

# LEI RUBEM BRAGA E A EPC: OMOTOR DO TRABALHO DA ECONOMIA CRIATIVA EM VITÓRIA-ES



[GT 1 - PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E FRUIÇÃO DE BENS CULTURAIS]

José Edemir da Silva Anjo

Universidade de Lavras

Priscila Bueker Sarmento

Universidade Federal do Espírito Santo

### [ RESUMO ABSTRACT RESUMEN ]

Este estudo tem como objetivo analisar o papel da Lei Municipal 3.730 ou Lei Rubem Braga (LRB) da capital Vitória-ES como fomento da Economia Criativa do município, partindo da lente teórica da Economia Política da Comunicação para análise da Economia Criativa. Trata-se de Estudo de Caso, com coleta de dados documental, por meio de duas reportagens de um Jornal local capixaba em conjunto com a própria LRB, e com dados institucionais sobre economia criativa no Espírito Santo, com análise de caráter interpretativo. Como resultado, tem-se o recente panorama, onde existe um prejuízo no trabalho da economia criativa e seus setores correlacionados, em Vitória, desde a suspensão dos editais, em 2016. Conclui-se, por meio de análise da LRB, que a economia criativa em Vitória ainda é muito dependente do controle estatal.

**Palavras-chave**: Economia Criativa. Economia Política da Comunicação. Lei Rubem Braga. Políticas Culturais.

This study aims to analyze the role of Municipal Law 3.730 or Lei Rubem Braga (LRB) of the capital Vitória-ES as a promotion of the Creative Economy of the municipality, starting from the theoretical lens of the Political Economy of Communication to analyze the Creative Economy. It is a Case Study, with documentary data collection, through two reports of a local newspaper from Espírito Santo, together with the LRB itself, and with institutional data on creative economy in Espírito Santo, with an interpretative character analysis. As a result, there is the recent panorama, where there is a loss in the work of the creative economy and its correlated sectors, in Vitória, since the suspension of the edicts in 2016. It is concluded, through LRB analysis, that the economy in Vitória is still very dependent on state control.

**Keywords**: Creative Economy. Political Economy of Communication. Rubem Braga Law. Cultural Policies.

Este estudio tiene como objetivo analizar el papel de la Ley Municipal 3.730 o Ley Rubem Braga (LRB) de la capital Vitória-ES como fomento de la Economía Creativa del municipio, partiendo de la lente teórica de la Economía Política de la Comunicación para el análisis de la Economía Creativa. Se trata de Estudio de Caso, con recolección de datos documental, por medio de dos reportajes de un periódico local capixaba en conjunto con la propia LRB, y con datos institucionales sobre economía creativa en Espírito Santo, con análisis de carácter interpretativo. Como resultado, se tiene el reciente panorama, donde existe un perjuicio en el trabajo de la economía creativa y sus sectores correlacionados, en Vitória, desde la suspensión de los edictos, en 2016. Se concluye, por medio de análisis de la LRB, que la economía creativa en Vitória sigue siendo muy dependiente del control estatal.

**Palabras clave**: Economía Creativa. Economía Política de La Comunicación. Ley Rubem Braga. Políticas Culturales.

### Introdução

Se culturas dão sentido à variabilidade de modos de vida no seio social (WILLIAMS, 2000), é com a Escola de Frankfurt, na segunda metade do século XX, mais precisamente com Theodor Adorno, que o termo indústria cultural é cunhado questionando a razão de ser da cultura no novo mundo industrializado, como algo lucrativo e padronizado. O debate sobre economia e produtos culturais, com uma visão crítica do capitalismo sobre as artes nasceu em Frankfurt, mas o surgimento da indústria comunicacional de novas mídias e novas relações entre consumidores e produtores (JAMBEIRO; FERREIRA, 2012; MORAIS; JAMBEIRO; FERREIRA, 2017), a partir dos anos 1990, passaram a ser abarcadas pelos estudos da Economia Política da Comunicação (EPC).

A Economia Política da Comunicação foca tanto a cultura como a comunicação numa abordagem socioeconômica quase simbiótica, conforme Miége (2007) expõe não se trata apenas de um único sistema, mas de múltiplas indústrias culturais e midiáticas (ICM's), onde a unidade informação-comunicação é atingida diretamente pelas decisões de cunho político-econômico, agora em âmbito interligado e internacionalizado- processo que vai da criação, passa pela produção e chega até a distribuição em todas estas indústrias, que seja do cinema, da música, do livro e a própria radiodifusão (MIÉGE, 2007).

A noção de indústrias criativas "[...] se apresenta como uma continuação e/ou como uma substituição natural da noção de 'indústrias culturais" (BAYARDO, 2013),

agora incorporada à agenda de políticas públicas. As indústrias criativas, conceito surgido a partir de 1990, segundo (JAMBEIRO; FERREIRA, 2012) Como "[...] tentativa de agregar setores (música, filme, TV, arquitetura, publicidade, teatro, gastronomia, etc.) díspares, mas que tem em comum a criatividade como principal elemento produtivo", são defendidas por Jambeiro e Ferreira (2012) como estudo sob a ótica de análise da EPC, com aspectos político-econômicos que influenciam as políticas públicas que englobam tais indústrias (MORAIS; JAMBEIRO; FERREIRA, 2017), neste novo tipo de ordem capitalista social e econômica, denominada como sociedade pós-industrial ou da sociedade do consumo (JAMESON, 1985).

