



ASSOCIAÇÃO FÓRUM NACIONAL DE GESTORES DE INOVAÇÃO E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA – FORTEC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO – PROFNIT
INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE



UBIRATAN NUNES DA SILVA

CULTURA E PROPRIEDADE INTELECTUAL: COLABORAÇÃO PARA O
EMPREENDEDORISMO CULTURAL E PROTEÇÃO DA INTELCTUALIDADE DE
ARTISTAS POPULARES & INDEPENDENTES

CAMPOS DOS GOYTACAZES
2022

UBIRATAN NUNES DA SILVA

CULTURA E PROPRIEDADE INTELECTUAL: COLABORAÇÃO PARA O
EMPREENDEDORISMO CULTURAL E PROTEÇÃO DA INTELCTUALIDADE DE
ARTISTAS POPULARES & INDEPENDENTES

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação – PROFNIT, no Ponto Focal Instituto Federal Fluminense - IFF, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE

Orientador: Prof. Dra. Juliana Gonçalves Vidigal

CAMPOS DOS GOYTACAZES
2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S586c Silva, Ubiratan Nunes da
Cultura e propriedade intelectual: colaboração para o empreendedorismo cultural e proteção da intelectualidade de artistas populares & independentes / Ubiratan Nunes da Silva - 2022.

113f.

Orientador: Juliana Gonçalves Vidigal

Dissertação (mestrado) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense, Curso de Mestrado Profissional de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT), Campos dos Goytacazes, RJ, 2020.
Referências: f. 104 a 106.

1. Gestão tecnológica. 2. Propriedade intelectual. 3. Empreendedorismo. 4. Cultura. 5. Artistas populares. I. Vidigal, Juliana Gonçalves, orient. II. Título.

UBIRATAN NUNES DA SILVA

CULTURA E PROPRIEDADE INTELECTUAL: UMA COLABORAÇÃO PARA O
EMPREENDEDORISMO CULTURAL E PROTEÇÃO DA INTELLECTUALIDADE
DE ARTISTAS POPULARES & INDEPENDENTES

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação –
PROFNIT, no Ponto Focal Instituto Federal Fluminense - IFF, como requisito
parcial à obtenção do título de Mestre.

Aprovado em 10 de fevereiro de 2022.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Juliana Gonçalves Vidigal - IFF

Orientadora

Documento assinado digitalmente



FRANCISCO GILSON REBOUCAS PORTO JUNIOR

Data: 26/05/2022 09:11:14-0300

Verifique em <https://verificador.iti.br>

Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças Porto Júnior
Membro Interno PROFNIT – Outro Ponto Focal



Dra. Aline dos Santos Portilho

Membro Externo PROFNIT



Me. Mariana Gomes Ribeiro
Convidado - Atuação Relevante no Campo Prático

Dedico este trabalho, assim como toda minha vida, a minha mulher, Paola Crispino, e minha filha, Millena Crispino, mulheres incríveis que diariamente me inspiram a seguir na caminhada com a certeza de que vale a pena.

AGRADECIMENTOS

Agradeço infinitamente a minha Orientadora, Prof. Juliana Gonçalves Vidigal, sem a qual certamente não teria chegado até aqui. Seu acolhimento e incentivo foram de extrema importância para a conclusão deste trabalho, e principalmente deste Mestrado.

Ao Corpo Docente do PROFNIT / IFF, pela transmissão do conhecimento, correções e ensinamentos que me permitiram um processo de formação singular.

Aos colegas de classe, que permaneceram unidos até o último momento, tornando-se amigos para se levar para a vida.

A Presidente da Fundação Rio das Ostras de Cultura, Cristiane Menezes Regis, por entender a importância desta etapa da minha vida, colaborando em todos os aspectos, como chefe, como amiga e enquanto gestora da cultura municipal.

A todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram de forma a me possibilitar estar aqui, finalizando meu TCC e lembrando de cada dificuldade que enfrentei e venci.

A todos vocês,
Meu muito obrigado!

*“Muda que quando a gente muda o mundo muda com a gente
A gente muda o mundo na mudança da mente
E quando a mente muda a gente anda pra frente
E quando a gente manda ninguém manda na gente”*

Gabriel o Pensador

RESUMO

A Propriedade Intelectual, antes mesmo de se referir a proteção industrial, voltava-se a proteger as criações ligadas a arte e literatura. Todavia, artistas e profissionais de cultura independentes apresentam pouco conhecimento sobre o tema, assim como também sobre aspectos de empreendedorismo, temas interligados, diga-se de passagem. Justamente na intenção de preencher esta lacuna o presente estudo busca subsídios científicos capazes de alicerçar a produção de um material instrucional sobre Propriedade Intelectual e uma Proposta de Política Pública, a ser implantada no município de Rio das Ostras – RJ. De Caráter Indutivo, Natureza Aplicada, Objetivo Descritivo e Exploratório e Abordagem Qualiquantitativa, a pesquisa obteve resultados que mostram que apesar de não dominar aspectos de PI e Empreendedorismo, Artistas Independentes, Artesãos e Profissionais de Cultura têm interesse em aprender de forma a proteger suas criações e desenvolver seus negócios. Como produto final, foram confeccionados um Projeto de Lei, ofertado a Administração do Município, uma Cartilha de Propriedade Intelectual, com objetivo de promover conhecimentos de PI a este profissional, e um Artigo Científico, com objetivo de contribuir com estudos futuros.

Palavras Chave: Políticas Culturais. Empreendedorismo Cultural. Economia da Cultura. Artista Independente.

ABSTRACT

Intellectual Property, even before referring to industrial protection, turned to protecting creations linked to art and literature. However, independent artists and culture professionals have little knowledge on the subject, as well as on aspects of entrepreneurship, interconnected themes, by the way. Precisely with the intention of filling this gap, this study seeks scientific subsidies capable of supporting the production of instructional material on Intellectual Property and a Public Policy Proposal, to be implemented in the city of Rio das Ostras - RJ. With an Inductive Character, Applied Nature, Descriptive and Exploratory Objective and Qualiquantitative Approach, the research obtained results that show that despite not mastering aspects of IP and Entrepreneurship, Independent Artists, Artisans and Cultural Professionals are interested in learning in order to protect their creations and develop your business. As a final product, a Bill of Law was created, offered to the Municipal Administration, an Intellectual Property Booklet, with the objective of promoting knowledge of IP to this professional, and a Scientific Article, with the objective of contributing to future studies.

Keywords: Cultural Policies. Cultural Entrepreneurship. Culture Economy. Independent Artist.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Grupos de Propriedade Intelectual.....	22
Figura 2 – Equipamentos Culturais 1	34
Figura 3 – Equipamentos Culturais 2	35
Quadro 1 – Definição dos Objetos de Propriedade Intelectual.....	23
Quadro 2 – Tipologia dos Empreendimentos Culturais	30
Quadro 3 – Ações Capazes de Fomentar a Cultura.....	52

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Consideração da Relevância de Proteção da PI	41
Gráfico 2 – Conhecimento sobre Propriedade Intelectual	42
Gráfico 3 – Conhecimento das Áreas de PI	42
Gráfico 4 – Importância da Construção de uma Marca	43
Gráfico 5 – Importância dos Rendimentos no Orçamento Mensal	45
Gráfico 6 – Margem de Rendimentos.....	46
Gráfico 7 – Grau de Instrução dos Profissionais	47
Gráfico 8 – Formato Jurídico de Atuação	48
Gráfico 9 – Avaliação das Políticas Públicas de Cultura do Município.....	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CT&I – Ciência, Tecnologia e Inovação
DAS – Documento de Arrecadação do Simples Nacional
DASN-SIMEI – Declaração Anual Simplificada para o Microempreendedor Individual
ECAD – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
e-CAC – Centro Virtual de Atendimento ao Contribuinte
EPP – Empresa de Pequeno Porte
IG – Indicação Geográfica
IRPF – Imposto de Renda Pessoa Física
LC – Lei Complementar
ME - Microempresa
MEI – Microempreendedor Individual
OMPI - Organização Mundial de Propriedade Intelectual
PI – Propriedade Intelectual
PROFNIT – Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação.
RFB – Receita Federal do Brasil
SBAT – Sociedade Brasileira de Autores
SIMEI - Sistema de Recolhimento Mensal dos Tributos Abrangidos pelo Simples Nacional Devidos pelo Microempreendedor Individual
TCC – Trabalho de Conclusão de Curso
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
WIPO – World Intellectual Property Organization

SUMÁRIO

1	ASPECTOS INTRODUTÓRIOS	13
1.1	PROBLEMATIZAÇÃO	14
1.2	OBJETIVOS.....	15
1.2.1	Objetivo Geral.....	15
1.2.2	Objetivos Específicos.....	15
1.2.3	Produtos Finais Entregáveis	16
1.3	DELIMITAÇÃO	16
1.4	JUSTIFICATIVA.....	17
1.5	ESTRUTURA.....	17
2	MATERIAIS E MÉTODOS	19
2.1	DELINEAMENTO	19
2.2	POPULAÇÃO E AMOSTRAGEM	20
2.3	COLETA DE DADOS.....	20
3	REVISÃO DA LITERATURA	21
3.1	PROPRIEDADE INTELECTUAL	21
3.1.1	Os Direitos Autorais	24
3.1.2	A Marca	25
3.1.3	Indicações Geográficas	27
3.2	POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA E EMPREENDEDORISMO CULTURAL	29
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	34
4.1	DADOS GERAIS	34
4.2	CENÁRIO ARTÍSTICO-CULTURAL	36
4.3	LEGISLAÇÃO CORRELATA	38
4.3.1	Lei Complementar nº 034/20211	38
4.3.2	Lei nº 2051/2017	38
4.3.3	Lei nº 2177/2018.....	39
4.3.4	Lei nº 2292/2019.....	39
4.4	PESQUISA SURVEY.....	40
4.5	ENTREVISTAS.....	55
4.5.1	Entrevista 1.....	55
4.5.2	Entrevista 2.....	56

4.5.3	Entrevista 3.....	58
4.6	OUTRAS ANÁLISES DOS RESULTADOS	59
5	PROPOSTA DE PROJETO DE LEI	61
6	CARTILHA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL	71
7	ARTIGO CIENTÍFICO.....	86
8	CONCLUSÃO.....	103
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO SURVEY	107
	APÊNDICE B – RECIBO PROJETO DE LEI.....	111
	APÊNDICE C – COMPROVANTE SUBMISSÃO ARTIGO.....	112

1 ASPECTOS INTRODUTÓRIOS

Para a convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI, ou *WIPO* em Inglês, além das atividades industriais a Propriedade Intelectual é um conjunto de direitos que se encontram estritamente ligados à arte e à literatura. Antecedendo a definição convencional, inclusive, Propriedade Intelectual referia-se de forma restrita aos direitos autorais, protegendo exclusivamente inventos e criações artísticas (BARBOSA, 2003). Proteger o imaterial, o intangível, o intelectual, originados da criatividade, é justamente o escopo da Propriedade Intelectual, e essa intangibilidade é intensamente observada quando se fala de arte.

Em suas diversas formas e definições, a arte se apresenta não apenas como instrumento de distração, de divertimento ou entretenimento, mas também de impacto, de reflexão, de viagem no tempo e espaço que fazemos ao som de uma música, pelas cores de uma pintura, pela emoção de uma peça de teatro ou outras situações aparentemente perfeitas, ou não, que tem por objetivo movimentar e completar nossos sonhos, anseios ou aflições. Para tanto, ser artista exige não apenas inspiração e sentimentos, mas técnicas capazes de dominar, controlar e transformar a realidade para expressar e transmiti-la em formato de arte (FISCHER, 1983).

Sentimentos e Inspirações à parte, o mercado cultural se apresenta como produto de alta relevância para a economia e desenvolvimento econômico e social brasileiro. Aquele que desenvolve produtos artístico-culturais enquadra-se em uma categoria profissional, fazendo jus, obviamente, à existência de uma compensação financeira. Outrossim, esta natureza profissional acaba exigindo do artista, quando popular e independente, também uma vertente empreendedora, o que desagrade a muitos que afirmam não entender burocracias excessivas, ou defendem que “os criativos não dominam a gestão” (LEITE; SILVESTRE, 2017).

De acordo com a Secretaria Especial da Cultura, órgão máximo de Políticas Culturais do Governo Federal, as atividades culturais e criativas representam 2,64% do PIB brasileiro, gerando mais de um milhão de empregos formais diretos, tendo apresentado um crescimento de 8,1% no período compreendido entre 2013 e 2017. Apesar do crescimento, Santos, Silva e Neto (2020), citam que o debate técnico e acadêmico acerca do que chamam de “empreendedorismo cultural” ainda é discreto,

prevalecendo o autodidatismo, tornando de suma importância para o amadurecimento do setor, toda e qualquer contribuição.

Observa-se na literatura recente pesquisas sobre o desenvolvimento da economia da cultura e sua manifestação na atualidade, em estudos como de Leite e Silvestre (2017), Mega (2019) e Dias (2020). Michetti e Burgos (2016), Cerqueira (2018) e Santos, Silva e Lucena Neto (2020), demonstram preocupação com o Empreendedorismo Cultural, enquanto Serra e Fernandes (2014), Alves (2016) e Maciel (2016) apresentam contribuições para as Políticas Públicas de Cultura. Apenas Silva e Silva (2020) objetivam pesquisar de forma mais focada uma ligação entre Propriedade Intelectual e Cultura, sendo possível observar uma lacuna existente no contexto em questão.

O presente estudo não buscou distinguir particularidades entre cultura, arte e artesanato. Desta forma, sempre que utilizadas uma destas expressões, refere-se a um conjunto de produtos artísticos, sem segregação de suas funções. Também não se buscou aqui debater os conceitos de artista popular e independente, sendo tais termos utilizados para identificar aquele artista/artesão não provido de reconhecimento nacional ou internacional, mas sim o local, em início de carreira ou não, que tenha por necessidade ou vontade, a realização, além da arte, da gestão de sua carreira.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Um perfil empreendedor é defendido por diversos autores como qualidade *sine qua non* para o sucesso profissional em qualquer esfera. Obviamente o artista independente precisa do dom e das técnicas de arte como defendido por Fischer (1983), mas também precisa ter em mente que em virtude de sua condição popular e independente há de ser gestor de sua carreira nos aspectos administrativos, financeiros, de custos, marketing, e claro, da proteção de sua intelectualidade. Não é difícil perceber o quanto ser artista pode então ser difícil sem que haja uma Política Pública capaz de apoiar e incentivar os profissionais do ramo. O presente estudo traz então uma contribuição para o profissional de cultura detentor de criações intelectuais, tanto na produção de um material instrucional voltado para seu aprofundamento nos conceitos de Propriedade Intelectual, como uma propositura de

uma política pública voltada ao apoio do desenvolvimento destas ações, afetando de forma conjunta o Poder Público e artistas.

1.2 OBJETIVOS

Marconi e Lakatos (2003) ensinam que os objetivos se dividem em Objetivo Geral, que apresenta uma visão global e abrangente do tema, e Objetivos Específicos, que apresentam caráter mais concreto, permitindo o alcance do Objetivo Geral. Neste aspecto, os objetivos da presente pesquisa foram:

1.2.1 Objetivo Geral

O Objetivo Geral do presente estudo foi contribuir para que profissionais artístico-culturais populares e independentes obtivessem conhecimento para proteger sua intelectualidade, bem como propor a formulação de uma política pública consistente de empreendedorismo e proteção à intelectualidade, fortalecendo assim o empreendedorismo cultural e a cultura da Propriedade Intelectual – PI.

1.2.2 Objetivos Específicos

Os Objetivos Específicos, por sua vez foram:

- ✓ Conhecer, por meio de pesquisa bibliográfica o estado da arte relacionado ao tema proposto de forma a possibilitar a promoção de um debate crítico das ideias formuladas;
- ✓ Identificar o nível de conhecimento de Empreendedorismo e PI de artistas do município de Rio das Ostras – RJ;
- ✓ Evidenciar as Políticas relevantes voltadas para o empreendedorismo e intelectualidade artística no município de Rio das Ostras;
- ✓ Esquematizar os dados obtidos para proporcionar a elaboração dos entregáveis material didático (Cartilha) e Política Pública;
- ✓ Elaboração de artigo científico.

1.2.3 Produtos Finais Entregáveis

Em conformidade ao determinado pelo PROFNIT, o Trabalho de Conclusão de Curso deve ser constituído de pelo menos dois produtos a serem entregues de forma conjunta. Para que se alcance o objetivo almejado e se concretize uma verdadeira contribuição para a ciência, para a sociedade artística e para a elaboração de Políticas Públicas de proteção intelectual do artista, os seguintes produtos foram entregues, oriundos da pesquisa realizada nesta Dissertação:

- a) Proposição de Política Pública (Proposta de Projeto de Lei) de apoio e incentivo ao empreendedorismo cultural e proteção da Propriedade Intelectual de artistas independentes do município de Rio das Ostras - RJ;
- b) Material Instrucional (Cartilha de Propriedade Intelectual para Profissionais da Cultura) com escopo de instruir e ampliar os conhecimentos de Propriedade Intelectual dos profissionais do ramo;
- c) Artigo Científico, contendo os resultados e conclusões do estudo em formato sintetizado de forma a contribuir com outros pesquisadores interessados no tema já submetido ao periódico Políticas Culturais em Revista ISSN: 1983-3717.

