas acerca dessas palavras mais frequentes, como o caráter educativo da cultura e a ideia de fornecer maior acesso às produções culturais por essas representarem valores universais que deveriam atingir uma maior quantidade de pessoas (KAWASHIMA, 2006).

Na análise de conteúdo, algumas categorias prévias foram elencadas, sendo que no decorrer do exame dos dados novas categorias foram surgindo, de modo a adequar a análise à realidade retratada pelos dados. Foram utilizadas doze categorias para sintetizar o conteúdo das estratégias de democratização. Salienta-se que em um projeto cultural podem haver estratégias de democratização que se encaixem em mais de uma categoria. A Figura 2 ilustra a quantidade de projetos com estratégias de cada uma das categorias consideradas.

Figura 2 - Quantidade de projetos por categoria

Fonte: Elaborado pelos autores.

Na Figura 2, percebe-se que as categorias “Enfoque em alcance massivo e impacto quantitativo” e “Custo de acesso à produção cultural” são as categorias que congregam o maior número de projetos culturais, o que indica que o aspecto de facilitar o acesso em termos financeiros é considerada na maior parte dos projetos como uma relevante forma de democratizar a cultura. As categorias e os respectivos resultados são discutidos a posteriori.

4.2 Estratégias de Acessibilidade e Acesso financeiro a Produções Culturais da LIC

Nesse tópico foram discutidas as categorias: “Acessibilidade das produções”, “Enfoque em alcance massivo e impacto quantitativo”, “Distribuição gratuita de ingressos” e “Custo de Acesso à Produção Cultural”. Acerca da “Acessibilidade das produções”, salienta-se que, assim como existe um campo para apresentação de estratégias de Democratização, existe um campo específico para as estratégias de Acessibilidade a serem promovidas pelos projetos, de preenchimento obrigatório. Porém, 38 projetos apresentam ações de Acessibilidade como estratégia de Democratização, vindo nesta uma forma de universalizar o acesso à cultura.

Como estratégia de Acessibilidade, em termos de inclusão, os projetos partem da definição desta como sendo a facilitação para o acesso ao conteúdo dos projetos culturais por pessoas portadoras de necessidades especiais, idosos e gestantes. Nesse aspecto, nos projetos que compõem

a amostra, o público alvo das ações de acessibilidade, com frequência, são Pessoas com Deficiência (PCDs) e idosos, e com menos frequência, gestantes. Os termos utilizados para designação destes públicos varia e alguns projetos são específicos quanto às deficiências que podem ser atendidas, enquanto outros especificam que não estão preparados para atender pessoas com determinadas deficiências.

Para se visualizar como aparecem as estratégias de acessibilidade nos projetos, destaca-se a seguir a medida proposta pelo projeto de artes integradas “Serra da Cantareira - As Águas da Mantiqueira”, de 2011, realizado em Itupeva (SP), que previa a criação de produtos documentais sobre a história e a cultura da região da Serra da Cantareira. As ações de acessibilidade do projeto eram as seguintes:

O acesso a exposição será gratuito para o público em geral objetivando assim, promover a disseminação da cultura em nosso país. A exposição será realizada em local apropriado para receber o público com restrições motoras, deficientes, e será aberto para visitação de escolas e entidades culturais, OnG's entre outras.³

A partir da análise dos projetos da amostra com ações nesse sentido, as medidas de acessibilidade podem ser sintetizadas em: distribuição de ingressos para idosos e portadores de necessidades especiais; realização de eventos em locais de fácil acesso para deficientes, bem como a presença de equipes treinadas para recebe-los; reserva de áreas específicas para idosos e deficientes; oferecimento de transporte para idosos e portadores de necessidades especiais; doação de bens culturais para PCDs; e buscas por promover a participação de PCDs e idosos em concursos das artes e das letras.

Acerca do “enfoque em alcance massivo e impacto quantitativo dos projetos”, as ações nesse sentido se sustentam principalmente na gratuidade dos eventos, sendo essa a estratégia de democratização mais recorrente. A gratuidade garante que qualquer pessoa possa acessar uma produção cultural, independente da sua classe social (LACARRIEU; CERDEIRA, 2016).