Desta forma, este estudo busca compreender o papel da Lei municipal Rubem Braga (nº 3.730/91), como política pública de incentivo fiscal e instrumento de preservação e produção cultural (JUVENCIO, SILVA, CARMO, 2016) na cidade de Vitória, capital do Espírito Santo. No segundo momento, dentro dessa demanda político-social, destacar os papéis de seus atores no fomento à cultura local por meio desta Lei, já que nos últimos dois anos (2016 a 2017) não foram lançados editais (NEVES, 2018a), prejudicando a cadeia produtiva da economia criativa no município.

Partindo de uma reflexão em torno das discussões e relações entre economia criativa, políticas culturais e a EPC, o presente artigo traça uma abordagem interpretativa, por meio de duas reportagens do jornal local Século Diário, sobre a suspensão, reformulação do edital, em conjunto com a própria Lei Rubem Braga e dados institucionais sobre a economia

criativa no Espírito Santo, no intuito de ressaltar a importância desta política cultural para a diversidade de conteúdo artístico que é afeito à pluralidade democrática (JUVENCIO, SILVA, CARMO, 2016).

## Apontamentos sobre a EPC e indústrias culturais e midiáticas

A Economia Política da Comunicação trata do estudo das relações sociais, mais propriamente das operações de poder que envolvem as cadeias de produção, distribuição e consumo de produtos culturais como um filme ou até a compreensão dos hábitos dos consumidores deste produto, por exemplo (MOSCO, 2009). Por este viés, a EPC permitiria compreender a operação dos negócios em comunicação, no âmbito da sobrevivência social e suas relações com a cidadania na constituição do espaço público.

Ainda por volta da década de 1960, com a internacionalização e integração mundial advindos com o processo inicial da globalização capitalista e do Imperialismo dos Estados Unidos sobre os países ditos subdesenvolvidos, Mattelart (1999) explica que a Economia Política da Comunicação (EPC) como campo de estudo começa a desenvolver-se. E, o que antes era considerado uma "visão demasiado genérico da comunicação" (Mattelart, 1999, p. 113), disposta em uma só lógica na perspectiva frankfurtiana, passa a ser sistematizada em uma nova ordem mundial, onde a sociedade é global, porém, os mercados são locais. O espanhol Ramón Zallo (1988) assim define as indústrias culturais, com setores diferenciados e múltiplas lógicas:

[...] um conjunto de ramos, segmentos e atividades auxiliares industriais produtoras e distribuidoras de mercadorias com conteúdos simbólicos, concebidas por um trabalho criativo, organizadas por um capital que se valoriza e destinadas finalmente aos mercados de consumo, com uma finalidade de reprodução ideológica e social (ZALLO, 1988, p. 26).

Para Mosco (2008 apud JAMBEIRO, FERREIRA, 2012) a pesquisa em economia política da comunicação também considera sob a perspectiva da globalização a transnacionalização do trabalhador produtor de cultura e bens materiais e imateriais, como também alternativas de resistência as narrativas dominantes. Enquanto os autores britânicos julgam a economia política crítica importante quanto à interação entre os aspectos simbólicos e econômicos das comunicações públicas, focando no financiamento e organização das produções culturais e suas consegüências e nos discursos e acesso pelas audiências destas representações que são de domínio publico (SOUSA, 2006).

> Para eles, a indústria cultural não existe em si; é um conjunto compósito, constituído por elementos que se diferenciam fortemente uns dos outros, por setores que apresentam suas próprias leis de padronização. Essa segmentação das formas de rentabilização da indústria cultural pelo capital traduz-se nas modalidades de organização do trabalho, na caracterização dos próprios produtos e de seu conteúdo, nos modos de institucionalização das diversas indústrias culturais (serviço público, relação público/ privado, etc), no grau de concentração horizontal e vertical das empresas de produção e distribuição, ou ainda na

maneira pela qual os consumidores ou usuários se apropriam de produtos ou serviços (MATTELART, 1999 p. 122-123).

A própria Economia Política da Comunicação é citada por, Rebouças (2005), como uma das abordagens específicas paradigmáticas de estudo usadas para entender a realidade comunicacional da América Latina durante seus regimes militares. Considerada uma região de formação híbrida/mestiça culturalmente, com influências nativas e estrangeiras, o intercâmbio da EPC na região deu-se tanto com a perspectiva frankfurtiana, ético-filosófica, de indústria cultural (traduzido do alemão para o inglês), quanto na abordagem socioeconômica das indústrias culturais e midiáticas de Bernard Miége (REBOUÇAS, 2005).

Representada, principalmente, pelo pensamento de César Bolãno, a abordagem latino-americana da EPC procurou preservar o legado crítico (MARQUES-DE-MELO, 2009). Bolãno, responsável por agregar pesquisadores da área, considera a EPC latino-americana com base em raízes fincadas na teoria da dependência, adotando o ponto de vista microeconômico, apoiando-se nas estruturas de mercado, colocando a publicidade como responsável pela união entre capitalismo e empresas de mídia (BRITTOS apud MARQUES-DE-MELO, 2009). Junto à teoria da dependência, Rebouças (2005) cita ainda a teologia da libertação como opostas à teoria do desenvolvimento. Além destas, o autor cita ainda a teoria da participação popular, gerada nos anos 1960, além da pedagogia do oprimido, de Paulo Freire, como formas regionais do olhar popular para a EPC.