1.3 DELIMITAÇÃO

A extensão territorial brasileira é composta de diversas manifestações culturais e conta com um rol de artistas das mais variadas expressões, impossibilitando assim a realização de um estudo abrangente a ponto de conhecer ou interferir em todas as realidades. Não diferente, o pacto federativo concede a cada um dos 27 Estados e 5570 municípios a autonomia para elaboração de suas políticas considerando as perspectivas e anseios locais. Destarte, ainda que haja a possibilidade de replicar e adaptar os produtos originados pelo presente estudo, a pesquisa para conhecimento da realidade e necessidades existentes foi realizada apenas no município de Rio das Ostras – RJ. Isso porque qualquer pesquisa que tivesse por foco uma extensão territorial maior demandaria investimentos financeiros e tempo além dos dispostos para um programa de Mestrado. Desta forma, o município de Rio das Ostras conta com um Sistema Municipal de Indicadores Culturais, que é um instrumento de gestão imposto pela Lei Municipal nº 1949/2016,

que instituiu o Sistema Municipal de Cultura. Estes indicadores foram utilizados recentemente, por exemplo, para a distribuição dos benefícios concedidos pela Lei Aldir Blanc, caracterizando-se como um cadastro atual e organizado. Essa organização e atualidade serviram de base, vez que são, inclusive, de acesso permitido ao autor. Neste sentido, a presente pesquisa se limitou a conhecer a realidade dos artistas do município de Rio das Ostras, cadastrados no Sistema Municipal de Cultura, sendo os produtos elaborados de acordo com suas necessidades.

1.4 JUSTIFICATIVA

A Lei nº 14.017 de 29 de junho de 2020, denominada Lei Aldir Blanc, foi um divisor de águas para se repensar a Política Pública de Cultura nacional. A partir do momento que a lei exige a participação popular na formulação das ações emergenciais, possibilita que a classe seja ouvida pelo Poder Público apresentando assim ideias e reivindicações. Como servidor da Fundação Rio das Ostras de Cultura e membro do Conselho Municipal de Cultura, foi possível que o autor do presente estudo participasse desde o início da implantação e execução destas ações, proporcionando assim a identificação de necessidades, fragilidades, anseios e falhas presentes tanto no comportamento dos profissionais artísticos quanto do próprio Poder Público. A identificação do problema existente e a possibilidade em oferecer uma contribuição relevante, por si só, justificam o estudo em tela.

1.5 ESTRUTURA

O presente estudo estrutura-se de forma a conceder uma sequência lógica capaz de proporcionar não apenas o entendimento do leitor, mas principalmente seu desenvolvimento por meio de um pensamento continuado. Assim, a primeira parte é composta pelo Capítulo 1, que contém os Aspectos Introdutórios dotados da contextualização do estudo, apresentação do problema identificado, dos objetivos da pesquisa, os produtos desenvolvidos, sua delimitação e justificativa.

Um segundo capítulo traz a metodologia utilizada para que se alcançasse o objetivo final: como foram realizadas as pesquisas, os materiais e métodos que

serviram para construir uma conclusão, bem como para desenvolver os produtos entregues.

Posteriormente, um Capítulo 3 apresenta uma Revisão Narrativa da Literatura de forma a se conhecer o que outros pesquisadores vêm debatendo sobre o tema pesquisado. Busca-se, nesta parte, um aprofundamento sobre Propriedade Intelectual, Políticas Públicas de Cultura e Empreendedorismo Cultural.

Um quarto capítulo apresenta os resultados obtidos e discussões. Dados documentais, resultados de pesquisa *survey*, entrevistas, suas interpretações e reflexões, debates, foram ali apresentados, confrontando os achados para com os resultados de pesquisas anteriores.

Por sua vez, os Capítulos 5, 6 e 7 trazem, respectivamente, os produtos produzidos com base na pesquisa realizada na seguinte ordem: Projeto de Lei Municipal, Cartilha de Propriedade Intelectual para Profissionais da Cultura e Artigo Científico. Esta formatação atende ao exigido no item C2 das Normas para Exame de Qualificação e Trabalho de Conclusão de Curso do PROFNIT, que determina que cada produto deve constituir um capítulo do TCC.

Por fim, construiu-se uma conclusão de todo o conteúdo abordado no presente trabalho, lembrando seus objetivos, resultados, conclusões e produtos desenvolvidos, a fim de confirmar a contribuição realizada.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia, do grego *methodos* (*meta+hodós*) tem como significado o “caminho para se chegar a um fim” (ASSIS, 2008, p.6). Marconi e Lakatos (2003) defendem que método é um conjunto de atividades que permitem alcançar a um objetivo – o conhecimento verdadeiro. O presente Capítulo apresenta os métodos e técnicas utilizados para o alcance do objetivo de pesquisa.

2.1 DELINEAMENTO

Trata-se de pesquisa de caráter Indutivo. Ou seja, partindo dos resultados alcançados pela amostra, o autor foi induzido a concluir como similar a concepção de toda população. Para Marconi e Lakatos (2003, p. 86), a Indução “é um processo mental por intermédio do qual partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal”.

Caracteriza-se, quanto a Natureza, como Pesquisa Científica Aplicada, de forma a evidenciar as demandas da sociedade e oportunidades de apoio que podem ser ofertados pelo Poder Público. A Pesquisa Aplicada utiliza as consequências práticas do conhecimento, destinando-se a solução dos mais variados problemas individuais e coletivos (ASSIS. 2008). Para Gil (2008) a pesquisa aplicada não se preocupa com a formação de teorias de valor universal, mas sim na aplicação, utilização e consequências práticas do conhecimento, motivo pelo qual demonstra-se como adequada ao presente estudo.

Quanto ao Objetivo, apresenta-se como Pesquisa Descritiva e Exploratória. A Pesquisa Descritiva visa observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os dados sem interferência, sem manipulação do pesquisador. Por sua vez, a Exploratória, se define quando o tema é pouco explorado, dificultando a formação de hipóteses precisas e operacionalizáveis, envolvendo levantamento bibliográfico, documental e entrevistas não padronizadas, não sendo comum neste método procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados (ASSIS. 2008, p. 18).

Apresenta-se ainda como Pesquisa de Abordagem Qualiquantitativa. Prodanov e Freitas (2013) definem pesquisa quantitativa como aquela que busca traduzir em números opiniões e informações, com formulação de hipóteses e relação

entre variáveis, enquanto as qualitativas consideram subjetividades que não possam ser traduzidas em números.

2.2 POPULAÇÃO E AMOSTRAGEM

O Sistema Municipal de Cultura de Rio das Ostras conta com 603 profissionais de cultura cadastrados, os quais foram a população alvo da pesquisa, que buscou conhecer seu ramo artístico, experiência, produção intelectual, conhecimento sobre os conceitos de PI e empreendedorismo, grau de satisfação com as políticas públicas existentes no município e propostas de melhoria. Destes, 118 se prontificaram a participar do estudo.

Por outro lado, Conselheiros Municipais de Cultura atuantes no segmento cultural foram também entrevistados, de forma a conhecer seu domínio de empreendedorismo cultural e proteção da intelectualidade.

2.3 COLETA DE DADOS

Foi realizada, dentre os dias 09 de fevereiro e 22 de março de 2021, pesquisa exploratória de busca de artigos científicos no *Google Scholar* e Periódicos CAPES, para a obtenção de artigos que versassem sobre Conceitos de Propriedade Intelectual, Direitos Autorais, Marcas, Indicações Geográficas, Empreendedorismo Cultural e Políticas Públicas de Cultura. Foram selecionados por conveniência artigos e livros dos referidos assuntos para embasar literalmente a pesquisa.

Quanto aos dados, em sua maioria, a pesquisa trabalhou com informações públicas. O Sistema Municipal de Indicadores Culturais da Fundação Rio das Ostras de Cultura possui o cadastro e meios de contato de todos os beneficiados, o que foi utilizado para alcançar esta população para submissão do questionário eletrônico. O Banco de Dados de Leis e Decretos Municipais, Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária Anual também foram consultados, de forma a fortalecer as informações necessárias à elaboração dos produtos finais. Alguns dados, todavia, fazem parte do dia-a-dia do autor, que como já informado, é servidor da Fundação Rio das Ostras de Cultura, que autorizou a realização da pesquisa. Os resultados são todos descritos no Capítulo 4 do presente estudo.

3. REVISÃO DA LITERATURA

Prodanov e Freitas (2013) defendem a necessidade de um levantamento de fontes teóricas existentes, que permita contextualizar e embasar teoricamente o estudo, identificando assim o estado da arte mostrando até que ponto o assunto foi estudado e discutido na literatura, proporcionando o estabelecimento de um marco teórico de referência. Neste sentido, o presente capítulo tem por objetivo apresentar conceitos e debates sobre Propriedade Intelectual, Empreendedorismo Cultural e Políticas Públicas de Cultura.

3.1 PROPRIEDADE INTELECTUAL

A Propriedade Intelectual é definida pela Convenção da OMPI como a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (JUNGMANN, 2010b; BARBOSA, 2003).

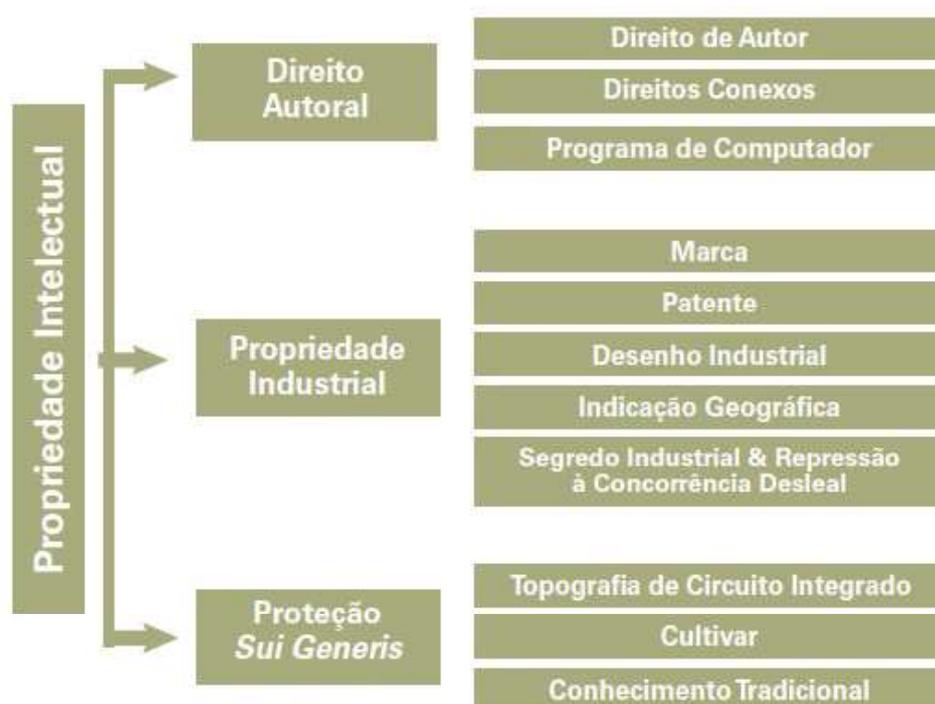
Desde o século XV a sociedade exercita suas intenções em proteger o intelecto humano. Em 1477 a República de Veneza promulgava a primeira lei que protegia direito de inventores, concedendo assim as primeiras cartas patentes. Com uma utilização tímida dentre os séculos XV e XVII, a carta patente não se tornou uma prática à época, até que com a expansão do comércio e aumento da pirataria as normas existentes precisavam ser revistas, ocasião em que em 1883 surge a Convenção de Paris – CUP, primeiro tratado com envolvimento de diversos países, objetivando a proteção da Propriedade Intelectual. O Brasil foi um dos 14 primeiros países a aderir a convenção. Logo depois, em 1886, a Convenção de Berna buscou a proteção de obras literárias e artísticas, estando ambas em vigor até os dias de hoje. Em 1967 foi criada a Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI e em 1994 surge o Acordo sobre Aspectos de Direito da Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio – TRIPS, que trata dos Direitos do Autor e Conexos,

Marcas, Indicações Geográficas, Desenhos Industriais, Patentes, Topografias de Circuitos Integrados, Proteção do Segredo de Negócio e Controle da Concorrência Desleal, estabelecendo princípios básicos quanto à existência, abrangência e exercício dos Direitos de Propriedade Intelectual (JUNGMANN, 2010a).

Com a expedição do Alvará Régio de 28 de abril de 1809, que reconhecia o direito ao privilégio exclusivo de exploração de novos inventos por 14 anos, Dom João VI fez do Brasil o quarto país do mundo a legislar sobre o tema. Algumas leis buscaram regulamentar o tratamento de marcas, patentes e concorrência desleal ao fim do século XIX e início do XX, sendo em 1945, criado um Código de Propriedade Industrial por meio do Decreto Lei nº 7.903/45 que vigorou até 1996, quando sancionada a lei 9.279/96, em vigência até os dias atuais. No que diz respeito aos Direitos do Autor, data de 1827 a primeira tutela de privilégios dos autores. Após atualizações e aperfeiçoamentos, a atual Lei Autoral, nº 9.610/98, foi promulgada em 20 de fevereiro de 1998. O país também buscou legislar para proteger softwares – Lei 9.609/98 e cultivares, por meio da Lei 9.456/97 (BARBOSA, 2003).

Atualmente a Propriedade Intelectual encontra-se dividida em três grandes grupos conforme apresenta a Figura 1 a seguir.

Figura 1 – Grupos de Propriedade Intelectual



Fonte: JUNGMANN, 2010a.

O Quadro 1 apresenta a definição de cada objeto apresentado na Figura 1.

Quadro 1 – Definição dos objetos de propriedade intelectual

DIREITOS AUTORAIS	
TIPO	DEFINIÇÃO
DIREITO DE AUTOR	Proteção concedida ao autor/criador de obra literária, artística ou científica originais, decorrentes do espírito humano, garantindo a ele os chamados direitos morais, assegurando, nos limites da lei, a exploração patrimonial direta ou indireta da obra.
DIREITOS CONEXOS	Direitos conferidos a artistas, intérpretes, produtores fonográficos e empresas de radiodifusão, pela interpretação, produção, performance ou transmissão de obras autorais.
PROGRAMAS DE COMPUTADOR	Proteção dada a um conjunto organizado de instruções necessárias para o funcionamento de máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos.
PROPRIEDADE INDUSTRIAL	
TIPO	DEFINIÇÃO
MARCA	Sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica um produto ou serviço, permitindo assim que o consumidor associe características como qualidade, reputação, design, etc. É a forma mais comum de proteção da propriedade industrial.
PATENTE	Título legal que documenta e legitima, temporariamente, o direito do titular de uma invenção ou de um modelo de utilidade. Ela visa tanto as criações novas como ao aperfeiçoamento das criações existentes.
DESENHO INDUSTRIAL	Aspecto ornamental ou estético de um objeto que pode ser constituído de características tridimensionais ou bidimensionais, passível de reprodução por meios industriais.
INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	Sinal utilizado em produtos estabelecendo que são originários de uma determinada área geográfica e que possuem qualidades ou reputação relacionadas ao local de origem.
SEGREDO INDUSTRIAL	A proteção aos segredos industriais permite a preservação da natureza confidencial da informação contra a revelação indevida e contra o uso por pessoas não autorizadas. É muito utilizado em áreas onde a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico são intensos, como na indústria de biotecnologia, de tecnologia da informação e comunicação, petroquímica, de bebidas, alimentos e cosmética.
REPRESSÃO A CONCORRÊNCIA DESLEAL	Mencionada como objeto da proteção da propriedade intelectual na revisão da Convenção de Paris, concorrência desleal é qualquer ato contrário as práticas honestas, na indústria ou no comércio, que deturpe o livre funcionamento da propriedade intelectual e a compensação econômica que ela oferece.
PROTEÇÃO SUI GENERIS	
TIPO	DEFINIÇÃO
TOPOGRAFIA E CIRCUITO INTEGRADO	Conhecidos também como <i>chips</i> , envolvem um conjunto organizado de interconexões, transistores e resistências dispostos em camadas de configuração tridimensional sobre uma peça de material semicondutor. São atualmente usados como memória ou processador de computador e visam a realizar funções eletrônicas em equipamentos.
CULTIVAR	Nova variedade de planta com características específicas resultantes de pesquisas em agronomia e biociências (genética, biotecnologia, botânica e ecologia), não simplesmente descoberta na natureza.
CONHECIMENTOS TRADICIONAIS	Envolvem saberes empíricos, práticas, crenças e costumes passados de pais para filhos das comunidades indígenas ou de comunidade local (por exemplo, os ribeirinhos), quanto ao uso de vegetais, microrganismos ou animais cujas amostras contém informações de origem genética.

Fonte: Elaborado pelo autor. Adaptado de Jungmann (2010a).

Considerando o cunho cultural e artístico do presente estudo, destacam-se por sua relevância, merecendo assim maiores comentários, o Direito Autoral, a Marca, e as Indicações Geográficas, proteções ligadas ao escopo da pesquisa. As demais proteções de propriedade industrial são voltadas a objetos cuja reprodução possa se dar em escala, não possuindo aspectos artístico-culturais. Com relação às proteções *sui generis*, apesar de características culturais presentes nos conhecimentos tradicionais, sua essência de não comercialização também a exclui do foco estudado.

3.1.1 Os Direitos Autorais

Originário de Inglaterra e França, o que hoje entendemos por direito autoral ganhou proporção internacional com a Convenção de Berna em 1886, que aumentou o consumo de bens culturais, criando por consequência um mercado cultural. Sua existência se justifica pelo estímulo à criação, autonomia do autor e o livre desenvolvimento das ciências e das artes. O Direito Autoral garante que o trabalho criativo, muito mais complexo que o repetitivo, seja remunerado por um período determinado havendo posteriormente uma função social, vez que ao fim do prazo de proteção a obra cai em domínio público, tornando-se assim de propriedade coletiva (MATA-MACHADO, 2010).

Fernandes Júnior (2019) destaca que de acordo com a legislação vigente a proteção dos direitos do autor inicia-se no momento da criação da obra, perdurando pelo prazo de até 70 (setenta) anos contados a partir do dia primeiro de janeiro do ano subsequente à morte do autor. Tal direito é compartilhado com o coautor, caso a obra não seja de autoria singular.