Porém, um questionamento historicamente levantado é se o fato de tornar gratuito o acesso à produção cultural garante que esta consiga de fato trazer alterações na vida da população. Para alguns autores da democracia cultural, a resposta a esse questionamento é não, dado que além de permitir o acesso, é necessário haver uma preparação do público para que este possa aproveitar a produção cultural consumida (JONES, 2010; WILSON; GROSS; BULL, 2017; HADLEY, 2018). Compreende-se a cultura, nesse aspecto, como um elemento de caráter simbólico que se manifesta de variadas formas, com destaque para as produções de caráter artístico que deslocam os indivíduos das repetições do cotidiano (NOHARA; FIREMAN, 2016).

Numa perspectiva democrática, as políticas culturais têm o enfoque em gerar e/ou fortalecer capacidades nos indivíduos para que estes possam interpretar as expressões culturais existentes em seu meio (JONES, 2010). Ou seja, a gratuidade das produções culturais não é suficiente, é necessário formar meios para que o público seja dotado de capacidade de compreensão das produções disponibilizadas. As medidas contidas nas INs da LIC preveem meios de formação de plateia, porém uma parcela significativa dos projetos tem o enfoque principal na gratuidade das produções.

Outra estratégia recorrente, aparecendo em 73 projetos da amostra, refere-se à categoria “Distribuição gratuita de ingressos”, voltada a fornecer acesso às produções culturais em que haveria cobrança pelo acesso. Pela análise dos projetos com propostas nesse sentido, percebe-se que geralmente um percentual de 10% do total de ingressos é direcionado para diferentes públicos. Além da doação de parte dos ingressos, uma parcela destes é direcionada para os patrocinadores, conforme obrigação legal presente nas INs.

Os públicos e instituições citados nos projetos para receber ingressos gratuitos são: estudantes da rede pública de ensino; portadores de necessidades especiais; entidades de assistência social, como asilos, grupos de convivência de terceira idade, APAE, associações de bairro, núcleos comunitários; entidades do terceiro setor, como ONGs, sindicatos, cooperativas e associações; comunidades de baixa renda e grupos comunitários de regiões rurais; Programa de Educação de Jovens e Adultos (EJA); universidades públicas; e público em geral, sendo os ingressos distribuídos geralmente com certa antecedência e por ordem de chegada dos interessados. Em muitos projetos, discorre-se que haveria o estabelecimento de parceria com a prefeitura, para que os ingressos fossem distribuídos de acordo com as demandas percebidas pelas secretarias.

Outra categoria referente ao acesso é o “custo de acesso à Produção Cultural”, que vislumbra a redução do custo de acesso a eventos e bens culturais (KAWASHIMA, 2006), mediante a diminuição de preços de ingressos, bem como a redução do preço de determinados produtos culturais resultantes de projetos. Algumas das medidas previstas dessa estratégia são: desconto sobre preços de livro para maiores de 65 anos; garantia, conforme lei, de meia entrada para estudantes e pessoas maiores de 60 anos; redução de 50% do preço do ingresso de concertos para estudantes, idosos, professores e portadores de deficiência; comercialização de ingressos ou produtos culturais a preços populares; comercialização de ingressos a preços promocionais.

É relevante pontuar que quando se fala em preços populares, essa precificação refere-se a valores abaixo do valor mensal do Vale Cultura, o qual se refere a uma política cultural instituída em 27 de dezembro de 2012, pela Lei 12.761, que institui o Programa de Cultura do Trabalhador, voltado a garantir aos trabalhadores o acesso a programas culturais. As empresas que fazem parte deste

programa auxiliam os funcionários de carteira assinada por meio de um Vale que corresponde a um valor de R\$ 50,00 mensais, valor esse acumulativo e que pode ser utilizado para que os funcionários possam ir a teatros, museus, cinemas, entre outros equipamentos culturais, bem como adquirir produtos culturais como livros, revistas, DVDs, jornais e instrumentos musicais (DUTRA; MELLO; MARCELINO, 2018).