Numa perspectiva de considerar a formulação de perguntas do 'lugar latino-americano', Rebouças (2005) conclui que o entendimento e a aplicação da EPC precisam levar em consideração os processos de produção específicos, seus interesses socioeconômicos, a análise das estruturas empresariais, estatais, e dos papéis dos atores, porém, ampliando os diálogos para políticas e estratégias voltadas para a realidade latino-americana (REBOUÇAS, 2005). Desta forma, a partir desta contextualização sobre o campo da EPC, busca-se a seguir uma rápida reflexão sobre o contexto histórico no campo das políticas culturais, como possibilidade de fomento da economia criativa.

# Políticas culturais e o panorama das discussões sobre Economia Criativa

A Economia Criativa, que aponta a criatividade humana como ativo principal para o desenvolvimento econômico de bens e serviços (UNCTAD, 2012), surge em torno de discussões inicialmente do caráter econômico da produção e realização de serviços de setores culturais. As políticas culturais, "[...] propostas desenvolvidas pela administração pública, organizações não-governamentais e empresas privadas, com o objetivo de promover intervenções na sociedade por meio da cultura" (ROCHA, 2010, p.15), entre 1930 e 1980, estiveram vinculadas a centralidade do Estado no Brasil, sob sua responsabilização como principal agente político cultural.

A Cultura como instrumento que permeia tanto as ações estatais como dos

outros agentes, precisa ser vista de forma mais ampliada (RUBIM, 2007), para que tais políticas possam operar para uma verdadeira transformação social. É a partir dos anos 1990 que a economia criativa passa a ser agenda no cenário das políticas públicas (UNCTAD, 2012). Também nesta época, com o desmonte dos setores governamentais na área advindos com a política neoliberal no Brasil, e com alegação de escassez dos recursos, as políticas de incentivo ao mercado privado resultam em saída para o financiamento das iniciativas culturais no país (SILVA, 2014).

Mudanças em torno da economia criativa, da relação entre cultura e

desenvolvimento no Brasil, ocorrem a partir do início dos anos 2000 com a institucionalização na elaboração e implementação das políticas culturais (DILÉLIO, 2014; NEUTGEM; DELLAGNELLO, 2017). como o Sistema Nacional de Cultura e o Plano Nacional de Cultura (ALVES, 2014a). A partir de 2003, há um fortalecimento no sentido de abrangência trabalhado numa ampliação do conceito de "cultura" pelo Estado, não só a 'culta', abrindo "[...] suas fronteiras para outras modalidades de culturas: populares; afrobrasileiras; indígenas; de gênero; de orientação sexuais; das periferias: da mídia audiovisual: das redes informáticas etc" (RUBIM, 2008, p. 95), em suas múltiplas manifestações e matrizes.

patrimônio cultural criatividade e mídias Patrimônio □ criações funcionais Artes do Natural Espetáculo e Festivais Artes visuais e Setores Artesanato culturais e Audiovisual e criativos mídias interativas Livro e Imprensa Design e serviços criativos

[Figura 1]
Setores da Economia Criativa

Fonte: UNCTAD (2012).

Em 2011, tem-se o lançamento do Plano da Secretaria da Economia Criativa (PSEC) pelo Ministério da Cultura (MinC), com proposta de fomentar o desenvolvimento socioeconômico de forma sustentável por meio dos setores culturais (NEUTGEM; DELLAGNELLO, 2016), marcando a institucionalidade da cultura via economia criativa no país. A economia criativa pode ser aferida, para Howkinsh (2001) apud Jambeiro e Ferreira (2012), pela multiplicação dos produtos criativos pelo

número de transações feitas com eles, destas "indústrias das ideias" que vão desde a propaganda e publicidade, passando pelas artes performáticas como teatro, dança e ópera e chegando aos jogos e videogames (JAMBEIRO, FERREIRA, 2012).

É válido ressaltar que as políticas culturais também se configuram a partir de estímulos ao empreendedorismo cultural, como do SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), que promovem ações político-institucionais de financiamento cultural (ALVES, 2014b). Afinal, além de instituições públicas, houve também um movimento do setor privado por ver os setores da Economia Criativa como uma fonte alternativa para o desenvolvimento econômico (DILÉLIO, 2014).

Alves (2014b) e Lopes (2015) ressaltam que essa temática ganhou mais destaque principalmente, entre 2011 e 2014, onde as políticas culturais, sobretudo do audiovisual, estabeleceram-se mais incisivamente numa relação de interdependência entre Estado e mercado cultural. Esses movimentos do governo nacional pelos setores da economia criativa conduzem para que governos estaduais e municipais colaborem nesse processo de condução de desenvolvimento socioeconômico pela via das políticas públicas culturais (ANJO, 2018; MENEZES; BATISTA, 2015), por meio da democratização do acesso aos bens e serviços culturais, da descentralização ressaltando as necessidades locais das comunidades, além do reconhecimento da diversidade cultural e suas contribuições (BAYARDO, 2013).

### Metodologia

Esta pesquisa tem natureza qualitativa com fins exploratórios, uma vez que, apresenta menos rigidez no planejamento "com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato" (GIL, 2008, p. 27), desenvolvendo e esclarecendo conceitos e ideias. Podem envolver desde o levantamento bibliográfico e documental, passando pelas entrevistas não padronizadas até os estudos de caso (GIL, 2008).

Com o objetivo de analisar o papel da Lei Rubem Braga (LRB 3730/1991) no fomento da Economia Criativa de Vitória-ES. sob a ótica da Economia Política da Comunicação e Cultura, optou-se pelo método Estudo de Caso que, de acordo com Yin (2005, p. 32), trata-se de "[..] um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência." Para Gil (2008). o estudo de caso ao explorar situações da vida real, tem como propósitos a descrição da situação do contexto da investigação, além da explicação das variáveis causais de determinado fenômeno.