Há de se ressaltar, todavia, que apesar de alguns esforços para proteger os direitos de autor o legislador não contava com tamanha evolução tecnológica. A possibilidade de realizar *downloads* de músicas e filmes, por exemplo, dificulta hoje a punição dos que violam os direitos autorais. E os usuários deste conteúdo “gratuito” não estão dispostos a deixar de se utilizar de tais práticas ainda que isso signifique prejuízos a seus artistas favoritos. Por outro lado, a lei não considera violado o direito se a obra baixada for utilizada exclusivamente para uso do indivíduo, sem comercialização ou intenção de se obter lucros. Há de se ter em mente ainda, que bem utilizada a internet pode servir de instrumento propulsor na

divulgação de obras de autores desconhecidos, permitindo-lhes alcançar mais rapidamente a tão almejada fama (SCHOSSLER, 2017).

3.1.2 A Marca

Os sinais distintivos visualmente perceptíveis e capazes de identificar a origem de um produto ou serviço, são protegidos como marca. A marca pode ser registrada por pessoa física ou jurídica e concede ao titular o direito exclusivo de sua utilização, podendo ele impedir que terceiros comercializem produtos ou serviços idênticos ou semelhantes com marca igual ou parecida, de forma que possa causar confusão ao consumidor. Afinal, é por meio da marca que o consumidor reconhece características particulares do produto ou serviço, tal como qualidade, preço, garantia, assistência técnica, etc., ou seja, associam o símbolo às qualidades que atendam ou não, suas necessidades. Neste sentido, não se pode permitir que outros tenham a oportunidade de criar marcas parecidas com o objetivo de tirar proveito de reputação já existente. Outra vantagem de se solidificar uma marca é a possibilidade de permitir, por meio de franquias, que outros a utilizem, gerando assim receitas de *royalties* para seu proprietário (NASCIMENTO; GOMES; MATTOS, 2016).

Não por acaso, estudos apontam que pequenas empresas têm maior índice de registro de marcas que empresas de grande porte. Isso porque diferente dessas últimas, os pequenos precisam ganhar mercado distinguindo seu produto/serviço, não possuindo condições de investimentos em grande escala. Assim, não possuir o registro da marca pode fazer com que todo o esforço de criação de um produto seja desperdiçado pois em virtude de confusão ou falta de referência, o consumidor poderá adquirir qualquer bem similar. O registro pode ser feito como: marca de produto ou serviço, que busca distinção de outros existentes, marca coletiva, destinadas a entidades ou associações, ou marca de certificação, que visa atestar a concordância ou conformidade de um determinado produto ou serviço (PINTO *et al.*, 2018).

Mas não só empresas comerciais se preocupam com a criação de uma marca. Santos *et al.* (2018) enfatizam que o aumento no consumo de produtos culturais tem atraído a atenção de diversos setores que tem por intenção associar as marcas de suas empresas a estes produtos. Criar uma marca para os produtos

culturais então, pode se apresentar como a garantia, ou ao menos potencialização das possibilidades, de obter financiamentos para seus projetos culturais.

Ao pesquisar sobre o efeito da marca de eventos musicais, Aureliano-Silva (2017) destaca que a utilização do nome de um evento musical ao longo do tempo transforma-o em uma marca dotada de personalidade específica, que automaticamente se comunicará com um perfil específico de consumidores. Para o autor, a marca tem sido a principal ferramenta de avaliação de um produto, influenciando diretamente sua decisão de compra, vez que por ela é possível analisar riscos relacionados à qualidade. Neste sentido, a participação de artistas que não possuam congruência com o evento não seria aconselhada por exemplo, pois tende a prejudicar a reputação da marca.

A criação de uma marca é, inclusive, estratégia com alta relevância para o marketing cultural. Há de se observar que diversos artistas praticam a mesma arte. São vários atores, cantores, dançarinos, artesão, todos dotados de talento, de forma que apenas a marca será capaz de oferecer destaque a quem assim deseje. Justamente por este motivo, diversos artistas se utilizam de pseudônimos, de forma a fixar melhor uma identidade junto ao público. Ao pesquisar sobre a marca no universo da música sertaneja, Rocha (2015) teceu a seguinte observação:

Grande parte das duplas sertanejas, que usam nomes artísticos decidiram mudar os verdadeiros nomes especialmente para a carreira artística. Primeiramente eram escolhidos nomes fáceis para pronunciar e memorizar, como: Zilo e Zalo, Craveiro e Craveirinho, Zico e Zeca, Tonico e Tinoco (nestes casos até a sonoridade eram parecidas). Depois vieram nomes comuns como: Leandro e Leonardo, Bruno e Marrone, Chrystian e Ralf. Por fim, dentro do sertanejo universitário, os nomes mais comuns para duplas, seguem o seguinte padrão: primeiro nome (nome composto) e o segundo nome (nome simples), por exemplo, Cesar Menotti e Fabiano, João Bosco e Vinicius, João Carreiro e Capataz, Maria Cecília e Rodolpho. Após analisar e pesquisar a escolha do nome da dupla sertaneja, seja com o nome próprio ou artístico, deve ser registrada. Essa é a única forma de se resguardar e não ter o nome copiado por ninguém, ainda mais se tratando de música sertaneja, como já mencionado, há uma gama de cantores em busca da fama (ROCHA, 2015).

A afirmação mostra não só o quão importante é o estabelecimento de uma marca para produtos e serviços culturais, como também a evolução dos conceitos, que assim exige profissionalização constante dos envolvidos no meio. Para autora a divulgação da marca é passo fundamental para o sucesso do artista, pois esta será utilizada em materiais promocionais, página de internet, mídias sociais, programas

de rádio e televisão, sendo esta a forma que o público conhece os cantores. Mas enfatiza que não apenas os famosos precisam dar atenção às marcas. Os artistas com menos recursos ou em início de carreira têm, de acordo com a autora, a principal ferramenta de divulgação da atualidade, e a custo praticamente zero – a internet, podendo assim divulgar sua marca em redes sociais, *web sites* e anúncios pagos; E enfatiza: “a marca e a música estão intrinsecamente ligadas uma com a outra no contexto atual, visto que, o universo da marca é muito abrangente” (ROCHA, 2015).

Apesar da relevância da marca, pesquisa no ramo industrial constatou que a maioria das empresas não realiza o registro previamente ao lançamento de produtos. Na verdade, 38,5% dos respondentes nem mesmo registram, e 31% sequer promove pesquisa prévia para verificar se seus novos produtos violarão direitos de marca de terceiros (CERANTOLA; FERRAZ, 2009).

3.1.3 Indicações Geográficas

Indicação Geográfica – IG é a categoria da Propriedade Intelectual que tem por objetivo reconhecer e proteger produtos e serviços advindos de uma determinada área geográfica, que pode ser uma localidade, cidade, região ou país, garantido assim além do fortalecimento da economia local, a preservação e valorização de características locais como qualidade, reputação, história e tradições, que não poderiam ser replicadas em outro local. Ela informa ao consumidor que determinado produto foi produzido em certo local, guardando assim características próprias da região. A IG pode ser concedida em dois formatos: Indicação de Procedência e Denominação de Origem. Ambas se referem ao nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, sendo que a primeira se refere ao local em que o produto ou serviço tenha sido extraído, produzido ou fabricado, enquanto a segunda designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente em virtude do meio geográfico, seja por fatores naturais, seja por fatores humanos. As IGs podem ser conferidas a produtos agrícolas, artesanatos ou quaisquer outros que exijam habilidades manufatureiras e tradicionais. A Indicação Geográfica se difere da marca por ser um direito coletivo, não permitindo licenciamento ou cessão, podendo, seu requerimento, se dar individual ou coletivamente (BIANCHINI; RUSSO, 2019).

O conceito de Indicação Geográfica não é recente. Na Bíblia é encontrada referência ao vinho do Líbano, na Grécia e Roma antiga havia o bronze de Corinto e o mármore de Carrara. Além de proteger e valorizar a cultural local, a IG exige organização dos produtores, que precisam criar uma entidade representativa e um conselho que tem como objetivo garantir a qualidade do produto. A Indicação Geográfica se insere ainda no campo da inovação *“porque no seu processo há geração de valor, busca atender a demanda, viabiliza o negócio, garante a penetração no mercado globalizado ... o que se configura como um diferencial”* (CONCEIÇÃO et al., 2020).

Ao analisar o processo de construção da Indicação Geográfica do Mel de Aroeira no Norte de Minas Gerais, Demier, Oliveira e Makishi (2020) destacam que o desenvolvimento de uma IG implica no amadurecimento de instituições sólidas envolvidas, como o poder público, sociedade civil e empresas locais. O estudo mostra como o mel de aroeira, um produto tradicionalmente rejeitado por produtores locais, sem valor comercial e sem interesse de compradores, teve seu valor elevado a ponto de ser comercializado com preços 42% acima de outros produtos da região. O mel de aroeira representava entre 30 e 50% da produção local, de forma que sua rejeição comprometia diretamente o desenvolvimento da região. Todavia, pesquisas científicas mostraram que o mel possuía características antibacterianas e agente etiológico de gastrites e úlceras gástricas. Apicultores afirmam ainda ações aintinflamatórias e antialérgicas, o que tornou o produto de alto valor agregado e passível de indicação geográfica. Com isso, em 2017, o mel que antes permanecia no estoque até a safra seguinte, começou a ter aquisição de forma extensiva pelos entrepostos, que por vezes pagavam, inclusive, valores ligeiramente maiores (DEMIER; OLIVEIRA; MAKISHI, 2020).

De forma geral, produtos artesanais e gastronômicos típicos têm grandes possibilidades de reunir as características exigidas ao registro de Indicação Geográfica. Em Campos dos Goytacazes - RJ, ao analisar os aspectos de admissibilidade de IG do Chuisco, um doce feito com a gema do ovo, Lessa *et al.* (2018) apresentaram a possibilidade de mais um produto de gastronomia adquirir o registro. Originário dos conventos portugueses, em 2011 o Chuisco foi tombado como Patrimônio Cultural Imaterial da cidade de Campos, e consagrado vencedor do Prêmio Maravilhas Gastronômicas do Estado do Rio de Janeiro em 2014. Todavia, percebeu-se não haver uma entidade que represente os produtores de chuisco,

sendo a individualidade uma característica destes produtores. Apesar de fazer parte da tradição e da história da cidade, a pesquisa percebeu que doces a base de leite condensado, de produção mais simples, vêm substituindo a produção local do chuvisco. As doceiras contam ter aprendido com parentes ou trabalhando como ajudantes de outras doceiras mais experientes, não havendo uma política de formação de novas doceiras e valorização, o que pode comprometer a tradição e culturalidade do doce. Apesar de reunir os aspectos necessários ao registro, a ausência de uma política pública que incentive a produção do chuvisco, pode comprometer o futuro do doce, vez que jovens não têm se interessado por sua fabricação (LESSA et al., 2018).

3.2 POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA E EMPREENDEDORISMO CULTURAL

O Brasil vive dias em que os conceitos de família tradicional, moral e os bons costumes criados por um grupo político dominante não devem ser questionados ou contestados. A educação e a produção cultural devem seguir a ideologia de um governo farto em discursos de ódio, que tem se demonstrado homofóbico e preconceituoso, não aceitando e não permitindo a pluralidade de ideias e visões de mundo. A produção cultural precisa estar alinhada à ideologia do governo para conseguir patrocínio e o Presidente Jair Bolsonaro já afirmou que vai censurar filmes que não estejam alinhados aos valores da família tradicional cristã (MEGA, 2019).

Após atingir seu auge em qualidade e efetividade durante o governo Lula, na gestão do Ministro Gilberto Gil, as políticas públicas de cultura no Brasil declinaram fortemente logo após sua saída. Ainda no governo Dilma Rousseff algumas políticas foram descontinuadas, o que piorou com a perda de *status* de ministério durante o governo Michel Temer. Apesar de sua posterior recriação, o Presidente Jair Bolsonaro fez questão de novamente extinguir o Ministério da Cultura, enfraquecendo mais uma vez as políticas públicas da pasta. A cultura tem sido tratada de forma secundária desde que Bolsonaro assumiu a presidência, passando por um cenário de desmonte e destruição, onde a política cultural ganhou caráter simplório. Neste contexto, a cultura se apresenta como campo de luta para combater o avanço conservador, autoritário e a retomada de discursos retrógrados (DIAS, 2020).

Apesar de diversas ações de cunho neoliberais no que se refere ao financiamento da cultura, o financiamento público ainda tem grande importância para seu desenvolvimento da economia cultural. Para Serra e Fernandez (2014) a economia cultural abarcaria as chamadas belas artes (pintura, escultura, desenho); as artes ao vivo (espetáculos de dança, teatro, música e congêneres); a indústria cultural (cinema, gravação de discos e edição de livros); os museus e bibliotecas. Leite e Silvestre (2017) defendem que a economia da cultura quando bem trabalhada e planejada, tem a capacidade de atrair investimentos, gerar renda e empregos. Esse círculo cultural depende então de duas ações: políticas públicas e empreendedorismo.

Para Limeira (2008, apud CERQUEIRA, 2018) o que diferencia um artista de um empreendedor cultural é que “o primeiro estaria focado apenas na criação e produção cultural, enquanto o segundo expande suas atividades ao longo da cadeia produtiva da indústria criativa, preocupando-se com a distribuição e venda”.

Michetti e Burgos (2016) entendem como empreendedor cultural a Pessoa Física ou Jurídica que, trabalhadora cultural ou não, criam e mantêm empreendimentos na área da cultura com a mobilização de capital. O Empreendedor Cultural se dividiria então em 4 (quatro) perfis, como apresenta a Quadro 2.

Quadro 2 – Tipologia dos Empreendedores Culturais

Tipo	Perfil
Tipo 1	Empreendedor cultural por necessidade - indivíduos e grupos em situações precárias e de vulnerabilidades socioeconômicas, ou seja, os trabalhadores da cultura a) de áreas periféricas de regiões metropolitanas e/ou b) de regiões consideradas “locais” com relação aos centros nacionais e globais de consagração e legitimação. A formalização como pessoa jurídica, quando ocorre, se dá apenas para cumprir as exigências de editais, pleitear outras formas de apoio a projetos culturais ou emitir nota fiscal referente a produtos ou serviços prestados, daí o termo <i>necessidade</i> . Em razão da situação de vulnerabilidade socioeconômica destes empreendedores, o empreendimento cultural costuma ficar em segundo plano quando aparecem oportunidades de empregos formais.
Tipo 2	Empreendedor cultural por disposição - indivíduos e grupos pertencentes às classes médias no sentido bordieusiano, ou seja, pessoas que não vivem de capital econômico acumulado, mas de trabalho qualificado possibilitado pelo acúmulo de capital educacional, cultural e social. São jovens adultos de classe média, diplomados em áreas criativas ou humanidades, frequentemente artistas, produtores de conteúdo ou oriundos de outros ramos que migram para a área da cultura ou fazem dela uma ocupação complementar. Em geral, não são indivíduos vulneráveis socialmente, geralmente contam com apoio familiar e, em alguns casos, patrimônio herdado e por isso a dificuldade para “abrir” o empreendimento é menor.
Tipo 3	Empreendedor cultural por opção - indivíduos, empresas ou grupos empresariais de produção de bens, serviços e eventos culturais e de entretenimento, tendo como objetivo principal o lucro. São produtoras de musicais e shows ao vivo, empresas de cinema, gravadoras, editoras, entre outras empresas que concebem a cultura como uma

	opção de investimento entre outras, e por isso a denominação como empreendedorismo <i>por opção</i> . Podem migrar para outros setores ou conciliar investimentos em várias áreas, dependendo da lucratividade dos negócios.
Tipo 4	<i>Empreendedor cultural por vocação</i> - artistas consolidados, cuja consagração frequentemente foi galgada por meio de seu trabalho em organizações culturais ou de entretenimento também consolidadas. São indivíduos que resolvem empreender em áreas nas quais se consideram vocacionados. Geralmente imbuídos de um espírito de missão a cumprir, trata-se, por exemplo, de atores que se tornam diretores, produtores ou empresários de outras organizações culturais, como teatros, estúdios de gravação, casas de espetáculos, etc. A atividade empreendedora costuma ser realizada em paralelo ou como complemento às atividades de origem.

Fonte: Elaborado pelo autor. Adaptado de Michetti e Burgos (2016).

Ao analisar os financiamentos públicos de ações governamentais voltadas a cada tipo de empreendedor, os autores perceberam haver concentração dos recursos públicos nos tipos 3 e 4. Embora haja ações destinadas aos tipos 1 e 2, as ações que contam com mais recursos tendem a reproduzir as desigualdades já existentes, não apenas no acesso a programas, mas também no volume dos recursos destinados (MICHETTI; BURGOS, 2016). Em que pesem os resultados alcançados pelos autores, não é possível afirmar, por exemplo, que o “Empreendedor por necessidade” não possua vocação, ou que o “Empreendedor por Opção” não possua disposição, fazendo com que, apesar de bem explicada, a afirmativa não possa ser considerada verdade absoluta.

O Estado de São Paulo possui desde 2004 o Programa Fábricas de Cultura, uma política pública de inclusão social voltada para jovens vulneráveis de determinadas regiões da cidade. A ideia é de que a existência de equipamentos culturais nestas localidades seja capaz de favorecer o engajamento dos jovens em atividades artístico-culturais, diminuindo assim seus riscos e, conseqüentemente sua pobreza. Por outro lado, identificar a existência destes jovens não é o suficiente para o desenvolvimento de uma política produzida unilateralmente pelo Poder Público. A participação da sociedade civil é primordial para identificar as necessidades locais, vez que estes jovens inventam cada vez mais atividades criativas e formas próprias de expressão cultural e lazer (MACIEL, 2016).

Empreender, independentemente do ramo, exige conhecimentos de gestão e qualificação contínua do empreendedor. Produtores, administradores e captadores de recursos são regularmente procurados por artistas, sobre o pretexto de não possuir tempo para coisas menores, todavia, empreender exige conhecer e dominar seu negócio. Percebe-se que o empreendedorismo cultural ainda carece de aprofundamentos técnicos e acadêmicos, sendo realizado de forma autodidata,

demonstrando total carência de profissionais capacitados que possam atender a suas demandas. Neste sentido, sensibilidade artística, capacidade de dialogar com o universo artístico-cultural, poder público, meio empresarial e sociedade civil, são qualidades primordiais ao empreendedor cultural (SANTOS; SILVA; LUCENA NETO, 2020).