4.3 Estratégias de abertura e alcance de produções e equipamentos culturais

Nesse tópico foram discutidas três categorias: “Abertura de equipamentos culturais”, “Disponibilização de transporte para eventos culturais” e “Realização/disponibilização de produções culturais em locais remotos ou periféricos”. Pela análise dos projetos culturais, percebe-se que a “Abertura de equipamentos culturais” apresenta diversas características. Dessas características, destaca-se que os projetos vislumbram realizar eventos em áreas de fácil acesso, próximas a pontos de ônibus e com estacionamento disponível.

Medidas dessa categoria propõem realizar produções culturais em: escolas, espaços culturais públicos, igrejas, estações ferroviárias, universidades públicas, praças, entre outros espaços. Adams e Goldbard (1993) reforçam sobre a importância da intervenção nos mais variados locais, e do fomento a formas de animação comunitária através do ensejo a intervenções artísticas, no sentido de animar a vida política e fornecer à população o acesso a instrumentos culturais diversos.

Esse tipo de estratégia é uma forma de divulgação de atividades culturais, voltada a tirar produções artísticas de seus locais habituais e levá-las a localidades onde as pessoas tenham pouco acesso à cultura, de modo a contribuir na inclusão (KAWASHIMA, 2006), podendo ser visualizado na estratégia de aumento do alcance de público do projeto “CONCERTOS TERRA SEM SOMBRA - ANO XI”, proposto em Patos de Minas (MG), em 2016, que se referia a um projeto da área de música que previa a realização de concertos de música erudita:

[...] Os eventos tem ENTRADA FRANCA, o que também contribui para que pessoas de baixa renda possam ir assistir aos concertos. Uma outra tática que tem dado muito certo, tem sido levar alguns destes concertos para as igrejas fora do entorno central da cidade e isto acontece logo após a missa.⁴

Além disso, as estratégias preveem acesso gratuito a museus, centros culturais, estádios de futebol (em eventos culturais) e outros espaços. Alguns projetos propõem a abertura, em dias específicos, para proporcionar o acesso da população, como na estratégia apresentada no projeto de artes visuais “PLANO ANUAL DE ATIVIDADES - MAM/SP 2015”, proposto em 2014. Esse projeto

referia-se à realização das atividades culturais do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM) no ano de 2015, e possuía a seguinte medida de democratização:

[...] O museu é gratuito aos domingos. Ainda, importante mencionar que as atividades promovidas pelo educativo são amplamente democráticas. Além de serem gratuitas, há uma intensa preocupação que um público vasto e representativo das diferentes camadas da sociedade participem e interajam com o museu.⁵

A “disponibilização de transporte para eventos culturais” é uma medida de democratização presente em 23 projetos da amostra. Destacam-se algumas características da estratégia: para fornecer o transporte, em alguns projetos o próprio proponente dispõe de um sistema de transporte; em alguns esse transporte é contratado de empresas terceirizadas, havendo um planejamento logístico prévio a realização do projeto; há projetos que o transporte é realizado por parceiros do evento, como em casos que a prefeitura se responsabiliza pelo transporte do público.

O público para o qual o transporte é direcionado é elencado na maioria dos projetos, como: alunos de escolas públicas, pessoas da zona rural e de bairros distantes, moradores de cidades próximas que não possuam eventos culturais como o que estiver sendo realizado, crianças de comunidades periféricas, pessoas de baixa renda. Outro aspecto relevante é que vários projetos preveem medidas de acessibilidade no transporte oferecido. Essas ações correspondem a práticas de Marketing Estendido, mediante a qual se vislumbra compreender por que um determinado público não acessa as produções culturais, e, dessa forma, busca-se retirar os empecilhos de acesso desse público (KAWASHIMA, 2006).

Ademais, 50 projetos da amostra apresentaram ações voltadas à realização de produções culturais em locais remotos ou periféricos. As ações nessa seara estabelecem múltiplas formas de atuação, como: transporte de crianças residentes em periferias para os eventos, implementação de bibliotecas em abrigos, ensino gratuito de música para crianças de áreas carentes, oferecimento de formação em cultura e arte em creches, organização de sessões de cinema para crianças de áreas rurais, atuação artística em hospitais, realização de apresentações de música clássica em regiões distantes dos centros urbanos.