Já que, segundo Bressan (2000) as evidências e informações obtidas a partir do próprio método Estudo de Caso podem partir, dentre várias fontes de dados, de documentos administrativos, registros de arquivos, estudos formais e artigos da mídia, quanto à coleta de dados (GIL, 2008), foi realizada por meio de documentos institucionais sobre a economia criativa em

Vitória e no Estado do Espírito Santo e duas reportagens de um Jornal eletrônico local.

Dentre as práticas orientadoras da análise qualitativa, segundo Tesch (1990) citado por Gil (2008), encontram-se o processo de análise sistemático e compreensivo, mas não rígido e a comparação como principal ferramenta intelectual, seja com modelos já definidos, com dados de outras pesquisas e também com os próprios dados. Neste estudo, a análise se caracteriza como interpretativa (GIL, 2008), na busca de um sentido mais amplo para os dados analisados, proveniente entre a relação harmônica entre os dados empíricos e a teoria, indo além do expressado nos documentos.

### A configuração da Economia Criativa capixaba

Em 2016, a Secretaria de Estado da Cultura (Secult-ES) em parceria com o Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN) realizou um mapeamento da Economia Criativa, na tentativa de conhecer como encontra-se configurado o seu campo criativo para melhor trabalhá-lo junto as políticas públicas, como a Lei Municipal de Vitória, Rubem Braga (LRB). A iniciativa resultou, ainda em 2016, no "Painel de indicadores da Economia Criativa no Espírito Santo", estudo composto de uma compilação de dados dos setores criativos dos municípios capixabas.

Os dados coletados, quantitativamente e qualitativamente, configuram-se na classificação dos setores criativos que se aproxima dos modelos já estabelecidos, tanto pelo cenário internacional, caso do modelo proposto pela UNCTAD (2012) – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) – como dos primeiros estudos de mapeamento desses setores no Brasil, realizados pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, FIRJAN (2016).

Nessa estruturação das áreas criativas, houve uma ampliação de setores de acordo com a realidade local capixaba (ver quadro 1). Observa-se também uma maior aproximação com o modelo desenvolvido pela FIRJAN, que aponta em seus estudos a estrutura de mercado e tendências socioeconômicas (ALVES, 2014b; DULÍLIO, 2014; FIRJAN, 2016).

Outro resultado desse mapeamento pela Secult-ES e o IJSN é a busca pela conceituação da Economia Criativa Espírito Santo, bem como de uma metodologia de trabalho. Ambos, conceito e metodologia, ainda estão em construção, conforme apontado:

A delimitação dos setores e das ocupações integrantes da Economia Criativa ainda não alcançou um consenso entre as instituições. Tanto o conceito quanto a sua classificação vêm sofrendo alterações e adaptações às realidades específicas de cada espaço geográfico no qual se pretende atuar. No caso do Espírito Santo, também foram levadas em consideração as especificidades locais no âmbito cultural e as características da estrutura econômica como base para a definição dos setores criativos integrantes da Economia Criativa capixaba (IJSN, 2016, p. 8).

[ Quadro 1 ] Conceito ampliado para os Setores da Economia Criativa no ES

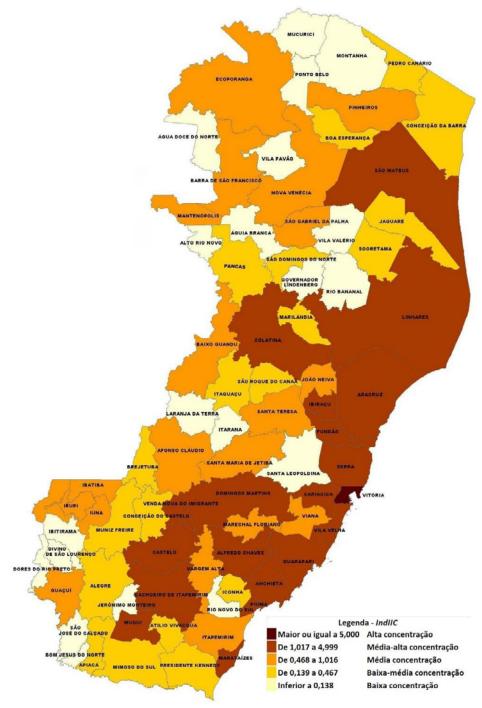
Listagem Secult/IJSN		Comparativo com outras instituições	
Segmento	Descrição	Unctad	Firjan
Publicidade	Agências de publicidade	Х	X
	Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação	x	х
	Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	X	Х
	Pesquisas de mercado e de opinião pública		Х
Patrimônio e Artes	Atividades de bibliotecas e arquivos	x	Х
	Ativ. de museus e de exploração, rest. art. e cons. de prédios históricos e atrações similares	х	х
Editorial	Edição de livros	x	Х
	Edição de jornais integrados à impressão		Х
	Edição de jornais		Х
	Edição de revistas		Х
	Edição de cadastros, listas e de outros produtos gráficos		Х
	Edição integrada à impressão de livros		Х
	Edição integrada à impressão de jornais		Х
	Edição integrada à impressão de revistas		Х
	Edição integrada à impressão de cadastros, listas e de outros produtos gráficos		х
P&D	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas		
	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais		

Fonte: Adaptado (IJSN, 2016).

Já o Instituto de Desenvolvimento Educacional e Industrial do Espírito Santo (Ideies), conseguiu desenvolver uma metodologia própria, o IndIIC (Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa), por meio de outro mapeamento, desta vez da Indústria Criativa no Espírito Santo (2017), a partir de dados dos 78 municípios do Estado (ver figura 2).