Para Alves (2016) o empreendedorismo cultural é parte de um amplo processo de profissionalização cultural e de demanda pela modelagem de novos negócios, ou seja, além de conhecer profundamente a cultura, o empreendedor precisa ter a inovação na veia, e ser dotado de um conjunto de competências, valores, saberes e técnicas. Santos, Silva e Lucena Neto (2020) complementam dizendo que a atualização é essencial ao mercado profissional da cultura, considerando o ambiente globalizado e muito acirrado em que vivemos. Para eles a cultura, com elevado potencial, possui um universo extenso de criadores, poetas, músicos, artesão, artistas, etc., que precisam empreender de forma a colaborar com o crescimento da cultura e conseqüentemente da economia. Destacam por outro lado, a necessidade da academia participar deste desenvolvimento, vez que estudos na área se mostram ainda sem maturidade, e destacam:

O campo cultural ainda é incipiente de estudos e de políticas públicas no Brasil e a revisão de literatura nacional nessa área evidencia que é relativamente recente a pesquisa em empreendimentos criativos no país, resultando em lacunas em termos de estudos de organização e gestão desta indústria cultural, que necessitam ser preenchidas. Mas o improvisado e o amadorismo, que sempre imperaram no universo cultural brasileiro, tem se tornado cada vez menos presente (SANTOS; SILVA; LUCENA NETO, 2020).

A máxima não pode ser considerada em plenitude, considerando a existência de diversos pesquisadores da seara cultural em vários aspectos. Todavia, no que tange ao campo do empreendedorismo cultural, gestão, PI, e assuntos correlatos, é notável a necessidade de ampliação de estudos acadêmicos nacionais.

Dentre as ações públicas para o desenvolvimento da cultura encontra-se a Lei de Incentivo à Cultura, datada de 1991, conhecida como Lei Rouanet. Pela lei, por meio de renúncia fiscal a União transfere a iniciativa privada seus deveres constitucionais de investimento em cultura, e aprovado o projeto o proponente recebe autorização para captar recursos junto a empresas. Apesar de impulsionar alguns investimentos, a lei sofre críticas constantes, pois a curadoria, seleção e

decisão de quais regiões receberão o apoio passa a ser das empresas. Essas obviamente vão optar por financiar projetos com um olhar mercadológico, buscando ligar sua marca a eventos que lhe proporcionem retornos financeiros ou de marketing de forma a firmar posição no mercado. Em detrimento a isto, expressões culturais com público menor, ou de poder aquisitivo inferior, tendem a sofrer cada vez mais com a falta de recursos. Como complemento, vários cargos de gestores públicos de cultura são ocupados por profissionais que não possuem nenhuma familiaridade com o tema, carecendo também de mão de obra qualificada, o que impacta na profissionalização dos artistas, e automaticamente na qualidade dos produtos ofertados. (LEITE; SILVESTRE, 2017).

Ao se abordar empreendedorismo e políticas públicas de cultura, passa-se também pelas condições de trabalho do meio artístico. Neste sentido, ao analisar o trabalho de músicos independentes, Cerqueira (2018) destaca as dificuldades de ser artista. Muitas vezes a remuneração do show é flexível de acordo com o local em que se vai tocar. Relatos mostram que os músicos iniciam a carreira tocando de graça para formar público e algumas vezes até pagando para tocar. Outra maneira de pagamento bem comum é o escambo, que acompanha a carreira por um tempo bem maior que apenas o início. Para muitos artistas o escambo é comum e praticado constantemente, fazendo parte do ciclo de flexibilidade e informalidade em que está incluído.

Quando bilheterias e cachês começam a ocorrer, estes também têm valores negociáveis de acordo com vários fatores. O músico pode ficar com parte da bilheteria e a casa com os lucros do restaurante, ou o músico pode ter cachê cheio, que varia de acordo com o local, “se você não entender isso, não paga suas contas” diz um entrevistado. Outro afirma que não se pode esperar que a prefeitura crie um espaço de apresentação para eles, “tem que fazer a coisa rolar”, diz. O artista também faz críticas as formas de contratação, valores pagos e tratamento dispensados aos artistas independentes, que recebem do Poder Público cachês irrisórios comparados aos de artistas de grande porte que tocam na cidade. A exemplo, a autora mostra que em São Paulo, nos shows da virada cultural em 2016, enquanto artistas independentes recebiam valores em torno de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), artistas de grande porte recebiam até R\$ 148.000,00 (cento e quarenta e oito mil reais). Grande parte de seus entrevistados afirmam que a saída é ser empreendedor, para não depender de tais investimentos (CERQUEIRA, 2018).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 DADOS GERAIS

Há cerca de 170 Km de distância da capital do Rio de Janeiro, Rio das Ostras está localizada na Região das Baixadas Litorâneas tendo como municípios limítrofes Casimiro de Abreu e Macaé. Possui população estimada de 159 mil habitantes em um território de 229 Km², e IDH-M 0,773 (2010) o terceiro maior do Estado. A maior parcela de sua população, cerca de 18%, possui entre 20 e 29 anos. Apesar de emancipada do município de Casimiro de Abreu apenas no ano de 1992, tem seus primeiros registros há aproximadamente 4 mil anos, conforme demonstrado por vestígios arqueológicos encontrados pelo Instituto de Arqueologia Brasileira no ano de 1967. Sua primeira denominação, por volta do ano de 1630, foi “Leripe”, que em Tupi-guarani significa “Lugar de Ostra” (RIO DAS OSTRAS, s.d.). A Figura 2¹ apresenta alguns equipamentos Culturais da cidade.

Figura 2 – Equipamentos Culturais 1



Fonte: página oficial da Prefeitura de Rio das Ostras

¹ Próprios em destaque: 1) Casa de Cultura Bento Costa Júnior, 2) Teatro Popular de Rio das Ostras, 3) Centro de Formação Artística de Música, Dança e Teatro (Prédio da Onda) e 4) Museu de Sítio Sambaqui da Tarioba.

Rio das Ostras possui forte potencial artístico-cultural. Seu patrimônio cultural conta com o Poço de Pedras, construído por escravos em meados do século XVIII, que serviu como marco para a construção da cidade que se desenvolveu a seu redor, o Museu de Sítio Arqueológico Sambaqui da Tarioba, um dos únicos do Brasil localizado *in situ*, mostra vestígios da pré-história da região e a Casa de Cultura Bento Costa Júnior, considerada uma das mais antigas construções da cidade, além de equipamentos culturais como a Concha Acústica, a Biblioteca Municipal, Empório da Estação, o Centro de Formação Artística de Música, Dança e Teatro, que oferece cursos técnicos nestas modalidades e a Fundação de Artes e Ofícios, local em que foram produzidos pelos artistas Clara Arthaud e Roberto Sá, o monumento da baleia, localizada em Costazul, as estátuas da senhora, da menina e do vira-lata do poço de pedras e de Dorival Caymmi (RIO DAS OSTRAS, s.d.). A Figura 3² destaca outros equipamentos e monumentos da cidade.

Figura 3 – Equipamentos Culturais 2



Fonte: página oficial da Prefeitura de Rio das Ostras

² Próprios em destaque: 5) Poço de Pedras, 6) Concha Acústica, 7) Monumento da Baleia Jubarte, 8) Estátua em homenagem ao cantor Dorival Caymmi.

4.2 CENÁRIO ARTÍSTICO-CULTURAL

Rio das Ostras é tema de diversos estudos acadêmicos relacionados à área cultural, principalmente no que se refere ao Sambaqui e a música, o que pode ter sido impulsionado pela oferta do curso de Bacharelado em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense no Polo Universitário local. Referenciada como “o celeiro da boa música” pelo Jornal O DIA em abril de 2021, a cidade tem forte ligação com o segmento musical por diversos motivos, a iniciar pela moradia de Dorival Caymmi que até hoje influencia a cultural local. O Rio das Ostras Jazz & Blues Festival, internacionalmente conhecido, nasceu em 2003 originado de um tímido projeto em que mensalmente artistas instrumentais se apresentavam na areia da praia de Costazul. Além de já ter recebido nomes como Al Jarreau, Stanley Jordan, Celso Blues Boy, Vox Sambou e Pepeu Gomes, o evento conta com a Casa do Jazz, um espaço reservado para que músicos da região apresentem seus trabalhos autorais. O evento já realizou mais de 550 *shows*, ultrapassando a marca de 1 milhão de espectadores (PIROZI, 2021).

Outro evento importante para a música riostrense é o *Ostracycle* – Encontro internacional de Motociclistas que ocorre anualmente no mês de março. Neste caso o *Rock* é o ritmo dominante, fazendo com que várias bandas de garagem se movimentem semanalmente para apresentações nos motoclubes. De acordo com a Prefeitura, em um fim de semana de *Ostracycle* são mais de 70 horas de Rock, sendo este o segundo maior evento da cidade. Outros eventos anuais que destacam a música são o Festival de Frutos do Mar, o Sesc Verão, Festival Cover, Projeto Soul da Casa, Festival de Marchinhas, Festival de Música Autoral, dentre outros de menor porte. Todo este trabalho fez com que em 2019 a UNESCO selecionasse Rio das Ostras para concorrer ao título de Cidade Criativa da Música (PIROZI, 2021).

Apesar do destaque musical, diversas são as modalidades artísticas e culturais vivas na cidade que possui uma feira de artesãos, Festivais Gastronômicos, Políticas de incentivo às artes urbanas e grafite, Festivais de Dança dos quais já participaram artistas como Regina Sauer, Ana Botafogo e Débora Colker, Movimento LGBT, Grupos de Hip Hop, Associações de Cultura negra como capoeira, blocos carnavalescos, etc. Na seara teatral e audiovisual, nomes como Joel Barcelos, Luiz Felipe Mello, Pablo Mothé e Eliz David se destacam, tendo em seus currículos papéis na Rede Globo, TV Record, Fox, GNT e Canal Brasil.

Com relação à Organização Político-cultural, a Fundação Rio das Ostras de Cultura, ente da Administração Indireta, é o Órgão responsável pela elaboração e execução de políticas públicas, contando com um orçamento médio anual de aproximadamente R\$ 4,1 milhões. É ela quem faz a gestão de todos os próprios culturais, bem como políticas de fomento, realização de espetáculos diversos e educação artística, por meio do Centro de Formação Artística de Música, Dança e Teatro. A cidade possui ainda um Sistema Municipal de Cultura implantado nos termos da Lei Municipal nº 1949/2016, alinhado ao que determina o Sistema Nacional de Cultura. O Sistema Municipal de Cultura é dotado da seguinte estrutura:

1. **Fundação Rio das Ostras de Cultura** – Órgão Executivo, gestor das Políticas Públicas de Cultura no Município;
2. **Conselho Municipal de Cultura** – Órgão Colegiado consultivo e deliberativo integrante da estrutura da Fundação Rio das Ostras de Cultura com composição paritária entre Poder Público e Sociedade Civil;
3. **Conferência Municipal de Cultura** – Instância de participação da Sociedade Civil no Sistema Municipal de Cultura com atribuição de propor as diretrizes do Plano Municipal de Cultura, avaliar a execução das Políticas Públicas de Cultura e eleger delegados à Conferência Estadual de Cultura³;
4. **Plano Municipal de Cultura** – Instrumento que visa o planejamento e implementação das Políticas Públicas de Cultura pelo prazo de 10 anos;
5. **Fundo Municipal de Cultura** – Fundo de natureza contábil e financeira com objetivo de captação e aplicação de recursos, vinculada a Fundação Rio das Ostras de Cultura, para atender aos objetivos do Plano Municipal de Cultura;
6. **Fóruns Setoriais** – Instância de debate e deliberação de cada segmento cultural existente no âmbito municipal; e
7. **Comitê Gestor dos Recursos Orçamentários e Financeiros do Fundo Municipal de Cultura** – Órgão Colegiado de composição paritária entre Poder Público e Sociedade Civil, presidido pelo Presidente da Fundação Rio das Ostras de Cultura, com atribuição de gerir os recursos financeiros do Fundo Municipal de Cultura.

³ Apesar da legislação municipal prever que a Conferência Municipal de Cultura eleja delegados à Conferência Estadual tal eleição nunca ocorreu de fato, vez que o Estado não legislou no mesmo sentido.

4.3 LEGISLAÇÃO CORRELATA

Em busca realizada junto ao acervo de leis existentes no portal da Câmara Municipal de Rio das Ostras constatou-se a existência de algumas leis que chamam atenção, dada suas interlocuções para com a proposta ora apresentada.

4.3.1 Lei Complementar nº 034/2011

A LC nº 034 de 16 de dezembro de 2011 tem por objetivo regulamentar em nível municipal o Tratamento Diferenciado e Favorecido às Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e ao Microempreendedor Individual, em atendimento aos ditames da Lei Federal nº 123/2006. Ao estipular a Política Municipal de Apoio ao Desenvolvimento das ME, EPP e MEI, a lei cria em seu art. 5º o “Espaço do Empreendedor”, um espaço físico em local de livre e fácil acesso voltado à prestação de serviços aos empresários e empreendedores, concentrando todos os recursos e serviços necessários à orientação e auxílio à sua constituição, operacionalização e funcionamento. Outro ponto interessante estabelecido pela norma é a criação de uma política de educação empreendedora, com objetivo de disseminar conhecimentos de gestão, associativismo, cooperativismo e empreendedorismo, inclusive para alunos de ensino fundamental e médio de escolas públicas e privadas, podendo para isso haver o firmamento de parcerias ou convênios com outras instituições. A lei faz alusão ainda, de forma pouco clara, a um apoio ao artesão, não abrangendo outros profissionais da cultura. Passados 10 (dez) anos, nem o Espaço do Empreendedor, nem a Política de Educação Empreendedora foram implantados.

4.3.2 Lei nº 2051/2017

O Programa Municipal de Fomento e Incentivo a Cultura, cuja finalidade é de mobilizar e aplicar recursos para o desenvolvimento cultural do município, foi instituído pela Lei nº 2051 de 1 de dezembro de 2017. A Lei estipula os recursos capazes de financiar ações de fomento e incentivo, em que e como podem ser aplicados e quem pode ser beneficiado com tais recursos. Apesar da permissão de outras fontes, atualmente o programa é integralmente custeado com recursos

oriundos do erário municipal distribuídos entre a Fundação Rio das Ostras de Cultura e Fundo Municipal de Cultura. A finalidade da Lei de Fomento é justamente incentivar e ampliar a produção de produtos e serviços culturais no município.

4.3.3 Lei nº 2177/2018

Em 28 de Dezembro de 2018 era sancionada a Lei nº 2177/2018, a Lei do Artista de Rua. A referida lei garante que manifestações culturais de artistas de rua em espaços públicos abertos, tais como praças, anfiteatros, largos, *boulevards*, *shoppings* e cruzamentos, independam de autorização prévia de órgãos públicos municipais. Para tal, necessário é o cumprimento de normas como a gratuidade, permitindo-se doações espontâneas, a não obstrução do trânsito de veículos ou pedestres e que não se caracterizem como eventos de *marketing*, patrocinados pela iniciativa privada, por exemplo. Para a norma, caracterizam-se como atividades do artista de rua o teatro, a dança, a capoeira, o circo, a música, o folclore, a cultura urbana, artes visuais, literatura, poesia, dentre outros.

Ainda que aos olhos de alguns pareça pouco, a Lei do Artista de Rua garante a livre manifestação artística sem interferência do poder público, que até então, por diversas vezes reprimiu expressões artísticas pela exigência de formalização. Como resultado, atualmente qualquer artista tem a liberdade de se apresentar em qualquer espaço, de forma a proporcionar o desenvolvimento da arte na municipalidade.

4.3.4 A Lei 2292/2019

Na intenção de impulsionar o desenvolvimento Sustentável do município, em 08 de novembro de 2019 surge a Lei nº 2292/2019, que dispõe sobre sistemas, mecanismos e incentivos à atividade tecnológica e de inovação, como forma de aplicação dos preceitos da Lei Federal nº 10.973/2004, a Lei de Inovação. Extensa, mas carente de aplicações práticas, a lei institui a Política Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação, objetivando principalmente o atingimento do patamar de cidade inteligente, o Ecosistema Municipal de Inovação, os Mecanismos de Incentivo a CT&I em Rio das Ostras e o Plano Diretor da Cidade Inteligente, além de uma política de destinação de resíduos tecnológicos e outros incentivos à participação de instituições científicas e demais atividades correlatas.

Incentivo ao empreendedorismo de ME, EPP e MEI, Programa de Fomento e Incentivo à Cultura, liberdade de manifestação artística e implantação de política de incentivo a CT&I, políticas correlatas ao tema ora proposto que, todavia, não se aplicam ao Empreendedorismo Cultural e muito menos à proteção da intelectualidade do artista, reforçando a relevância do tema de pesquisa.