Alguns projetos apresentam ações interessantes de serem destacadas, como o caso do projeto “Salas de Leitura para a Comunidade”, proposto em 2010 pelo proponente Serviço Social da Indústria - Curitiba/PR. Esse projeto era voltado a proporcionar acesso à leitura para trabalhadores de indústrias paranaenses através da implantação de salas de leituras, tendo a seguinte medida de democratização:

Escolher como público alvo trabalhadores das indústrias e seus dependentes e as comunidades onde a indústria está instalada é uma maneira de garantir que pessoas com

ESTRATÉGIAS DE DEMOCRATIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS INCENTIVADOS PELA LEI DE INCENTIVO À CULTURA

pouco acesso aos bens culturais possam desenvolver o hábito de consumir produtos culturais e também incentivar para que vivenciem práticas artísticas.⁶

Percebe-se, neste projeto, a busca por levar cultura a um local que usualmente não representa um espaço de acesso a produções culturais. Esse tipo de ação é típico de programas de Democratização da cultura, os quais buscam levar produções culturais em locais de trabalho, complexos habitacionais, asilos e escolas (MULCAHY, 2006), e de Divulgação, que vislumbrando integrar socialmente certos públicos, levam produções culturais a lugares pouco convencionais (KAWASHIMA, 2006). Como visto, há diversas propostas voltadas a atingir públicos em áreas periféricas e localidades onde dificilmente as produções culturais chegariam. Ações nesse sentido contribuem para a formação de um público, que a partir do acesso às produções, pode aumentar seu interesse e sua capacidade de compreensão acerca da arte e da cultura (WILSON; GROSS; BULL, 2017).

4.4 Estratégias de formação do público

Nesse tópico discutem-se as categorias: “Atividades complementares aos projetos” e “Formação artística do público”. Acerca das atividades complementares, a IN nº 1 de 2013 previa as atividades que poderiam ser realizadas gratuitamente pelos projetos: palestras, treinamentos, oficinas, mostras, cursos, estágios e ensaios abertos (BRASIL, 2013). Nas medidas de democratização aparecem as seguintes ações: promoção de debates com profissionais de artes cênicas; realização de workshops para professores acerca de conteúdos presentes em exposições; ensaios gratuitos visando alcançar crianças e adolescentes carentes; organização de palestras antes de apresentações de artes cênicas, e bate-papos após as apresentações para proporcionar o diálogo entre diretor e público; realização de visitas guiadas a obras de artes visuais; palestras introdutórias para concertos internacionais; organização de palestras com escritores, às vezes complementando o lançamento de obras; intervenções urbanas proporcionando arte na rua.

Ações complementares como as que foram citadas representam estratégias de Cultivo de Gosto e Educação de Audiência, pelas quais busca-se expandir as possibilidades de conhecimento e de consumo cultural do público, para que tirem proveito das produções acessadas e desenvolvam experiências artísticas (KAWASHIMA, 2006). As oficinas de atividades complementares possuem temáticas variadas voltadas à formação dos participantes, como fotografia, artes, percussão, violão, teclado, teatro, dança afro, capoeira, expressão corporal, contação de histórias, corte e costura, coral,

entre outras temáticas. Além disso, existem ações voltadas à transmissão e percepção da influência de outras culturas na cultura brasileira.

Acerca da “formação artística de público”, trata-se de uma categoria complementar para além do foco principal dos projetos, prevendo medidas para formação do público das produções para auxiliar na capacidade interpretativa (JONES, 2010). Essa formação aparece nos projetos como instrumentos de formação técnica do público, bem como de composição do público que acessará as produções. As ações com enfoque na geração de capacidades culturais nos indivíduos (WILSON; GROSS; BULL, 2017) se desenvolvem a partir de algumas ações, como cursos de musicalização; formação de professores; oficinas de qualificação profissional para profissionais da área de teatro; troca de informações e interação entre artistas e público; adaptações de encenações teatrais para linguagem infantil; realização de palestras e diálogos com escritores. Essas ações têm como objetivo despertar vocações e oportunidades de trabalho aos participantes, como descrito em trecho da proposta de democratização do projeto “Cinearte Sarau Brasil Adentro 2010”, de Belo Horizonte:

[...] A vivência artística através dos espetáculos de música, teatro objetiva possibilitar a expansão e o direcionamento da criatividade do cidadão estimulando-o à busca da auto-expressão e capacitando-o a um melhor desempenho de suas atividades lógicas e sensoriais. [...]7

O argumento de democratização apresentado corrobora com uma perspectiva de desenvolvimento democrático dos indivíduos de determinada localidade por intermédio das políticas culturais, atuando através de formação cultural e dotando os indivíduos de capacidades que lhes permitam exercer a cidadania de forma ativa (ADAMS; GOLDBARD; 1993).

Outros objetivos referem-se à formação de novas plateias, com ações que vão desde o fornecimento de transporte para que determinados públicos acessem as produções, para atingir camadas com baixa oferta de atividades culturais, podendo obter êxito de público e de resultados em termos de integração social, inclusão de pessoas de baixa renda, e sensibilização acerca dos benefícios do conhecimento sobre bens culturais e artísticos da humanidade. Os temas das palestras e atividades de formação são diversos, com formações em temáticas como conservação de acervo, iniciação à leitura de obras de arte, teatro de rua, entre outros temas.

Também é previsto na IN que os projetos culturais estabeleçam parcerias visando capacitar agentes culturais em iniciativas financiadas pelo setor público (BRASIL, 2013). Essas parcerias podem ter esse fim de capacitação ou mesmo de favorecimento da viabilização do projeto. Os parceiros que apareceram nos projetos da amostra foram: escolas da rede pública, pontos de cultura, secretarias municipais de cultura e educação, instituições culturais, universidades públicas, fundações, institutos públicos, ONGs, associações.

4.5 Estratégias de doação e disseminação de produtos culturais

Nesse tópico são discutidas as categorias “Doação de produtos culturais” e “Veiculação de imagens e registros audiovisuais”. Sobre as doações de produtos culturais, a legislação prevê, desde a promulgação do Decreto 5.761 de 2006, que uma parcela dos produtos culturais gerados seja doada, sendo instituído que até 10% seja doado para o patrocinador e até 10% seja distribuído pelo beneficiário. A partir de uma IN publicada em 2010, ficou estabelecido que o mínimo a ser doado seria 20% das produções culturais resultantes da LIC. Porém, pela análise dos projetos da amostra, percebe-se que vários deles propõem doações maiores ou menores que esses percentuais.

Essa estratégia de democratização é utilizada sumariamente por projetos de áreas culturais como humanidades, música e audiovisual, e prevê funções democráticas de Estado no fruir das produções culturais doadas, que deveriam atingir o maior público possível (MANNHEIM, 1974). Os produtos culturais doados pelos projetos foram: livros, CDs, revistas, catálogos, DVDs, fantasias, vales-livro, instrumentos musicais, documentários.

A veiculação de registros audiovisuais dos projetos culturais viabilizados pela LIC é outra estratégia prevista para tornar acessível o conteúdo das produções. Pela análise dos projetos que usaram essa estratégia pôde-se perceber quais são os instrumentos utilizados para veiculação dos conteúdos e as peculiaridades dessa estratégia.

A veiculação de conteúdos se dá pela disponibilização na internet ou em canais de televisão. Na internet, os instrumentos mais recorrentes são: blog, site, portal online, *Twitter*, *Web TV*, *YouTube*, *Vimeo*, *Facebook*, *Instagram*. Em muitos sites criados para os projetos são disponibilizados ebooks e videográficos, além da realização de transmissão via *streaming*.

A democratização, através desse meio, seria garantida caso os instrumentos fossem realmente acessados pela população. Alguns projetos apresentam métricas de visualização dos vídeos, como trecho da estratégia de democratização do projeto “Plano Anual MMGV – 2018”, proposto em 2017 pela Associação Memorial Minas Gerais Vale, que previa a disponibilização de um minidocumentário online:

O canal do Memorial no YouTube tem bom acesso pelo público e já chegou a ter acesso de 4 mil pessoas em um vídeo. O Site do Memorial teve, em 2016, 24.924 acessos. Assim, a previsão é que o minidocumentário atinja por volta de 20 mil pessoas.⁸

Acerca da veiculação de imagens na televisão, muitos projetos trazem como estratégia a permissão de que emissoras ou participantes façam a captação de imagens na realização dos eventos, porém, isso não garante que a veiculação dessas imagens ocorra de fato.