De forma mais específica, o IndIIC (Índice Ideies de Concentração da Indústria

Criativa) do IDEIES (2017) utiliza informações dos profissionais e empresas em 12 setores criativos anteriormente mapeados especificamente no Espírito Santo: pesquisa & desenvolvimento, arquitetura, publicidade, tecnologia da informação e comunicação, design e moda, audiovisual, editorial, expressões culturais, patrimônio e artes, biotecnologia, artes cênicas e música. Em uma comparação dos dados encontrados em 2015 com os dados de 2010. o Instituto observa:



[ Figura 2 ] Mapa do IndIIC nos Municípios Capixabas

Fonte: Ideies (2017).

A indústria criativa no Espírito Santo era formada, em 2015, por 1.330 empresas e 10.142 profissionais, números que representam 1,5% e 1,1%, respectivamente, de todas as empresas e profissionais na

economia capixaba. [...] Comparando as informações de 2015 com as de 2010, a quantidade de empresas dos setores criativos no Espírito Santo cresceu 24,1% e a de profissionais, 14,7%. Essas taxas de

crescimento são superiores às registradas pela economia tradicional, de 14,9% e 7,4%, respectivamente. [...] **Destague para** cultura, com aumento de 71,4% e, principalmente, os segmentos de expressões culturais - nos quais mais que triplicou a quantidade de pessoas trabalhando, - e música (crescimento de 77,9%). [...] Na área da tecnologia, a quantidade de profissionais criativos cresceu 31,4%; no consumo, 4,6%; e em mídias, 5,6%. A arquitetura é o principal setor criativo no Estado e respondia por 20,9% da indústria criativa em 2015, seguida do setor de TIC, com 17,1%; publicidade, 15,9%; audiovisual, 11,2%; e design e moda, 9,3%. As menores participações relativas foram encontradas nos setores de música (1,2%), biotecnologia (1,8%) e patrimônio e artes (2,0%) (IDEIES, 2017, p. 7, grifo nosso).

Pelos mapeamentos realizados, o IndIIC apresenta a capital Vitória-ES, município da LRB, como única cidade capixaba com alta concentração da Indústria Criativa, com 37,6% das empresas criativas e 45,2% dos profissionais criativos do Estado (IDEIES, 2017). Por outro lado, os dados demonstram, em geral, um crescimento dos setores criativos em todo o Espírito Santo, o que implicaria a necessidade de formular estrategicamente uma ampliação e melhor distribuição de tais setores nos demais municípios, com atenção especial para as políticas públicas culturais.

### A Lei Rubem Braga (LRB)

De 1991, a Lei Municipal 3.730 ou Lei Rubem Braga (LRB), da capital Vitória, ficou "conhecida como 'Lei Rubem Braga' em homenagem ao escritor, Rubem Braga, considerado por muitos o maior cronista brasileiro, nascido em Cachoeiro de Itapemirim, cidade localizada no interior do ES" (JUVÊNCIO; SILVA; CARMO, 2016, p. 30). É a segunda lei municipal criada para incentivar a cultura no Brasil e serviu de modelo para novas medidas e estímulos às políticas culturais, por meio de incentivos fiscais (JUVENCIO, SILVA, CARMO, 2016).

Vinculada à Secretaria Municipal de Cultura (SEMC), e voltada para preservação e conservação do patrimônio histórico-local, seu artigo 1º especifica os requisitos de participação: o artista postulante deve ser morador da capital há pelo menos 5 anos, enquanto os financiadores, empresas estabelecidas em Vitória. Ao investir no trabalho do artista, o empresário recebe abatimento nos valores do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) e do Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU).

No decorrer das últimas décadas, a LRB passou por algumas modificações no documento por decretos e leis promulgadas, mas conservou suas características principais, sendo que há uma Instrução Normativa (IN) publicada anualmente orientando os seus parâmetros, como forma de adequação sócio-cultural (JUVÊNCIO: SILVA: CARMO. 2016). Os critérios (mérito técnico-artístico do projeto; impacto social e cultural; potencial de acesso público ao projeto realizado (contrapartida social); a viabilidade de execução do projeto; a adequação dos custos aos objetivos do projeto e à realidade do mercado; acessibilidade), são utilizados por uma Comissão Normativa (Art.4) para avaliar os projetos nas áreas (Art.3°) de música e dança; teatro, circo e ópera, cinema, fotografia e vídeo, literatura, artes plásticas, artes gráficas e filatelia; folclore, capoeira e artesanato, história, acervo e patrimônio histórico cultural de museus e centros culturais (LRB 3.730/91).

De maneira geral, a execução da LRB segue o seguinte fluxo: 1) Os projetos culturais são protocolados na Prefeitura de Vitória; 2) São avaliados (duração de 4 meses) pelo Plenário da Comissão Normativa que elabora a lista final dos projetos contemplados; 3) Período de recursos; 5) Comissão de Gerenciamento e Fiscalização da Lei Rubem Braga examina o projeto cultural selecionado; 6) Lista final segue para publicação (JUVÊNCIO; SILVA; CARMO, 2016; LRB 3.730/91; VITÓRIA, 2015)

De acordo com a Prefeitura de Vitória (2015), atualmente a Comissão Normativa é composta por pessoas com conhecimento nas áreas beneficiadas pela Lei que avaliam os projetos culturais de acordo com suas experiências profissionais, sendo que para cada área existe uma câmara específica formada por representantes da sociedade civil. Segundo a Prefeitura, o processo, os documentos, formulários e listagens, assim como os resultados relativos à LRB, podem ser acompanhados pelo Sistema de Documentação Oficial, via internet (VITÓRIA, 2015).