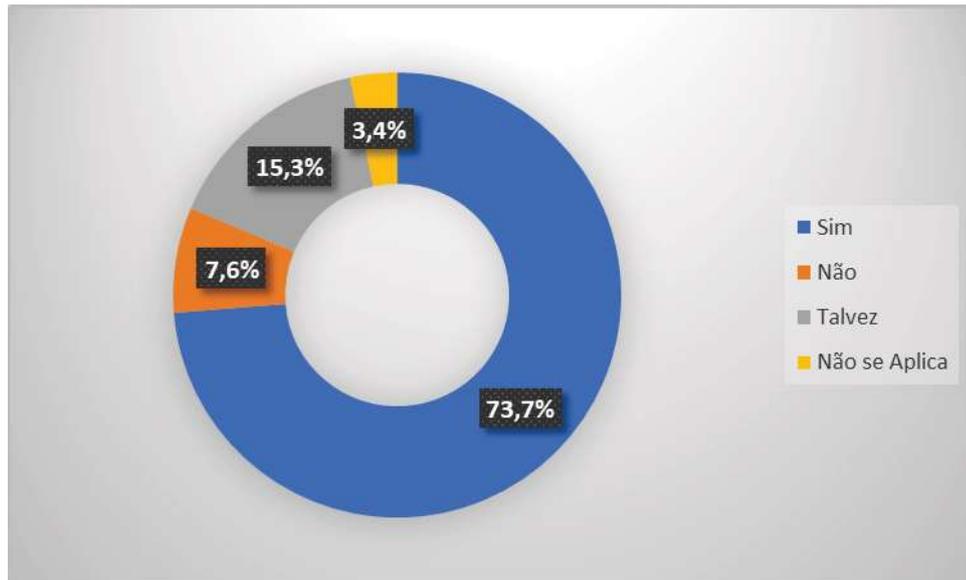
4.4 PESQUISA SURVEY

Realizou-se pesquisa *survey* por meio de questionário *Google*, na intenção de conhecer alguns aspectos do profissional de cultura do município de Rio das Ostras buscando informações sobre seu perfil, conhecimentos sobre PI, domínio de técnicas de empreendedorismo cultural, anseios e avaliação das políticas culturais existentes. Por solicitação do pesquisador e mediante autorização de sua Presidente, a Fundação Rio das Ostras de Cultura encaminhou por *e-mail* o *link* do questionário a todos os profissionais de cultura cadastrados no Sistema Municipal de Cultura. De um total de 603 profissionais cadastrados, 118 participaram da pesquisa que ficou disponível para receber respostas no período compreendido entre 29 de outubro de 2021 e 13 de novembro de 2021, equivalendo a uma participação de aproximadamente 20% dos profissionais cadastrados. O questionário enviado está disponível no Apêndice A da presente Dissertação.

De acordo com os resultados, 98,3% dos profissionais consideram que seu trabalho artístico-cultural envolve inspiração e criatividade com discordância de apenas 2 (dois) pesquisados. Analisando os dados tabulados destes respondentes dissonantes, observa-se que um é do setor de pesquisa e não possui nenhum conhecimento de PI. O segundo é do segmento de teatro e informa possuir conhecimentos básicos de PI, todavia, questionado sobre quais objetos de PI saberia contextualizar, informou saber explicar apenas o que é uma Marca. Ambos são autônomos e possuem Nível Superior de Escolaridade, resultado que possui grande significância ao se observar que suas atividades envolvem diretamente Direitos de Autor e ainda que com escolaridade superior os pesquisados além de considerarem que suas atividades não envolvem criatividade e inspiração, desconhecem o principal objeto de Propriedade Intelectual produzido por seus trabalhos.

Questionados se consideram importante conhecer formas de proteger seu trabalho contra cópias e usos não autorizados, nem todos demonstraram preocupação com o tema. O Gráfico 1, a seguir, mostra a divisão de opiniões com relação ao segundo questionamento do questionário.

Gráfico 1 – Consideração da Relevância da Proteção da PI

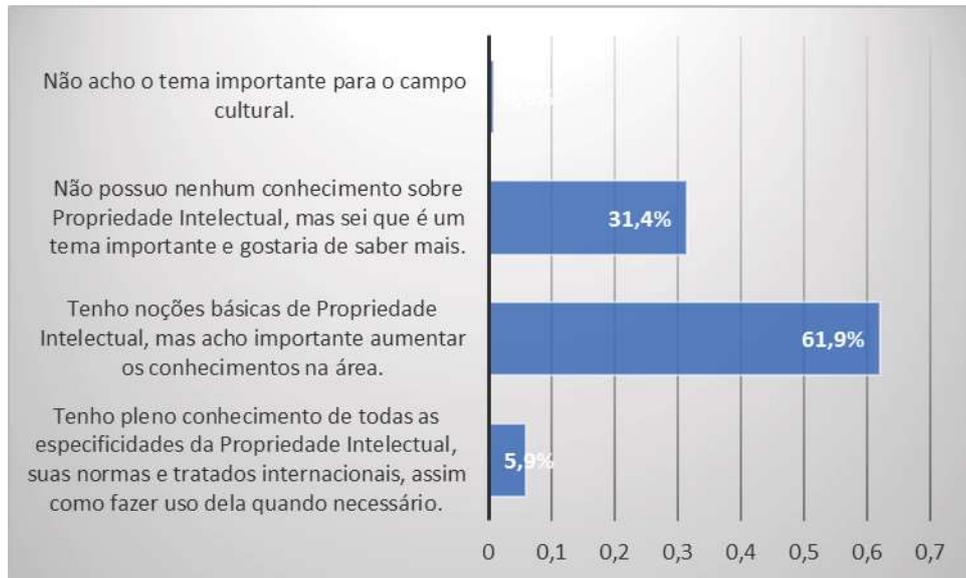


Fonte: O autor

De certo, ainda que não tão conhecedores dos complexos aspectos de PI, a grande maioria, representada por 73,7% considera importante conhecer formas de proteger seu trabalho contra cópias e usos não autorizados. Este resultado agrupa profissionais de diversos segmentos e níveis de escolaridade. Estranhamente, dos 3,4% que declararam que a questão não se aplica a seu trabalho, todos consideram que sua atividade envolve criatividade e inspiração. Um é do segmento de artesanato, outro de música, um terceiro de gastronomia e o último de atividades correlatas, tais como maquiagem, cabeleireiro, técnicos de som, iluminação, etc. Todos possuem nível médio de escolaridade. Os que declararam não considerar importante proteger suas criações são dos segmentos de dança, artes plásticas, artesanato, capoeira, moda e produção cultural. Todos consideram que suas atividades envolvem criatividade e possuem níveis de escolaridade diversos.

Os pesquisados foram questionados sobre seu conhecimento acerca da Propriedade Intelectual, sendo registradas as seguintes respostas, conforme dispõe o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Conhecimento sobre Propriedade Intelectual



Fonte: o autor

Divididos em aqueles que têm noções básicas e os que não possuem nenhum conhecimento, 93% dos profissionais consideram importante aprender ou ampliar seus conhecimentos em PI. Apenas um respondente considera o tema irrelevante. Ele é da área de artesanato, possui Ensino Médio e arrecada menos de um salário mínimo com sua atividade. Para melhor entendimento vale a pena conhecer os resultados da pergunta 5 apresentados no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Conhecimento das áreas de PI



Fonte: o autor

O Gráfico 3 Apresenta os objetos de Propriedade Intelectual que os pesquisados têm maior conhecimento. Nesta pergunta os respondentes podiam marcar mais de uma resposta, de forma a demonstrar todo seu conhecimento sobre PI. Os resultados mostram que dentre os mais conhecidos, 76,3% sabem o que é Direito Autoral, 66,9% o que é Marca e 61,9% afirmam saber explicar o que é uma Patente. Já os menos conhecidos são Cultivares, com 3,4% e Topografia de Circuito Integrado, com 5,9%. Comparando estes dados com os constantes do Gráfico 2, observa-se que dos 5,9% de entrevistados que informaram ter pleno domínio de Propriedade Intelectual, nenhum respondeu que saberia explicar o que é uma Topografia de Circuito Integrado ou Cultivares, o que demonstra de forma clara que apesar de assim considerarem, a pesquisa não apresentou ninguém com real domínio de PI. Isto porque os respondentes que declararam saber explicar tais objetos informaram conhecer apenas aspectos básicos de PI.

Os profissionais foram questionados sobre a criação de uma marca para seu trabalho e as respostas são apresentadas no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Importância da Construção de uma Marca



Fonte: o autor

A maior parte dos respondentes considera importante o registro de uma marca relacionada à sua atividade. Neste sentido, 51,7% afirma querer registrar, embora não saiba como. Outros 24,6% diz não possuir uma marca, mas gostaria de ter e registrar. Isso totaliza 76,3% de profissionais que acham importante proteger

sua identidade. Por outro lado, mais de 23% não acham importante ter ou registrar uma marca. Estes profissionais estão distribuídos entre segmentos com forte importância de uma marca, tais como Música, Capoeira, Teatro e Arte Digital, além de artesãos, produtores culturais, fotógrafos, pesquisadores e profissionais de literatura. Com relação a esta questão, 2 (dois) pesquisados se manifestaram na resposta livre comentando que possuíam marca registrada mas que não havia esta opção dentre as respostas.

Questionados sobre seu segmento cultural, os dados são apresentados no Quadro 2, que apresenta de forma segregada o setor artístico-cultural de cada respondente da pesquisa.

Quadro 2 – Segmento Profissional dos Respondentes

Artesanato	26,3%
Música	17,8%
Produtor Cultural	9,3%
Teatro	8,5%
Artes Plásticas	5,1%
Literatura	5,1%
Arte Digital	4,2%
Dança	3,4%
Audiovisual	3,4%
Gastronomia	3,4%
Circo	2,5%
Tatuagem	2,5%
Capoeira	1,7%
Fotografia	1,7%
Moda	1,7%
Atividades Correlatas (maquiagem, cabeleireiro, técnicos de som e iluminação, etc)	1,7%
Grafite	0,8%
Pesquisa	0,8%

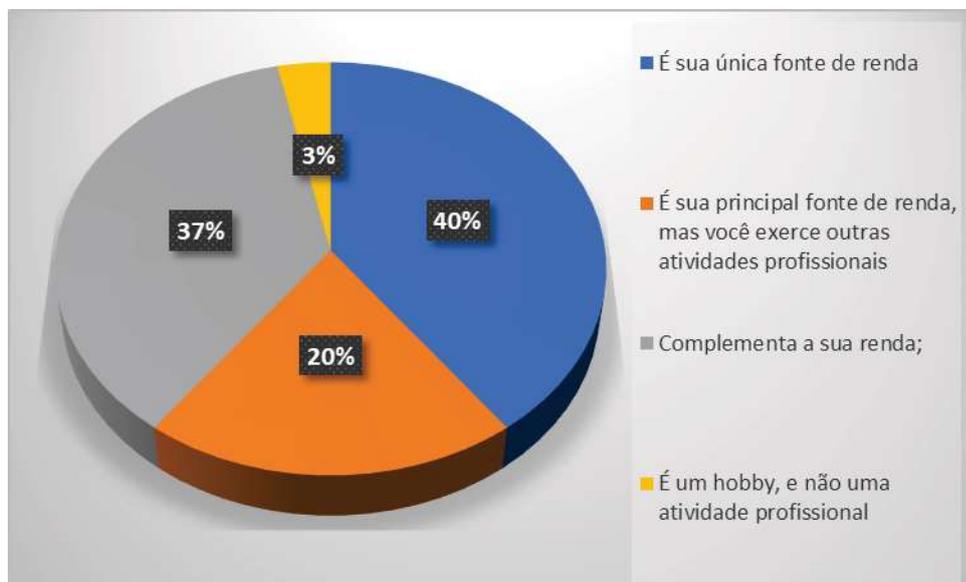
Fonte: o autor

O artesanato foi o setor com mais respondentes. Este segmento não possuía cadeira no Conselho Municipal de Cultura, tendo havido grande mobilização de seus membros para que na Conferência Municipal de Cultura realizada em 2021 pudessem fazer parte do Conselho. Música, setor de grande relevância para o município, ocupou a segunda posição. Grafite e Pesquisa foram os segmentos menos representados. O pequeno número de Pesquisadores comprova a carência de Profissionais de pesquisa na área do Empreendedorismo Cultural conforme observado por Santos, Silva e Lucena Neto (2020). Neste aspecto, o campo de

empreendedorismo cultural e até mesmo intelectualidade de artistas independentes podem se revelar como promissor para novos pesquisadores, considerado o tímido quantitativo de profissionais atuantes.

Na busca por conhecer a participação dos rendimentos gerados pela atividade artístico-cultural destes profissionais em sua renda mensal, o trabalho cultural demonstrou possuir grande influência financeira conforme demonstra o Gráfico 5.

Gráfico 5 – Importância dos Rendimentos no Orçamento Mensal

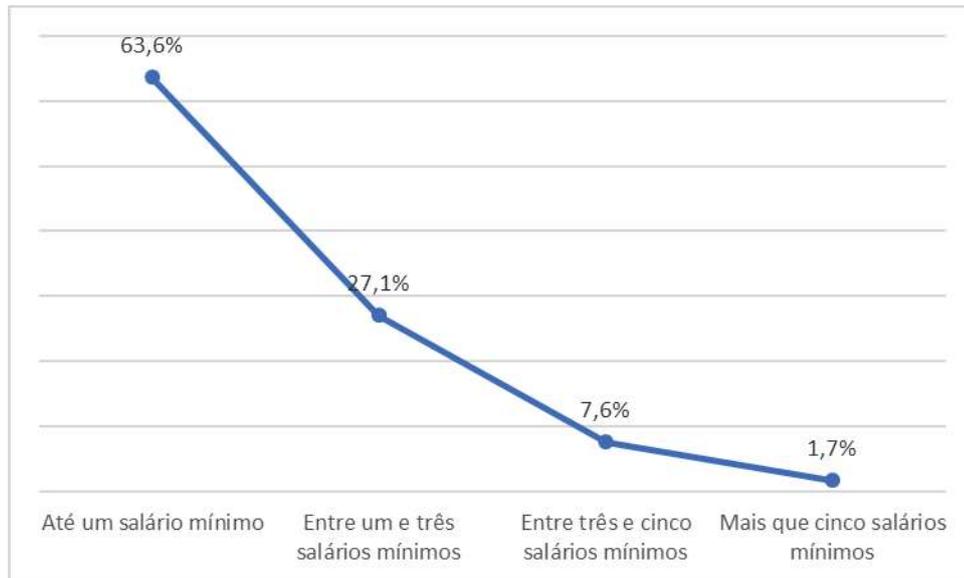


Fonte: o autor

O Gráfico 5 mostra que 40% dos profissionais têm como sua única fonte de renda os rendimentos advindos de sua atividade cultural. Esta renda se demonstra ainda mais importante quando se observa que além destes, 20% afirmam que a cultura compõe sua principal fonte de renda e outros 37% destacam que complementa sua renda. Desta forma é possível observar que as atividades culturais possuem relevância para um total de 97% dos pesquisados, pois se apresentam como única, principal ou complemento da renda mensal. Os outros 3% não tratam a arte como atividade profissional, e sim como *hobby*.

Considerando a importância da arte e cultura para o orçamento mensal de 97% dos pesquisados, relevante se torna conhecer o quanto a atividade contribui com as finanças. Assim, o Gráfico 6 apresenta a margem dos rendimentos obtidos.

Gráfico 6 – Margem de Rendimentos



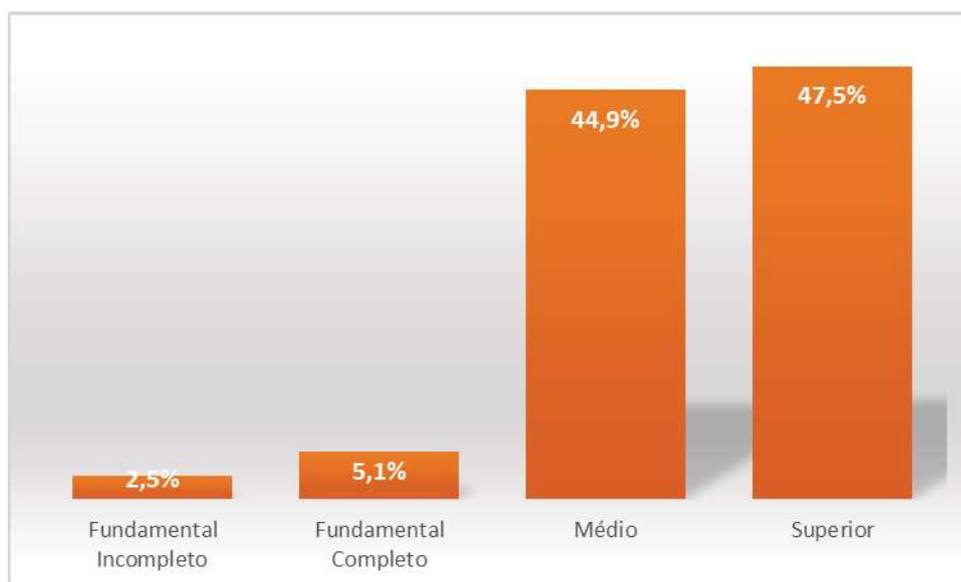
Fonte: o autor

Apesar da afirmação da Secretaria Especial de Cultura do Governo Federal de que a Cultura contribui com 2,6% do PIB nacional, o Gráfico 6 mostra que 63,6% dos respondentes obtêm renda mensal de menos de um salário mínimo, e à medida que a margem de renda cresce, os números do grupo participante são drasticamente reduzidos. Quando se trata de profissionais com renda acima de cinco salários mínimos, apenas 1,7% afirmam alcançar este patamar. Em números absolutos, isso corresponde a 2 (dois) respondentes. Os dados tabulados mostram que estes dois profissionais possuem Ensino Superior em sua área de atuação, sendo um do segmento de Produção Cultural, que atua no mercado como Pessoa Jurídica, e outro do segmento de Teatro, componente de um coletivo sem formalização. Comparando os dados tabulados de forma conjunta, constata-se que 26 respondentes obtêm com a atividade cultural menos que um salário mínimo e no entanto, esta se apresenta como sua única fonte de renda. Isso representa um total de 22% dos profissionais, um número elevado de pessoas com renda abaixo de um salário mínimo. Com participação também relevante, aqueles que arrecadam entre um e três salários mínimos somam 27,1%, que em números absolutos correspondem a 32 respondentes. Destes, 50% afirmam que a atividade cultural é sua única fonte de renda. Os resultados fazem lembrar o que foi apresentado por Cerqueira (2018) que constatou que artistas independentes tendem a receber

remunerações inferiores aos de alto renome, apresentando grande disparidade entre suas arrecadações.