5 CONCLUSÕES

O presente artigo descreveu as estratégias de democratização do acesso presentes nos projetos culturais que captaram recursos através da LIC. Nesse sentido, realizou-se uma pesquisa qualitativa, onde se analisou o conteúdo das estratégias de democratização coletadas de uma amostra aleatória de 382 projetos culturais incentivados pela LIC, de modo a apresentar e descrever as estratégias propostas no intuito de democratizar o acesso às produções culturais.

Pela análise das estratégias de democratização de diversos projetos, percebe-se a importância da LIC enquanto principal instrumento de financiamento à cultura no Brasil. Acerca do conceito de democratização considerado pelo mecanismo, ao longo do tempo este vem sofrendo alterações, as quais são incorporadas nas normativas da LIC, indicando que há uma preocupação de aumentar o acesso das produções culturais incentivadas. A lei parte de uma visão orientada pelo paradigma da democratização da cultura, com enfoque em fornecer o acesso a variados tipos de produção cultural, porém, em termos do funcionamento do mecanismo, a orientação apresenta ares de democracia cultural, na medida em que os proponentes são livres para propor e submeter os projetos culturais que quiserem, ficando à mercê do capital privado a decisão sobre quais produções culturais serão viabilizadas.

Percebe-se nas medidas de democratização analisadas a presença de várias atividades voltadas para a formação do público, o que demonstra que a visão acerca do que é democratizar a cultura vem tomando rumos que vão além de meramente facilitar o acesso às produções culturais. O aspecto de formação de público é uma medida que tem um caráter significativo em termos de papel democrático da lei, por trazer mudanças significativas na vida dos indivíduos que acessarem as produções culturais incentivadas.

Medidas de divulgação, como levar arte e cultura a localidades onde esse tipo de produto é pouco acessado, representam algumas das formas que deixam nítido o interesse público por trás dos projetos, tendo em vista que uma das questões críticas que emergem acerca do funcionamento da LIC refere-se ao fato de a decisão final acerca da viabilização das produções culturais estar nas mãos do mercado e do capital privado, não havendo formas de garantir o interesse público como um dos elementos influenciadores na tomada de decisões. Outro aspecto de destaque refere-se à diversidade de meios utilizados para tornar acessíveis as produções culturais, utilizando-se de canais de

comunicação diversos, que vão desde veículos ligados a mídias sociais e plataformas digitais, até as redes de televisão, públicas ou privadas.

Os resultados deste artigo servem aos atores atuantes na LIC e à população em geral que possa se beneficiar do instrumento de variadas formas, dando transparência a estes acerca das estratégias que são pensadas no intuito de aumentar o alcance democrático do mecanismo enquanto principal instrumento de política cultural do país. Sobre as limitações do presente artigo, destaca-se que as informações analisadas se referem a projetos, os quais tratam de protocolos de intenção, e no que tange às estratégias de democratização apresentadas nesses, não se sabe até que ponto estas expressam o que fora realizado de fato na execução desses projetos culturais. Além disso, o enfoque deste artigo foi voltado a projetos culturais de Mecenato, não conseguindo compreender as peculiaridades de projetos do outro pilar de financiamento cultural da Lei Rouanet, o FNC.

REFERÊNCIAS

ADAMS, D.; GOLDBARD, A. Cultural democracy. **Peace Review: A Journal of Social Justice**, v. 5, n. 2, p. 231-238, 1993.

BARBOSA, F.; FREITAS FILHO, R. **Financiamento Cultural**: Uma visão de princípios. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, 2015.

BOTELHO, I. Dimensões da Cultura e Políticas Públicas. **São Paulo em Perspectiva**, v. 15, n. 2, 2001.

BOTELHO, I. Políticas culturais: discutindo pressupostos. In: NUSSBAUMER, G. M. (eds). **Teorias e políticas da cultura**: visões multidisciplinares, Salvador: Edufba, p.171-180, 2007.