# Suspensão de editais da LRB: os entraves políticos ao trabalho criativo em Vitória

De acordo com o Século Diário (www. seculodiario.com.br), jornal alternativo situado fisicamente na cidade de Vitória, mas com abrangência de conteúdo para todo o Estado do Espírito Santo (SARMENTO, SOUZA, 2018), desde 2016 que a Secretaria de Cultura de Vitória (SEMC) não publica edital da Lei Rubem Braga. Na primeira matéria jornalística, publicada em 26 de fevereiro de 2018, produtores e artistas locais reclamam do vácuo que a dependência de verba

pública gera no trabalho da economia criativa, quando o Ente não consegue atender a legislação no que tange ao lançamento regular do edital (NEVES, 2018a).

A alternativa que resta hoje para fomento da produção artística capixaba praticamente se resume aos editais da Secretaria de Estado da Cultura (Secult), uma vez que projetos originais do Espírito Santo raramente são contemplados nos editais de incentivo à cultura que concorrem em nível nacional. E, infelizmente, a produção cultural no Brasil é em sua maior parte viabilizada por meio de verba pública, seja diretamente ou por renúncia fiscal. "Até artistas da projeção de Ivete Sangalo recorrem aos editais de incentivo cultural", diz a produtora Tânia Silva, da Caju Produções (NEVES, 2018a).

Reconhecendo a importância da Lei Rubem Braga como ferramenta de fomento a produção cultural e para formação de artistas capixabas, outros entraves como a burocracia e a falta de clareza dos editais anteriores quanto à distribuição específica de verbas, são relatados pelos produtores locais como aspectos que precisam ser reparados em relação à execução da LRB. Desta forma, (JUVÊNCIO; SILVA; CARMO, 2016) questionam acerca desta temática se a sua operacionalização tem realmente contribuído "[..] para a ruptura de paradigmas relacionados ao elitismo sociocultural, que historicamente tem suprimido grupos socioculturais, ou tem contribuído para ampliar o abismo que há entre os direitos e os cidadãos" (JUVÊNCIO: SILVA; CARMO, 2016, p. 32-33).

Nesta primeira matéria, a produtora Tânia Silva relata ainda ter perdido um projeto por não ter informado o número do PIS, enquanto a produtora e presidente da Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-metragistas do Espírito Santo (ABD Capixaba), Leandra Moreira, expõe as falhas na Gerência da LRB no acompanhar da execução dos projetos. A Presidente da ABD Capixaba "[...] considera que as comissões de seleção deveriam emitir pareceres consistentes sobre cada projeto e que estes deveriam estar acessíveis a todos que quisessem consultá-los" (NEVES, 2018a).

Neste cenário, deve-se salientar o compromisso do Estado como agente disseminador das ações para políticas culturais, como a LRB, de gerar impactos mais profundos positivos e transformadores nos grupos socioculturais, a fim de fomentar uma verdadeira democracia cultural, prestigiando e reconhecendo as expressões humanas advindas dos segmentos menos favorecidos economicamente e para além da perspectiva neoliberal que insiste em premiar pura e simplesmente a meritocracia (JUVÊNCIO; SILVA; CARMO, 2016).

Na segunda matéria jornalística, publicada em 01 de março de 2018, é divulgado que somente no último edital, de 2015, foram feitas mais de 200 inscrições. Em 27 anos de existência, foram cerca de dois mil projetos realizados com apoio da LRB (NEVES, 2018b). Mesmo com a importância cultural para a capital capixaba, a Prefeitura de Vitória expõe suas justificativas, inclusive por motivos econômicos, para a suspensão dos editais neste último biênio 2016-2017.

Entre elas, a queda na arrecadação municipal nos últimos anos, o que fez com que a Procuradoria Geral orientasse o prefeito Luciano Rezende (PPS) a não publicar os editais nesse período. A prefeitura, em

última instância, é quem patrocina as produções via renúncia fiscal, ou seja, por meio de verba de imposto municipal para apoiar projetos que nem sempre foram concluídos. Isso gerou, segundo Murilo (novo gerente da LRB), um "passivo significativo", resultado de projetos não entregues ou entregues em desacordo com a proposta aprovada na Secretaria de Cultura. O motivo para que esse tipo de problema ocorresse, segundo o gerente da lei, é que, em gestões anteriores, faltou rigor na seleção dos projetos (NEVES, 2018b).

De acordo com o novo gerente da LRB na Prefeitura, nas gestões políticas anteriores havia, por exemplo, "postulantes de capacidade duvidosa, sem currículo adequado, e projetos sem consistência [...]" (NEVES, 2018b). O Gerente questiona também a definição de critérios indefinidos adotados pelas antigas Comissões Normativas e cobranças inexistentes de execução. Devido a estas alegações, a Prefeitura informa estar trabalhando na reformulação da LRB para sanar tais problemas¹.

Numa reflexão acerca da fragilidade que pode residir nestas relações entre os atores envolvidos na concepção do Projeto Cultural Rubem Braga, (RUBIM, 2011) ressalta dois problemas: a exclusividade desta estratégia como política cultural de governo que reduz o poder de intervenção do Estado no setor, bem como a potencial intervenção do mercado que é realizada sem utilização importante de recursos privados, apenas com recursos de renúncia fiscal.

<sup>1</sup> Nesta segunda matéria do Século Diário, a Prefeitura de Vitória prevê lançamento de edital em 2018. Porém, até o fechamento deste estudo, o documento não havia sido publicado oficialmente.