O estudo mostrou que o nível instrucional do profissional de cultural riostrense não é baixo. O Gráfico 7 apresenta os números obtidos.

Gráfico 7 – Grau de Instrução dos Profissionais



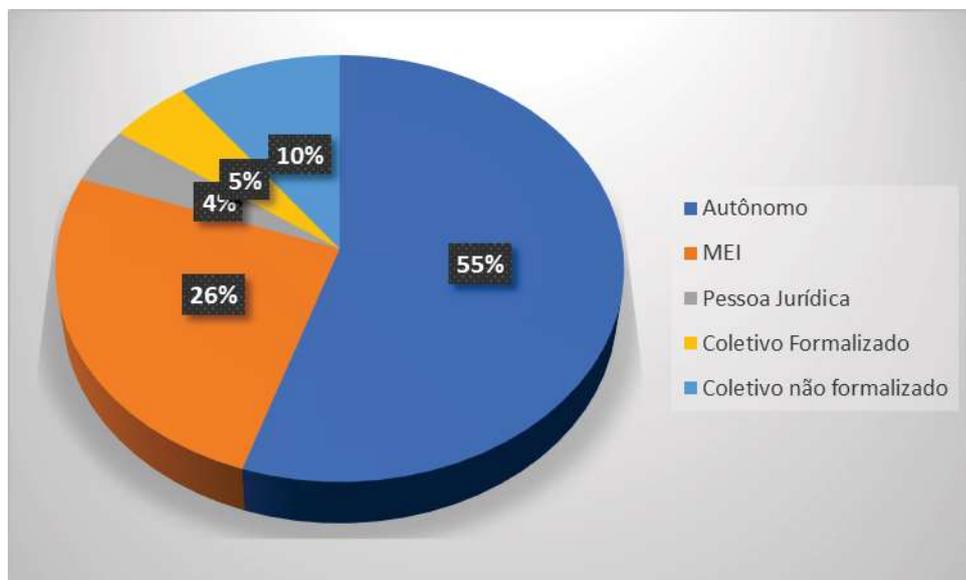
Fonte: O autor

Observe-se que 47,5% dos profissionais que participaram da pesquisa possuem nível superior de ensino, distribuídos nas mais diversas atividades culturais. Outros 44,9%, parcela considerável, possuem nível médio. Apenas 2,5% dos respondentes possuem nível fundamental incompleto. Em números absolutos este percentual corresponde a três respondentes que não completaram o Ensino Fundamental. Todos são artesãos, dos quais dois afirmam ser o artesanato sua única fonte de renda e que com ela recebem até um salário mínimo. O terceiro informa que a atividade cultural é sua principal fonte de renda, gerando uma média de um a três salários mínimos mensais. Apesar de quase metade dos profissionais, ou seja, 47,5% possuírem nível superior, apenas 12% dos pesquisados dizem possuir graduação em sua área de atuação. Isso mostra que boa parte dos profissionais de cultura exercem suas atividades por opção, visto que ainda que formados em outras áreas preferem a arte e cultura a seus ofícios de formação. Do total, 12 questionados, ou seja, aproximadamente 10% dos profissionais, afirmam ter curso técnico na área, número tímido se considerarmos que o município oferta

formação técnica em música, dança e teatro. Até por que destes, apenas 5 respondentes são destas habilitações. Do total, 36% afirmam que sua atividade advém de um dom natural, não tendo havido necessidade de cursos ou especializações. Estes profissionais estão em diversos setores culturais e possuem variados níveis de escolaridade.

Quanto a forma de atuação, o Gráfico 8 representa os números obtidos na pesquisa.

Gráfico 8 – Formato Jurídico de Atuação



Fonte: o autor

Como se vê, a ausência de formalização é comum dentre os profissionais do setor. Neste sentido, o Gráfico 8 mostra que mais da metade, ou seja, 55% dos profissionais atuam como autônomos, o que, como nenhum é de profissão regulamentada, pode se interpretar o termo autônomo como informal. Em seguida, 26% se apresentam como Microempreendedores Individuais – MEIs, formato de Pessoa Física equipada a Jurídica nos termos da legislação em vigor. O MEI é de fácil formalização e encerramento, podendo ter um funcionário e rendimentos de até R\$ 81 mil/ano. Outros 15% se caracterizam como coletivos, dos quais 5% possuem formalização e 10% atuam de modo informal. Apenas 4% dos respondentes atuam como Pessoa Jurídica, o que em números absolutos corresponde a cinco pesquisados. Todos possuem nível superior, têm renda superior a três salários mínimos, e atuam nas áreas de Produção Cultural, Teatro, Audiovisual e Design

Gráfico. Apesar de um número pequeno, é possível observar que profissionais devidamente formalizados possuem chances de obter rendimentos acima dos demais.

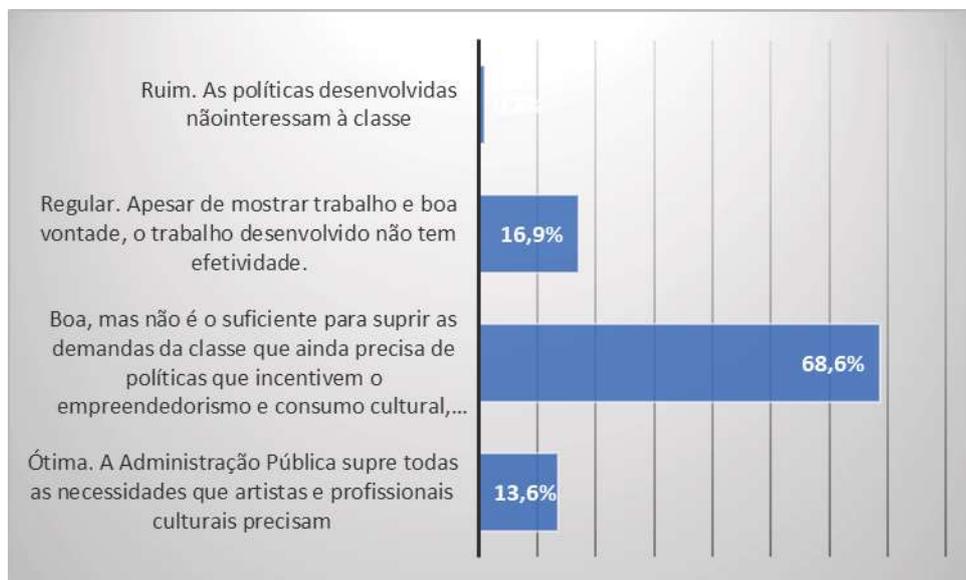
Os respondentes também demonstraram interesse em adquirir conhecimentos sobre a Gestão de Projetos Culturais. Por gestão, pode-se entender a elaboração, submissão, captação de recursos, execução e prestação de contas. Neste sentido, 41,5% responderam que têm grande interesse em obter recursos financeiros proporcionados por políticas públicas de incentivo, como por exemplo a Lei Rouanet, mas não sabem como fazer. Outros 28% afirmam saber elaborar um projeto mas não dominar técnicas de custeio, captação de recursos e prestação de contas. Em outra linha, 27,1% dos respondentes afirmam se sentir plenamente capacitados a gerir projetos culturais e participar de editais a nível municipal, estadual e federal. Um número elevado comparado ao que se vivencia na cidade, vez que com exceção do Jazz & Blues, não se vê a realização de projetos financiados por leis de incentivo. Isso leva a crer que talvez, alguns dos respondentes nem mesmo saibam do que se trata, ou possam ter uma visão equivocada do que realmente seja um Projeto Cultural. Uma pequena parcela de 3,4% diz não ter interesse em obter recursos oriundos de leis de fomento. Um é do segmento de Artes Plásticas, possui Ensino Médio e a atividade complementa sua renda. Outro possui Nível Superior, trabalha com tatuagem e considera sua atividade um *hobby*. Um terceiro respondente desinteressado nas leis de fomento é do Artesanato, possui Nível Fundamental e a atividade é sua única fonte de renda. Todos estes faturam até um salário mínimo/mês. Um último pesquisado informa faturar entre um e três salários mínimos mensais, possui Ensino Superior e atua com Pesquisa na área cultural.

Não é difícil perceber que profissionais de cultura precisam de auxílio de outros profissionais capazes de lhes assessorar a empreender, colaborando assim na elaboração de projetos, cálculo de custos, captação de recursos e prestação de contas. Neste sentido, uma questão buscou saber que profissional eles mais sentem falta para auxiliá-los, oferecendo quatro opções de resposta: Produtor Cultural, Administrador, Contador e Advogado. Os resultados mostram que 56,8% dos profissionais sentem a necessidade do auxílio de um Produtor Cultural. Em análise dos dados, observa-se que estes 56,8% equivalem, em números absolutos a 67 respondentes. Ocorre que destes 67 respondentes, 04 informaram ser Produtores

Culturais, dando a impressão de não terem entendido a questão ou terem respondido incorretamente, pois não há sentido em um Produtor Cultural declarar que sente falta de um Produtor Cultural para instruí-lo. Desta forma, considera-se que 63 respondentes apontaram o Produtor Cultural como o profissional capaz de auxiliá-lo, sendo as outras quatro respostas desconsideradas. 19,5% gostariam do auxílio de um Administrador para a execução de sua atividade e outros 18,6% de um Contador. Considerando as observações empíricas no dia-a-dia de trabalho, onde os profissionais demonstram grande dificuldade em temas como MEI, Previdência, gestão de funcionários, Certidões, etc., esperava-se um número maior a considerar a necessidade de Contabilidade. Por fim, 5,1% afirmam sentir a necessidade do auxílio de um Advogado.

Em outra questão, considerando que a pesquisa propõe a implantação de uma política pública, os pesquisados foram convidados a avaliar as Políticas Culturais Municipais, e os resultados são apresentados no Gráfico 9.

Gráfico 9 – Avaliação das Políticas Públicas de Cultura do Município



Fonte: o autor

O Gráfico 9 mostra grande índice de aprovação das políticas culturais executadas pela Administração Pública Municipal. Para 13,6% o trabalho desenvolvido é ótimo, e supre todas as necessidades de artistas e profissionais de cultura. Isso mostra que considerável parcela se encontra plenamente satisfeita com as políticas municipais, não esperando nenhuma outra ação da Administração. A

maior parcela, 68,6%, acredita que as Políticas Culturais do município são boas, mas não suficientes para suprir as demandas da classe. Achrom necessária a implantação de políticas que incentivem o empreendimento e consumo cultural, bem como de proteção à intelectualidade do artista. Esse é um dado de grande relevância para a pesquisa, que busca suprir justamente esta necessidade dos profissionais pesquisados, que reconhecem a eficiência das políticas ofertadas, mas anseiam o desenvolvimento econômico por meio da arte. Para outros 16,9% as Políticas Culturais ofertadas são regulares. Eles reconhecem que o município demonstra trabalho no campo cultural possuindo boa vontade em solucionar os problemas do segmento, mas consideram que o trabalho não possui efetividade. Na questão aberta, nenhum dos respondentes buscou explicar o porquê desta concepção. Por fim, apenas um respondente, representando 0,8%, considera as Políticas Públicas de Cultura do Município ruins. Este profissional é Autônomo, do setor de artesanato, possui Ensino Superior, a atividade cultural é sua única fonte de renda e recebe entre um e três salários mínimos/mês. Não possui conhecimentos de PI e não acha importante para sua atividade. Apesar de não se caracterizar como dado relevante ao presente estudo, é impossível não notar que de 118 pesquisados apenas um desaprova o que o município vem realizando em termos de política cultural, o que demonstra compromisso com a cultura local, ampliando a importância do tema aqui abordado.

Sabendo-se que ainda que satisfeitos é da natureza humana almejar sempre mais, independentemente do grau de satisfação e da avaliação das políticas públicas ofertadas uma questão busca saber o que falta, na opinião dos pesquisados, para que as Políticas Públicas Municipais de Cultura melhorem. Os resultados mostram que 34,7% dos pesquisados consideram que faltam recursos financeiros, tornando-se assim necessária a elevação da parcela orçamentária destinada ao setor cultural. 31,4% apontam que falta comprometimento do Poder Público, dado que conflita com os resultados da resposta anterior, ou seja, se 85,5% consideram as Políticas Públicas de Cultura boas ou ótimas, mostra-se conflitante afirmar uma ausência de comprometimento da Administração Pública. Todavia, analisando que boa parcela considera a necessidade de ampliação dos recursos financeiros para a cultura, estes 31,4% podem se referir a ações que não são, mas poderiam ser executadas caso houvesse maiores condições financeiras. Para 23,7% falta participação da sociedade civil. Uma estranha concepção haja vista que o

município possui implantado um Sistema Municipal de Cultura com um Conselho Municipal de formação paritária. Assim, tal resposta pode demonstrar que parcela considerável dos pesquisados pode desconhecer a estrutura organizacional. Todavia, a participação da sociedade é garantida por meio dos conselheiros eleitos por seu setor, cabendo a estes a realização de reuniões setoriais a fim de levantar a demanda de cada segmento cultural. Por fim, 10,2% dos pesquisados apontam que para a melhoria das Políticas Culturais do Município, sentem que faltam profissionais capacitados, aptos a atender as demandas da sociedade. Neste sentido, vale destacar que conforme a Lei nº 1949/2016, os instrumentos de gestão do Sistema Municipal de Cultura são o Plano Municipal de Cultura, Programa Municipal de Cultura, Sistema Municipal de Indicadores Culturais e Programa Municipal de Formação na área Cultural. Dos quatro, apenas este último ainda não foi implantado, carecendo de regulamentação.

Por fim, buscou-se saber que ações os pesquisados acreditam que possam fomentar a cultura da cidade. Os resultados são apresentados no Quadro 3.

Quadro 3 – Ações Capazes de Fomentar a Cultura Municipal

REPOSTAS	QUANTIDADE DE RESPOSTAS
A criação de um espaço voltado para o empreendedorismo cultural, que ofereça suporte ao artista com assessoria contábil, jurídica e de produção cultural, de forma a auxiliar o empreendedor a se formalizar e impulsionar seu negócio.	96
A criação de Lei Municipal de Incentivo, que permita utilizar parte de impostos em favor da cultura (Lei de ISS).	75
A Criação de cursos de capacitação que abordem leis de incentivo à cultura, elaboração de projetos, prestação de contas, e outros tema como gestão, marketing e empreendedorismo.	74
A elaboração de uma política que conscientize e ajude o artista/artesão a proteger suas criações, como Direitos Autorais e Marcas, por exemplo, a fim de que suas obras não sejam utilizadas sem autorização ou pirateadas.	62
A capacitação constante dos servidores públicos que atuam no segmento cultural.	53
Fixar o orçamento da cultura em no mínimo 2% do orçamento global do município.	44

Fonte: o autor

Os dados foram apresentados em formato de Quadro, vez que em virtude do tamanho do texto das respostas, um Gráfico não se apresentava como melhor ferramenta de representação. Os respondentes puderam marcar mais de uma opção de forma a demonstrar tudo aquilo que acreditam poder fomentar a cultura no município e os dados foram organizados de forma a apresentar as respostas em ordem decrescente, exaltando as ações mais demandadas. Os números não estão apresentados em valores percentuais, e sim absolutos.

A criação de um espaço voltado ao Empreendimento Cultural seria a melhor ação na concepção de 96 profissionais, que representam mais de 80% dos pesquisados. Este espaço teria por finalidade assessorar os profissionais com atendimento Contábil, Jurídico e de Produtores Culturais, de forma a formalizar, acompanhar e desenvolver os empreendimentos locais, auxiliando ainda na criação e gestão de seus projetos culturais. A criação de uma lei de incentivo e de projetos de qualificação também são bem avaliadas. A primeira se daria nos moldes da Lei Rouanet, que incentiva projetos por meio de renúncia fiscal do Imposto de Renda. No caso municipal o tributo utilizado como incentivo é o Imposto Sobre Serviços, já praticado em alguns municípios brasileiros. A qualificação e capacitação em cursos com temas culturais busca justamente preparar estes profissionais a participar destas ações de fomento tornando-os capazes de valer-se das Políticas Culturais disponíveis. Ressalte-se que como demonstrado, os profissionais, em sua maioria, não possuem conhecimento na área, demonstrando-se interessados em obter. Também se demonstra de grande relevância e do interesse dos pesquisados que haja uma política de incentivo e auxílio à proteção de sua intelectualidade. Considerando que seu trabalho envolve criatividade, os profissionais, ainda que desconhecendo aspectos relevantes de PI, demonstram preocupação em proteger seus produtos culturais. Parcela considerável aponta que a qualificação constante dos servidores poderia impulsionar o empreendedorismo cultural na cidade. Neste sentido vale ressaltar que apesar de ainda não implantado o Programa de Formação na Área Cultural, a Fundação Rio das Ostras de cultura possui Plano de Carreira para os servidores que envolve promoção vertical, beneficiando com compensação financeira aqueles que apresentam grau de escolaridade ou qualificações/especializações além dos exigidos para o cargo, o que incentiva o estudo. Parcela menor considera importante fixar o orçamento da cultura municipal em 2% do orçamento total do município. Isso porque talvez, nem todos saibam

quanto o orçamento da Fundação de Cultura representa na atualidade. Neste sentido vale ressaltar de que acordo com a Lei nº 2419/2020 – Lei Orçamentária Anual para o exercício de 2021, o Orçamento da Fundação Rio das Ostras de Cultura foi de R\$ 4,1 milhões. Se este orçamento fosse de 2% do total orçado para o município seu valor seria de R\$ 12,3 milhões. O orçamento da Cultura é o terceiro menor do município, ficando à frente apenas das Secretarias de Controle Interno e Secretaria de Gestão Pública.

Por fim, foi disponibilizado ao pesquisado um campo para que pudesse fazer comentários livres que pudessem auxiliar na interpretação dos dados do questionário, cabendo destacar alguns dos comentários efetuados.

“Maravilhosa ideia, espero que seja colocada em pratica, parabéns pela iniciativa”!