BRASIL. **Instrução normativa nº 1, de 24 de junho de 2013**. Estabelece procedimentos para apresentação, recebimento, análise, aprovação, execução, acompanhamento e prestação de contas de propostas culturais, relativos ao mecanismo de incentivos fiscais do Programa Nacional de Apoio à Cultura - Pronac. Disponível em: <http://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/30693036/do1-2013-07-01-instrucao-normativa-n-1-de-24-de-junho-de-2013-30693032>. Acesso em: 1 fev. 2023.

CUNHA, N. **Dicionário Sesc**: a linguagem da cultura. São Paulo: Perspectiva / Sesc São Paulo, 2003.

DUTRA, H. F. O.; MELLO, S. C. B.; MARCELINO, A. T. Arqueologia do discurso do Vale-Cultura: performance política durante a constituição do seu marco legal. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 16, n. 2, p. 204-217, 2018.

EVARD, Y. Democratizing Culture or Cultural Democracy? **The Journal of Arts Management, Law and Society**, v. 27, n. 3, p. 167-175, 1997.

GATTINGER, M. Democratization of Culture, Cultural Democracy and Governance. **Canadian Public Arts Funders (CPAF) Annual General Meeting**, p. 3-7, 2011.

GIRARD, A. **Cultural development**: experiences and policies. Paris: United Nations Educational, 1972.

HADLEY, S.; BELFIORE, E. Cultural democracy and cultural policy. **Cultural Trends**, v. 27, n. 3, p. 218-223, 2018.

HADLEY, S. Towards cultural democracy: promoting cultural capabilities for everyone. **Cultural Trends**, v. 27, n. 1, p. 52-55, 2018.

JONES, S. **Culture shock**. Londres: Demos, 2010.

KAWASHIMA, N. Audience Development and Social Inclusion in Britain. **International Journal of Cultural Policy**, v. 12, n. 1, p. 55-72, 2006.

LACARRIEU, M.; CERDEIRA, M. Institucionalidad y políticas culturales en Argentina: límites y tensiones de los paradigmas de democratización y democracia y cultural. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, p. 10-33, 2016.

LANGSTED, J. Double Strategies in a Modern Cultural Policy. **Journal of Arts Management and Law**, v. 19, n. 4, 1989.

MANGSET, P. The end of cultural policy? **International Journal of Cultural Policy**, 2018.

MANNHEIM, K. **Sociologia da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

MARQUES, M. S. Críticas ao modelo hierarquizado de cultura: por um projeto de democracia cultural para as políticas culturais públicas. **Revista de Estudios Sociales**, n. 53, p. 43-51, 2015.

NOHARA, I. P.; FIREMAN, A. L. A. Desenvolvimento pelo incentivo à cultura: papel da arte e vicissitudes da utilização da Lei Rouanet. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v.7, n. 2, p. 198-220, 2016.

RODRIGUES, M. S. P.; LEOPARDI, M. T. **O método de análise de conteúdo**: uma versão para enfermeiros. Fortaleza: Editora Gráfica LCR, 1999.

SILVA JUNIOR, L. A.; LEÃO, M. B. C. O software Atlas.ti como recurso para a análise de conteúdo: analisando a robótica no Ensino de Ciências em teses brasileiras. **Ciência & Educação (Bauru)**, v. 24, n. 3, p. 715-728, 2018.

WILSON, N.; GROSS, J.; BULL, A. **Towards cultural democracy**: Promoting cultural capabilities for everyone. King's College London, 2017.

Notas

¹ Os autores agradecem o apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Os projetos culturais que buscam captar recursos por meio da LIC podem ser financiados através de dois mecanismos: Fundo Nacional de Cultura (FNC) e Mecenato Cultural. O Mecenato refere-se ao direcionamento de recursos direto do incentivador para o projeto cultural, enquanto no financiamento pelo FNC o recurso advém de um fundo estatal.

³ Disponível em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/1112692>

⁴ Disponível em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/162152>

⁵ Disponível em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/149166>

⁶ Disponível em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/101014>

⁷ Disponível em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/096015>

⁸ Disponível em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/177036>