### Considerações finais

Conflitos de cunho político-administrativo como a falta de diálogo com os demais atores responsáveis, ao que nos indica, impossibilitam o lançamento do edital da LRB em Vitória – município que, por si só, já tem elevada concentração da economia criativa no Espírito Santo – prejudicando o trabalho e o sustento dos produtores culturais capixabas. De fato, a falta de uma construção coletiva nesta política pública cultural também incide na situação de dependência do controle estatal.

A cultura como manifestação simbólica das experiências humanas, principalmente as populares, é essencial para a comunicação, memória e desenvolvimento do homem como ser coletivo, social. Neste sentido, iniciativas como a Lei Rubem Braga devem ser pensadas dentro de uma lógica de continuidade assim como outras políticas públicas culturais, não podendo resumir-se a uma ação de governo 'transitório'. A LRB deve ser um projeto de Estado, permanente.

Frente a isso, o panorama recente e identificação de uma forte economia criativa capixaba apontam para o potencial social e econômico desse motor cultural, ainda que baseado nos modelos de organizações internacionais e de outros Estados. A constatação de uma economia criativa em Vitória deve ser observada para que futuras políticas públicas culturais sejam pautadas de acordo com a configuração, de forma a preservar e fortalecer a criatividade local e como modelo regional.

Outro ponto a ser considerado para futuros desdobramentos da economia criativa na cidade de Vitória-ES por meio da LRB é o reconhecimento na "origem" dessa cultura que ainda é frágil por ser demasiado dependente de fomento estatal. Para tanto, uma articulação horizontal e participativa entre sociedade, produtores culturais e entidades estatais seria necessária para esse motor, por meio de atenção conjunta às suas carências criando verdadeiras condições para o fortalecimento em longo prazo dos setores criativos.

Por fim, nota-se ser imprescindível a abertura de uma Agenda de estudos a respeito da avaliação e implementação de políticas culturais, com olhar da Economia Política da Comunicação para os setores da economia criativa, para elucidar os traços da cultura, das relações culturais, da produção, distribuição e consumo de produtos culturais não só na capital, como em todos os municípios do Espírito Santo, visando o atendimento ao direito da cultura e do trabalho no trajeto rumo ao alcance da cidadania.

### [ JOSÉ EDEMIR DA SILVA ANJO ]

Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Espírito Santo (PPGAdm/UFES). Doutorando em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras (UFLA). Especialista em Gestão Pública pela UFES. Pesquisador do Grupo de Estudos em Criatividade e Inovação (GECI/CNPq). Email: edemir-sa@hotmail.com

### [ PRISCILA BUEKER SARMENTO ]

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Poscom/UFES).
Especialista em Administração Pública pelo IFES-Campus Colatina. Integrante do Núcleo de Pesquisa e Ação Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas, sistemas e transparência (UFES/ CNPq).
Email: pbueker21@yahoo.com.br

### Referências

ANJO, J. E. S. Economia política da comunicação e os reflexos das políticas públicas no setor audiovisual capixaba. **Temática**, v. 14, n. 9, p. 67-83, 2018.

ALVES, E. P. M. Cultura, mercado e desenvolvimento: a construção da agenda contemporânea para as políticas culturais. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 50, p. 185-193, 2014a.

ALVES, E. P. M. As políticas culturais e a expansão dos mercados de cultura no Brasil: os usos teóricos e práticos do conceito/tema de economia criativa. **Desigualdade & Diversidade**, v. 14, p. 39-73, 2014b.

BAYARDO, R. Indústrias criativas e políticas culturais: perspectivas a partir do caso da cidade de Buenos Aires. In: **Políticas culturais**: informações, territórios e economia criativa / organização de Lia Calabre; tradução de Carmen Carballal. – São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013. Disponível em: http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2015/02/Pol%C3%ADticas-Culturais-informa%C3%A7%C3%B5es-territ%C3%B3rios-e-economia-criativa.pdf. Acesso em 04.dez.2018.

BENDASSOLLI, P.; WOOD JR. T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. P. Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BENDASSOLLI, P. F.; BORGES-ANDRADE, J. E. Significado do trabalho nas indústrias criativas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, p. 143-159, 2011.

BRESSAN, Flávio. **O método do estudo de caso**. Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado- FECAP: Administração on- line. v.1, n.1, jan./fev./mar. 2000. Disponível em: http://www.fecap.br/adm\_online/art11/flavio.htm . Acesso em: 01. dez. 2018.

DILÉLIO, R. C. Economia criativa e a nova agenda econômica: o sentido da abordagem classificatória para um fenômeno contemporâneo. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 50, N. 3, p. 206-217, 2014.

FERREIRA, F.; JAMBEIRO, O. Fomentando as Indústrias Criativas: uma Análise das Políticas Federais para o Audiovisual no Brasil. **Revista Extraprensa (USP)**, v. 9, p. 90-100, 2014.

FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed., São Paulo : Atlas,2008.

IDEIES. Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo. Vitória: FINDES, 2017.

IJSN. **Economia criativa no Espírito Santo:** Painel de Indicadores. Vitória: IJSN. 2016.

JAMBEIRO, O.; FERREIRA, F. Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia: contribuições da economia política da comunicação. **Revista Comunicação Midiática**, v.7, n.3, p.178-194, 2012.