“Que possam desenvolver mais capacitação na área da cultura, não só para os profissionais, mas para a população. Recursos suficiente para levar cultura ao município”.

“Só quero ressaltar sobre a necessidade urgente desta criação de um espaço voltado para o empreendedorismo cultural, que ofereça suporte ao artista com assessoria contábil, jurídica e de produção cultural, de forma a auxiliar o empreendedor a se formalizar e impulsionar seu negócio., Pois com o maravilhoso trabalho que a Fundação de Cultura de Rio das Ostras vem desenvolvendo, dando oportunidades como nunca antes em outra gestão foi dada a toda classe artística através do máximo respeito a liberdade de acesso impulsionando assim a todo vapor as artes de todos os segmentos, com isso hoje se faz primordial que se de segmento esse trabalho de apoio aos artistas da cidade de Rio das Ostras que em sua maioria ao qual faço parte carece de todo esse tipo de apoio para que assim possam se estruturar através de suas brilhantes ideias, se organizando dentro da lei, criando seu portfolio, projetos e os protegendo contra plagio e se tornado assim capaz de se inscrever em editais nacionais e internacionais”.

“Gostaria de dizer que falta opção de resposta 5 . Porque possuo uma marca e tenho ela registrada no NPI”.

“Então...gostaria que fosse implantado a casa do artesão no município um local que fosse aberto para todos os artesão capacitados e qualificados...mas curso de empreededorismo sabemos fazer as peças mas muitas das vezes não damos o valor que merece sai a preço de banana...gostaria de dicas de como lançar o produto na internet vender e receber....enfim dicas de como viver do artesanato...”

“As perguntas estão ótimas, cabe a cada um tbm, querer fazer, buscar informações que serão de grande ajuda”!

“Preciso mais de auxílio para elaborar projetos e saber como proteger minhas composições Obrigada”

“Além de garantir o direito de propriedade e exclusividade ao titular da criação intelectual, a proteção da propriedade intelectual permite o avanço da inovação e a divulgação dos conhecimentos, equilibrando os interesses do titular e acarretando benefícios para a sociedade”.

4.5 ENTREVISTAS

No intuito de esclarecer pontos não sanados pelo questionário foram realizadas entrevistas com três Conselheiros Municipais de Cultura atuantes no setor cultural. A escolha dos entrevistados foi feita levando-se em consideração aspectos abordados na pesquisa, de forma a agregar valor aos dados coletados. Considerando que foi enfatizado que os objetos de PI mais envolvidos para com a Cultura são o Direito Autoral, a Marca e a Indicação Geográfica, realizou-se entrevista com um Dramaturgo e uma cantora detentora de nome artístico diferente de seu nome de registro, o que caracteriza uma marca. Não foi possível a realização de entrevista com profissionais envolvidos com Indicação Geográfica por não haver nenhuma manifestação sobre o tema em âmbito local. Uma terceira entrevistada foi uma Produtora Cultural. Seu convite foi motivado por ter sido constatado na pesquisa que a maior parte dos profissionais sente falta de Produtores Culturais para impulsionar seu negócio. Todas as entrevistas encontram-se gravadas e a identidade dos entrevistados foi preservada, apesar de sua expressa autorização para divulgação.

4.5.1 Entrevista 1

O Entrevistado 1 é Conselheiro Municipal de Cultura, Graduado em Jornalismo, ex aluno do curso de teatro da “Onda”, dramaturgo, diretor de companhia de teatro e poeta. Confessou ter dúvidas sobre os procedimentos de registro autoral mas sabe que a Biblioteca Nacional é a responsável por registrar livros. Conta que ingressou no curso técnico de teatro para melhorar seus textos e se apaixonou. Em seu primeiro ano de teatro escreveu sua primeira peça que foi apresentada como trabalho de final de ano de sua turma. Conta que não é incomum que autores iniciantes tenham seus roteiros plagiados por pessoas ou instituições de

grande porte. O Entrevistado é dramaturgo conhecido localmente, com textos apresentados por diretores e professores da “Onda”. Demonstrou preocupação com plágio e usos não autorizados de seu trabalho. Reconheceu que talvez fosse necessário mudar o nome de sua companhia teatral caso exista outra já registrada, e que não sabia que similaridade implica em colidência, acreditava que a proibição era aplicada apenas se a marca fosse exatamente igual. Enalteceu a importância para a cidade, de se ter uma escola técnica na área cultural, já que em geral, os cursos de graduação são localizados na capital. O ator enfatiza que não espera benefícios financeiros ou contratações por parte da administração pública, mas comenta que há alguns anos foi prometido pelo poder público uma parceria com entidades do Sistema S com fulcro de disponibilizar consultoria e assessoria com relação ao empreendedorismo voltado à população local. Comenta que sente falta de profissionais Contábeis, por exemplo, capazes de instruir sobre empreendedorismo, finanças, tributação, etc. Destaca que a ampliação de ações para ocupação de espaços e equipamentos culturais pode fortalecer o desenvolvimento da cultura. Comenta que comparada a Macaé, Rio das Ostras está muito bem estruturada, apresentando-se à frente em termos de política cultural. Ressalta que o incentivo a reuniões setoriais tende a criar um ambiente que favoreça o empreendedorismo cultural e que é a favor de leis de fomento como Rouanet, ICMS e ISS. Autor de cerca de 30 (trinta) textos, diz que apenas 6 (seis) foram apresentados até o momento, justamente em virtude de sua preocupação com a proteção de sua arte antes de torná-la pública.

4.5.2 Entrevista 2

A Entrevistada 2, é Conselheira Municipal de Cultura, cantora e compositora. fez parte de uma banda local, ocasião em que iniciou sua carreira profissional e teve a oportunidade de participar de eventos junto a artistas como Mart'nália e o Grupo Sambô. Em 2012, já em carreira solo, fez show autoral na Casa do Jazz, no Rio das Ostras Jazz & Blues Festival. Fez trabalhos diversos trabalhos musicais na região, lançou um EP em 2017 e Cantou com Vox Sambou no evento “Na Rua” em 2019. Pensa em registrar suas autorias, mas nunca buscou maiores informações sobre como proceder. Por outro lado, enfatiza que seus trabalhos já se encontram expostos em plataformas como o *youtube*, por exemplo, o que possibilita comprovar

sua anterioridade. Destaca que seu nome artístico é curto, de fácil pronúncia e caracteriza sua pessoa. Reconhece o nome como marca e diz ter pretensão de registrar para que possa inclusive comercializar produtos oriundos da sua arte. Comenta que após a extinção de sua banda, em 2012, surgiu na cidade uma Banda com nome similar. O surgimento de tal grupo musical causou confusão no público que a parabenizava pelo retorno da antiga banda. Relata que foi trabalhoso desfazer a notícia e esclarecer que era um outro grupo, e não aquele que havia feito parte. Preocupada, relata que se alguém registrasse “sua” marca e ela então fosse impedida de usá-la, não saberia que outro nome poderia utilizar. A Entrevistada é inscrita como MEI com o objetivo de formalizar e profissionalizar sua atividade. Diz que é necessário ter um CNPJ para participar de editais, emitir nota fiscal, etc. Conta que gostaria, mas não possui condição financeira de contratar uma produtora, motivo pelo qual precisa buscar a autogestão de sua carreira. Confessa que tem dificuldade com essa autogestão, principalmente com contextos burocráticos e precificação do seu trabalho. Em sua opinião, seu trabalho não é remunerado de forma justa e comenta que no município, os donos de casas de shows se uniram e estipularam o valor do cachê do artista. Considera assim que falta a sociedade encarar o artista enquanto trabalhador, reconhecendo que seu trabalho é tão importante para o estabelecimento quanto o do garçom, do cozinheiro, e outros. Lamenta já ter recebido propostas que considera absurdas, de trocar shows por cerveja. Confessa que gostaria, mas nunca buscou recursos advindos de Leis de Incentivo por não possuir estrutura e conhecimento sobre suas exigências. Diz que a nível nacional a cultura encontra-se em último plano e que é preciso pensar políticas públicas para o setor. Concorde que editais de fomento devem ser direcionados a Pessoas Jurídicas, sendo, todavia, necessário que se qualifique as pessoas a se formalizar. Considera que a política pública municipal de cultura vem sendo bem executada, auxiliando artistas a se promover, mas enfatiza a necessidade em se rever algumas políticas com caráter de urgência. Defende a criação de uma organização representativa da classe artística para que possam assim reivindicar os direitos dos profissionais do ramo. Um sindicato, uma associação, algo que represente o coletivo de forma a conquistar seus direitos. Reconhece, por outro lado, a dificuldade em organizar a sociedade civil para sua criação. Defende a ampliação da participação da sociedade civil por meio de fóruns setoriais, ou seja, que os conselheiros ouçam de forma mais ativa seu segmento a fim de criar um ambiente

de ideias e confiabilidade. Pensa que a existência de um setor que esclareça dúvidas e auxilie o artista na gestão de sua carreira tende a impulsionar a atividade, dando ao profissional segurança ao fornecer orientação sobre como proceder em algumas situações.

4.5.3 Entrevista 3

A Entrevistada 3 é Servidora Municipal, Conselheira Municipal de Cultura e graduada em Produção Cultural pela UFF. Conta que sua primeira experiência como Produtora foi na cidade do Rio de Janeiro na CUFA – Central Única das Favelas, uma Organização não Governamental, na realização das festividades de 10 anos do Prêmio Anu, evento que contou com participações de artistas como Caetano Veloso, Chico Buarque, Crioulo, Regina Cazé, Arlindo Cruz, dentre outros. Participou da produção dos 100 anos de Luiz Gonzaga e outras produções realizadas na capital. Relata dificuldades em ingressar em uma grande produtora visto ser um segmento fechado, formado por alguns núcleos já inseridos no mercado. Reconhece que a profissão não exige formação acadêmica, mas acredita que a formação pode ser um diferencial, pois prepara o profissional com uma carga de conhecimento capaz de ampliar sua criatividade, considerando o nível de conhecimento em temas variados do campo cultural que a graduação oferece. Relata que no início da carreira a instabilidade financeira é muito presente, o que pode desanimar muito os pretendentes. Para ela o principal papel do produtor cultural é difundir e fomentar a cultura onde ele estiver, independente de fazer shows de grande porte. É assumir um papel de mostrar para o artista como fazer acontecer seu *show* baseado em ações planejadas. Defende que o produtor cultural tem não apenas a possibilidade, mas a responsabilidade de fortalecer e fomentar o campo da cultura, favorecendo assim um ambiente de empreendedorismo cultural. Sobre a resposta obtida no questionário, espantou-se com o fato dos resultados apontarem que o artista sinta falta de produtores culturais, vez que o município possui uma Universidade que oferta o curso. Reconhece que pode existir uma deficiência na comunicação entre produtores e artistas e explicou que em sua opinião faltam produtores que queiram se envolver com a parte burocrática da produção cultural, como prestações de contas, elaboração de projetos e atividades afins, haja vista que em geral, acham tais atividades cansativas, não se interessando pelo tema. Relata que sente falta de

disciplinas de gestão no currículo da graduação. Observa que a maioria que ingressa no curso pensa apenas no dia do show, em ações que ela chama de momento “luz, câmera, ação”. Relata que nunca submeteu projetos a leis de incentivo, mas que não considera uma tarefa difícil. Por outro lado, aponta sentir dificuldade na parte de captação de recursos junto a empresas, pois exige toda uma capacidade de convencimento do financiador. Não acredita que as pessoas estejam preparadas para gestão de projetos artísticos financiados, como informado no questionário. Relata que as dificuldades em se fazer arte em um país como o Brasil, exigem determinação do profissional, que acaba “fazendo mais por amor, que por dinheiro”. Acredita que para fortalecer a economia da cultura e o empreendedorismo cultural no município faz-se necessário principalmente a presença de profissionais capacitados, tanto na esfera pública quanto na privada. Nesse sentido, a capacitação torna-se política urgente para os agentes envolvidos com a cultura.

4.6 OUTRAS ANÁLISES DOS RESULTADOS

Os resultados obtidos mostram que o município de Rio das Ostras tem como tradição a atividade artística, valorizando seus artistas, história e equipamentos culturais. Considerando sua distância da capital, não é possível que a população, de forma geral, tenha acesso e condições financeiras de estudar arte em outras cidades, de forma que se o município tem a intenção de impulsionar o segmento, precisa formar profissionais aptos a realizar tal atividade. Neste aspecto, é extremamente necessária a manutenção e quiçá ampliação dos investimentos de qualificação e capacitação em âmbito municipal. Outrossim, formar profissionais sem oferecer-lhes empregabilidade ou um ambiente favorável ao empreendedorismo não surte resultados capazes de interceder na realidade local. O artista e outros profissionais da cultura querem viver de forma digna de sua arte, de modo que a atividade precisa de atenção da Administração Pública. Como relatado na revisão da bibliografia este não é um cenário apenas da cidade, mas uma realidade nacional. Há de se ter em mente que a cultura teve grande elevação durante a gestão de Gilberto Gil à frente do Ministério da Cultura, de forma que desde então o surgimento de Políticas Públicas têm sido demandado pela sociedade. A cultura vem se construindo como campo de trabalho fazendo jus à formalização e respeito profissional aos que nela atuam, independente de seu nível de fama. Constata-se no

presente estudo que apesar de grandes esforços da Administração Pública local, faz-se necessário pensar em uma política que efetivamente promova o empreendedorismo cultural, iniciando-se pela capacitação de seus agentes, dos profissionais de cultura e do mercado, que tende a absorver os produtos culturais. A tal política cabe ainda o assessoramento ao profissional cultural de forma a orientar a formalização, assim como a gestão de seu empreendimento em diversos aspectos. Não obstante, cabe a Política Municipal incentivar a inovação por meio da proteção ao produto intelectual do artista, oferecendo suporte e esclarecimentos quanto os aspectos da Propriedade Intelectual.

Por outro lado, observa-se que o profissional de cultura possui interesse em se informar e se qualificar sobre os temas em questão. O questionário mostra que grande parte considera relevante proteger sua inventividade, de forma resguardar seus direitos. Temas como Direitos Autorais e Marcas chamam atenção dos pesquisados, que declaram querer conhecer mais. Estas razões corroboram para a elaboração dos produtos propostos no presente estudo.

5 PROPOSIÇÃO DE POLÍTICA PÚBLICA – PROPOSTA DE PROJETO DE LEI

O presente capítulo apresenta o primeiro produto final entregável em conformidade ao disposto pelo PROFNIT – uma Proposição de Política Pública por meio de Proposta de Projeto de Lei desenvolvido com base nos resultados obtidos junto à pesquisa bibliográfica e de campo, de forma a atender as necessidades dos profissionais pesquisados.

A proposta foi entregue à Presidente da Fundação Rio das Ostras de Cultura e o recibo encontra-se no Apêndice B.

PROPOSTA DE PROJETO DE LEI

LEI Nº XXX/202X

Dispõe sobre a Política de Incentivo ao Empreendedorismo Cultural e Proteção à Propriedade Intelectual de Artistas Independentes no âmbito do Município de Rio das Ostras e dá outras providências.

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS, no ato de suas atribuições, faz saber que a Câmara aprovou e eu sanciono a seguinte

LEI:

Capítulo I – Das Disposições Preliminares

Art 1º - Esta lei estabelece ações de Incentivo ao Empreendedorismo Cultural e Proteção à Propriedade Intelectual de Artistas Independentes, de forma a criar um ambiente favorável à disseminação da arte, profissionalização de artistas e desenvolvimento econômico local.

Art. 2º - Para efeitos do disposto nesta lei, considera-se:

I – Empreendedorismo Cultural: capacidade de implantar, desenvolver e gerenciar modelo de negócio voltado exclusiva ou majoritariamente a atividades e eventos culturais, de forma a proporcionar paralelamente o desenvolvimento econômico e ampliação de expressões culturais, impactando em soluções para artistas, profissionais de cultura, entidades gestoras e produtoras culturais públicas ou privadas.

II – Propriedade Intelectual: conjunto de direitos relativos a criações, interpretações, emissões e execuções de obras literárias, artísticas e científicas, marcas industriais, de comércios e serviços, bem como outros assim definidos pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual - OMPI.

III – Artista Independente: profissional que interpreta ou executa obra de caráter cultural para exibição ou divulgação pública, ou desempenha atividade derivada de inspiração ou criação do espírito ligada às artes plásticas, gravuras, esculturas, artes urbanas, fotografia, audiovisual, arquitetura e outras correlatas, em início de carreira ou não, que não seja agenciado por Pessoa Física ou Jurídica, que possua desejo ou necessidade de realizar a autogestão de sua carreira.

IV – Autor: Pessoa Física que cria, inventa ou dá origem a obra literária, artística ou científica.

V – Profissional de Cultura: Pessoa Física que desenvolve atividade científica, técnica ou auxiliar relacionada à área cultural, desde que não enquadrada pelos incisos III ou IV do presente artigo.

VI – Artesão: Profissional dotado de habilidades que manualmente, ainda que com o auxílio de ferramentas ou máquinas, desenvolve produtos geralmente ligados à sua cultura, utilizando-se por vezes de materiais de origem natural, voltados a utilidades, decoração, religiosidade, etc.

Capítulo II – Da Casa do Empreendedor Cultural

Art. 3º - Fica criada na estrutura da Fundação Rio das Ostras de Cultura a “Casa do Empreendedor Cultural”, com as atribuições a seguir definidas:

I – Realizar ações publicitárias de conscientização acerca dos benefícios da formalização, planejamento, gestão e proteção da Propriedade Intelectual de artistas independentes e profissionais de cultura;

II – Prestar consultoria a Artistas Independentes, Autores, Artesãos e Profissionais de Cultura, de forma a incentivar sua formalização jurídica, regularização perante o fisco, órgãos de previdência, e outras instituições legais que se fizerem necessárias de acordo com a atividade;

III – Realizar palestras objetivando o incentivo à formalização consciente, evitando que profissionais se formalizem de forma impulsiva ocasionando prejuízos posteriores a ele e/ou terceiros;

IV – Assessorar, pelo período mínimo de um ano após sua criação, o Microempreendedor Individual – MEI, auxiliando em sua formalização, licenciamento, emissão de Notas Fiscais e Certidões, emissão de DAS, DASN SIMEI, Relatório Mensal de Receitas Brutas, Gestão de Funcionário, parcelamentos, IRPF (se seu único rendimento for a atividade cultural), e diagnósticos e soluções junto ao Sistema e-CAC da RFB, desde que não configurados como serviços privativos de contabilidade.