JAMESON, F. **Pós-Modernidade e Sociedade do Consumo**. Tradução de Vinicius Dantas. Novos Estudos CEBRAP, São Paulo n.º12, pp. 16-26, jun. 85. Disponível em: http://dtllc.fflch.usp.br/sites/dtllc.fflch.usp.br/files/Jameson%20-%20Pos-modernidade%20e%20 sociedade%20de%20consumo.pdf . Acesso em 04.dez.2018.

JUVENCIO, E. R. A; SILVA, C.B; CARMO, G.T. **Entre avanços e entraves, uma dicotomia**: reflexões sobre a política cultural "Lei Rubem Braga" do município de Vitória no Espírito Santo. **Temática**, v. 12, n. 09, p. 26-38, 2016.

LOPES, R. S. Uma nova agenda para a cultura: o discurso da economia criativa no governo Rousseff. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BARBALHO, A.; CALABRE, L. **Políticas Culturais no governo Dilma**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 173-199.

MARÇAL, M. C. C.; MELLO, S. C. B.; CORREA, M. I. S.; SOUZA, A. C. R. A experiência do primeiro ano de institucionalização da política pública "Economia Criativa" em Pernambuco. **Políticas Culturais em Revista**, v. 7, p. 228-248, 2014.

MARQUES-DE-MELO, J. Economia Política da Comunicação no Brasil de 1923-2008 - Precursores, pioneiros, baluartes e vanguardistas. **Revista Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v.32, n.1, p. 15-31, 2009.

MATTELART, A. **História das Teorias da Comunicação**. Trad. de Luis Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1999.

MENEZES, R. A. G.; BATISTA, P. C. S.. Medidas de Políticas Públicas para as Indústrias Criativas. **Políticas Culturais em Revista**, v. 8, p. 185-205, 2015.

MIÈGE, B. As indústrias culturais e mediáticas: uma abordagem sócio-econômica (traduzido). **Revista Matrizes**, São Paulo: v.1, n. 1, out. 2007. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38176/40903 . Acesso em 03. jan. 2018.

MORAIS, K.; JAMBEIRO, O.; FERREIRA, F. O audiovisual no campo da economia política da comunicação: abordagens, métodos e notas para uma agenda de pesquisa. **Revista Extraprensa (USP)**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 04-23, 2017.

MOSCO, V. The Political Economy of Communication. 2. ed. London: SAGE, 2009.

NEUTGEM, A. V.; DELLAGNELO, E. H. L. Cultura, Estado e Mercado: uma análise da representação de economia criativa no Anexo I do Plano da Secretaria da Economia Criativa. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, p. 511-534, 2016.

NEVES, M. Jornal Século Diário. Suspensão de editais da Lei Rubem Braga enfraquece a produção cultural em Vitória: último edital da lei de incentivo à produção artística da Capital foi lançado em 2015, quando foram feitas mais de 200 inscrições. Publicado em 28. fev.2018. Disponível em: http://seculodiario.com.br/public/jornal/materia/produtores-criticam-decisao-da-prefeitura-de-suspender-editais-da-lei-rubem-braga . Acesso em 04. dez. 2018a.

\_\_\_\_\_\_. Edital da Lei Rubem Braga será lançado este ano com reformulações: Garantia é da prefeitura de Vitória, que afirma ter ouvido produtores e artistas para efetivar mudanças da lei de incentivo à cultura. Disponível em: http://seculodiario.com.br/public/jornal/materia/edital-da-lei-rubem-braga-sera-lancado-este-ano-com-reformulações. Acesso em 04.dez.2018b.

REBOUÇAS, J. E. Estudos e práticas da economia (e da) política de comunicações na América Latina. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 2, n.5, p. 65-89, 2005.

ROCHA, G. **O** fomento do acesso a cultura à população por meio de institutos privados. Trabalho de conclusão apresentado ao curso Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos. Centro de Estudos latino-americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC). ECA/ USP: São Paulo, 2010. Disponível em: https://paineira.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/134-463-1-PB.pdf. Acesso em 18. dez.2018.

RUBIM, A. A. C. Políticas Culturais: entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, G. **Teoria e política da cultura**: visões multidisciplinares. Salvador: Edufba, 2007, p. 139-158.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais do governo Lula / Gil: desafios e enfrentamentos. **Revista Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v.31, n.1, p. 183-203, 2008.

RUBIM, A. A. C. **As políticas culturais e o governo Lula**. São Paulo: Perseu Abramo, 2011.

SARMENTO, P.B; SOUZA, R.B.R. O Jornalismo Popular Alternativo do Século Diário: contra-hegemonia na imprensa capixaba online. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2018 (Anais).** Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0165-1.pdf . Acesso em 16. ago. 2018.

SILVA, R.M.D. As políticas culturais brasileiras na contemporaneidade: mudanças institucionais e modelos de agenciamento. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 29, n. 1, p. 199-224, 2014.

SOUSA, H. Comunicação, economia e poder. Porto: Porto Editora, 2006.

UNCTAD. **Economia Criativa**: uma opção de desenvolvimento viável. Relatório de economia criativa 2010. São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

VITÓRIA. LEI Nº 3.730, de 5 de junho de 1991. **Lei Rubem Braga**. Disponível em: http://sistemas.vitoria.es.gov.br/webleis/consulta.cfm?id=127015 . Acesso em: 27. dez. 2018.

\_\_\_\_\_. **Lei Rubem Braga.** Disponível em: http://www.vitoria.es.gov.br/prefeitura/lei-rubem-braga . Última atualização em 07.abr.2015. Acesso em: 27.dez.2018.

WILLIAMS, R. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra. 2º Ed, 2000.

ZALLO, R. **Economía de la comunicación y la cultura**. Madri: Editorial Akal, 1988.