Parágrafo Único – Perderá o direito aos serviços descritos neste inciso o Microempreendedor Individual que assistido pela Casa do Empreendedor Cultural se mantiver inadimplente junto ao SIMEI por período superior a noventa dias.

V – Acompanhar as Receitas, Aquisições de Produtos e Serviços, e ações do MEI assistido, de forma a orientá-lo sobre a mudança de Natureza Jurídica nos casos em que se mostre necessário o desenquadramento obrigatório ou voluntário;

VI – Oferecer ao artista independente, artesão ou profissional de cultura devidamente formalizado, orientação contábil e jurídica, vedada a contabilização ou representação judicial ou extrajudicial, de forma a caracterizar responsabilidade técnica;

VII – Oferecer atendimento de Profissional da área de Produção Cultural, com o objetivo de orientar e auxiliar na elaboração, execução e gestão de projetos culturais.

VIII – Promover, ao menos uma vez ao ano, oficinas e/ou cursos sobre:

- a) leis de incentivo à cultura;
- b) elaboração de projetos culturais;
- c) prestação de contas; e,
- d) confecção de Portfólio.

IX – Promover oficinas e cursos de gestão de custos, gestão financeira, marketing digital e capacitação de vendas *online*, principalmente para artesãos;

X – Promover o Associativismo e o Cooperativismo, objetivando incentivar a representatividade de classe, atividades de caráter contínuo e a busca de negociação conjunta em aquisições de produtos e serviços;

- XI** – Promover oficinas de conscientização e disseminação da cultura da Propriedade Intelectual, principalmente daquela que envolva a arte, o artesanato e outros aspectos culturais, tais como Direitos do Autor, Direitos Conexos, Marcas e Indicações Geográficas;
- XII** – Auxiliar artistas, autores e artesão no registro de suas obras protegidas pelas normas de Direitos Autorais;
- XIII** – Conscientizar por meio de oficinas e material instrucional, artistas, profissionais de cultura, estabelecimentos e população em geral quanto aspectos de Direitos Autorais, esclarecendo o valor e incentivando o respeito a entidades como ECAD e SBAT;
- XIV** – Promover pesquisas e análises de viabilidade acerca da admissibilidade de Registro por Indicação Geográfica de Produtos e Serviços Gerados na Região;
- XV** – Auxiliar Artistas, Artesãos e Profissionais de Cultura a identificar a viabilidade de registro por meio de Marca, de nomes e imagens por eles utilizados que possam se caracterizar como sinais distintivos;
- XVI** – Elaborar junto ao Empreendedor, Plano de Negócios e Análise *SWOT*, de forma a identificar possíveis riscos ao negócio pretendido;
- XVII** – Outras atividades capazes de auxiliar o Empreendedor Cultural ou disseminar a cultura da Propriedade Intelectual à Artistas Independentes e outros profissionais.

Capítulo III – Dos Prêmios de Incentivo

Art. 4º - Ficam criados os Prêmios abaixo descritos, que deverão ser concedidos anualmente pela Fundação Rio das Ostras de Cultura com objetivo de fomentar a Política de Incentivo ao Empreendedorismo e a Propriedade Intelectual:

- I** – Prêmio “Empreendedor Cultural”, que concederá retribuição financeira a Pessoa Jurídica enquadrada como ME, EPP ou MEI, que se destaque pela realização de ações empreendedoras e inovadoras no segmento cultural.
- II** – Prêmio “Marca Registrada”, a ser concedido a artista, artesão ou profissional que se destaque na utilização de sinal distintivo que possa ser caracterizado como

marca, fazendo jus ao pedido de registro depositado e custeado pela Fundação Rio das Ostras de Cultura.

§ 1º - Os Prêmios serão convocados por meio de Edital da Fundação Rio das Ostras de Cultura de forma a se permitir ampla divulgação e inscrição de quaisquer interessados que se enquadrem em suas normas;

§ 2º - A inscrição no Prêmio Empreendedor Cultural deverá conter as ações realizadas, resultados alcançados e impacto causado pelo empreendedor, de forma a se avaliar a eficiência da gestão de carreira e desenvolvimento.

§ 3º - O Prêmio Empreendedor Cultural será avaliado por uma banca composta por no mínimo três membros, sendo um membro da Fundação Rio das Ostras de Cultura e dois membros externos, oriundos de entidades como SEBRAE, SESC, Associação Comercial, Professores de Cursos de Produção Cultural, Empreendedorismo, Administração, ou outros de caráter compatível, capazes de avaliar as ações realizadas, podendo ser acompanhado pelo Conselho Municipal de Cultura.

§ 4º - As inscrições do Prêmio Marca Registrada serão previamente analisadas pela Fundação Rio das Ostras de Cultura a fim de analisar se o sinal é suscetível de registro e posteriormente submetida à votação popular para decisão, a fim de se constatar se o artista, artesão ou profissional cultural, bem como seus produtos e serviços, são realmente conhecidos por aquele sinal distintivo.

§ 5º - Para participar do Prêmio Empreendedor Cultural o candidato deverá ser titular, sócio ou membro de diretoria de Pessoa Jurídica sediada no município de Rio das Ostras há pelo menos um ano, com comprovada atuação empreendedora local.

§ 6º - O Prêmio descrito no inciso II deste artigo poderá ser concedido a Pessoa Física ou Jurídica, exceto para o Microempreendedor Individual, que poderá concorrer exclusivamente como Pessoa Física.

Capítulo IV – Do Incentivo Fiscal

Art. 5º - Fica instituído no âmbito do município de Rio das Ostras o Incentivo Fiscal para apoio à realização de projetos culturais, a ser concedido a Pessoas Jurídicas

contribuintes do Imposto Sobre Serviços – ISS, denominados Contribuintes Incentivadores.

Art. 6º - O incentivo fiscal referido no artigo anterior corresponderá à dedução integral no pagamento de ISS, de valores destinados a apoiar, mediante doação ou patrocínio, projetos culturais apreciados e aprovados na forma desta lei e de sua regulamentação.

§ 1º - As transferências feitas pelos Contribuintes Incentivadores em favor dos projetos e dentro dos valores estabelecidos nos Certificados de Enquadramento poderão ser integralmente usadas como abatimento até o limite de 20% (vinte por cento) dos valores do ISS próprio a serem pagos por esses Contribuintes Incentivadores.

§ 2º - O Contribuinte Incentivador poderá incentivar concomitantemente mais de um projeto, mantendo-se o limite de abatimento descrito no § 1º.

§ 3º - O Poder Legislativo fixará anualmente, na Lei Orçamentária Anual, o valor a ser utilizado como incentivo cultural, não inferior a 1% (um por cento) nem superior a 2,5% (dois e meio por cento) das receitas provenientes de ISS.

§ 4º - Só poderão ser beneficiados com os recursos em que trata a presente lei, projetos que possuam Certificado de Enquadramento expedido pela Fundação Rio das Ostras de Cultura, após publicação de sua aprovação em Diário Oficial, contendo nome do beneficiário, do projeto, seu objetivo e valor aprovado.

§ 5º - A Emissão de Certificado de Enquadramento depende da anuência da Secretaria Municipal de Fazenda, que se manifestará em prazo máximo de 15 (quinze) dias, a fim de se garantir o controle financeiro e responsabilidade fiscal.

§ 6º - Um mesmo projeto cultural poderá ser beneficiado por mais de uma Empresa Incentivadora até que se alcance o limite total do valor do proposto.

Art. 7º - Os projetos apresentados que contenham carta de intenção de Contribuintes Incentivadores terão prioridade sobre os demais.

Art. 8º - É vedada a utilização do incentivo fiscal nos projetos em que sejam beneficiários os próprios incentivadores, seus sócios ou titulares e suas coligadas ou controladas, cônjuges, parentes ascendentes, descendentes, colaterais ou afins em segundo grau.

Art. 9º - A análise e seleção de projetos será realizada por comissão de formação paritária, composta por membros indicados pela Fundação Rio das Ostras de Cultura e Sociedade Civil, representada pelo Conselho Municipal de Cultura.

§ 1º - Os componentes da referida comissão não poderão apresentar projetos a fim de que sejam beneficiados com incentivos fiscais;

§ 2º - Em comum acordo, a Fundação Rio das Ostras de Cultura e o Conselho Municipal de Cultura poderão deliberar por dispor de pareceristas externos para análise dos projetos.

Art. 10 – Poderão ser beneficiados com incentivos fiscais projetos culturais nas áreas de artes visuais, artesanato, audiovisual, bibliotecas, centros culturais, cinema, circo, dança, design, folclore, fotografia, literatura, moda, museus, música, multiplataforma, teatro, e preservação e restauração do patrimônio natural, material e imaterial, bem como outros a serem considerados pela Fundação Rio das Ostras de Cultura.

Art. 11 – Toda transferência e movimentação de recursos relativos ao projeto cultural incentivado serão feitas através de conta bancária vinculada, aberta especialmente para esse fim.

Art. 12 – O Poder Executivo regulamentará em até 180 dias os procedimentos necessários à implementação dos benefícios de Incentivo Fiscal, bem como direitos, deveres e sanções aplicáveis em caso de descumprimentos.

Art. 13 – Em casos de escassez de recursos capazes de financiar os projetos inscritos, terão prioridade:

I – Os que o proponente não possua outro projeto aprovado e em andamento;

II – Os que se realizem em comunidades em vulnerabilidade econômica, zona rural e bairros distantes do centro urbano, podendo a Fundação Rio das Ostras de Cultura indicar previamente as áreas de interesse;

III – Os apresentados por proponentes pretos, pardos, indígenas, quilombolas e LGBTQIA+.

Art. 14 – A Fundação Rio das Ostras de Cultura publicará anualmente relação de beneficiados com recursos oriundos de incentivo fiscal, os valores, bem como o resultado de suas execuções e prestações de contas.

Art. 15 – Apenas Pessoas Jurídicas, atuantes e sediadas no âmbito do município há pelo menos, um ano poderão apresentar projetos que visem o recebimento de recursos advindos de incentivos fiscais.

Parágrafo Único – Ao MEI, fica limitada a apresentação de projetos em que o custo se enquadre dentro dos limites anuais de faturamento, salvo se junto ao projeto anexar carta de compromisso de desenquadramento do SIMEI em caso de aprovação.

Art. 16 – A Fundação de Cultura estabelecerá normas que versem sobre contrapartidas a serem ofertadas por beneficiários de recursos oriundos de benefício fiscal.

Art. 17 – O responsável por projeto incentivado que não prestar contas ou tiver rejeitadas as contas apresentadas, ficará inadimplente perante o fisco municipal a contar da data de expedição do Certificado, devendo reembolsar o município dos valores recebidos, aplicando-se, neste caso, todas as normas de Direito Público e Civil.

Capítulo V – Das Disposições Finais

Art. 18 – A Fundação Rio das Ostras de Cultura promoverá, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a revisão do Plano de Cargos, Carreiras e Vencimentos dos servidores de seu quadro permanente, a fim de incentivar por meio de progressão vertical o acúmulo de horas de formação continuada em cursos de qualificação e capacitação, de forma a garantir a atualização e qualidade dos serviços a serem ofertados nas Políticas Públicas de Cultura.

Art. 19 – O Município aplicará anualmente em políticas culturais, por meio da Fundação Rio das Ostras de Cultura, montante não inferior a 2% (dois por cento) das despesas globais previstas no orçamento anual municipal, limitando-se a 50% (cinquenta por cento) os gastos com pessoal.

Art. 20 – A Fundação Rio das Ostras de Cultura deverá submeter anualmente a instituições públicas ou privadas, de caráter estadual ou nacional, um mínimo de 5 (cinco) projetos culturais que visem a captação de recursos a serem aplicados em ações culturais no município.

Art. 21 – Fica criado na estrutura da Fundação Rio das Ostras de Cultura um cargo comissionado de Diretor da Casa do Empreendedor Cultural, símbolo DAS-3.

Art. 22 – O Poder Executivo poderá, no que couber, regulamentar por Decreto o disposto na presente lei.

Art. 23 - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogando as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito, XX de XXXXXX de 202X.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Prefeito do Município de Rio das Ostras

6 MATERIAL INSTRUCCIONAL – CARTILHA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA ARTISTAS INDEPENDENTES E PROFISSIONAIS DA CULTURA

O presente capítulo apresenta o segundo produto final entregável em conformidade ao disposto pelo PROFNIT – um Material Instrucional denominado “Cartilha de Propriedade Intelectual para Artistas Independentes e Profissionais da Cultura”, de forma a despertar o interesse destes profissionais pela busca de conhecimentos básicos de PI, a fim de protegerem suas criações. O presente também foi desenvolvido com base nos resultados obtidos junto à pesquisa bibliográfica e de campo, de forma a atender as necessidades dos profissionais pesquisados.

Considerando que aproximadamente 74% dos pesquisados consideram o conhecimento sobre PI relevante, e que mais de 90% informaram possuir pouco conhecimento sobre o tema, buscou-se produzir um material que dê ao leitor uma noção básica sobre Propriedade Intelectual, capaz de despertar seu interesse e fazê-lo buscar junto à Administração Pública maiores informações, bem como os benefícios ofertados pela política proposta.

Outros materiais com temas mais específicos poderão ser produzidos no futuro de modo a se criar uma coleção, capaz de atender ao público de cada segmento específico.

PROPRIEDADE INTELECTUAL

PARA ARTISTAS INDEPENDENTES & PROFISSIONAIS DA C

Ubirata



**CARTILHA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA ARTISTAS
INDEPENDENTES & PROFISSIONAIS DA CULTURA**

**ASSOCIAÇÃO FÓRUM NACIONAL DE GESTORES DE INOVAÇÃO E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA - FORTEC**

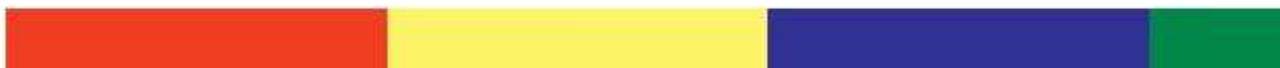
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO - PROFNIT**

INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE

Autor: Me. Ubiratan Nunes da Silva

Orientadora: Prof. Dra. Juliana Gonçalves Vidgal

Arte e Diagramação: Magnus Vieira



APRESENTAÇÃO

1. O QUE É PROPRIEDADE INTELECTUAL? 

2. DIREITOS AUTORAIS 

2.1 Direitos do Autor

2.2 Direitos Conexos

2.3 Programas de Computador

3. PROPRIEDADE INDUSTRIAL 

3.1 A Marca

3.2 Indicação Geográfica

3.3 Patente e Desenho Industrial

3.4 Segredo Industrial

4. PROTEÇÃO SUI GÊNERIS 

4.1 Topografia de Circuitos Integrados

4.2 Cultivares

4.3 Conhecimentos Tradicionais



APRESENTAÇÃO

A presente Cartilha é parte da Dissertação de Mestrado de Ubiratan Nunes da Silva, sob a orientação da Professora Dra. Juliana Gonçalves Vidigal, ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação - PROFNIT. O PROFNIT tem por objetivo formar profissionais para atuação em Núcleos de Inovação Tecnológica e Ambientes Promotores de Inovação como o acadêmico, o empresarial, o governamental, etc. Trata-se de programa ofertado pelo FORTEC realizado no Ponto Focal do Instituto Federal Fluminense - IFF.

A Dissertação, com o título “CULTURA E PROPRIEDADE INTELECTUAL: COLABORAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO

CULTURAL E PROTEÇÃO DA INTELECTUALIDADE & INDEPENDENTES”, tem como um de seus objetivos que profissionais do setor artístico-cultural possam aprender a proteger sua intelectualidade, o que foi o objetivo principal. O objetivo foi o de elaborar uma Proposta de Lei Municipal capaz de ser adaptado à realidade local para impulsionar o empreendedorismo Cultural.

Tanto a cartilha quanto o projeto de lei foram elaborados em pesquisa acadêmica a fim de identificar as necessidades dos profissionais do setor cultural, de forma que os produtos que realmente atendessem a demanda.

BOA LEITURA!

1. O QUE É PROPRIEDADE INTELECTUAL?

Sabemos que podemos ser proprietários dos bens materiais, que possuem forma física e podemos assim tocá-los, como por exemplo imóveis, veículos, eletroeletrônicos, roupas, etc. Mas há também aquilo que é de nossa propriedade mas não possui forma física, é a chamada Propriedade Intelectual. Ela nasce da criatividade humana tornando-se um pertence de seu criador, que pode assim exercer o direito de usá-la, vendê-la e até impedir que outros a usem sem sua autorização. São exemplos de Propriedade Intelectual a música, a poesia, os livros, desenhos industriais, Marcas, etc.

A Propriedade Intelectual é de extrema importância para artistas e profissionais culturais considerando que sua atividade é amplamente realizada pela criatividade, devendo assim ser protegida.

A Propriedade Intelectual se divide em três grupos: Direitos Autorais, Propriedade Industrial e Proteção de Dados. Cada grupo engloba diferentes objetos que são agrupados por suas afinidades. Vamos conhecer cada grupo?



2. DIREITOS AUTORAIS

Os Direitos Autorais englobam os Direitos do Autor, Direitos Conexos e Programas de Computador.

2.1 Direitos do Autor

Os Direitos do Autor têm por objeto resguardar ninguém menos que o próprio autor. O criador da obra. Ele protege por exemplo textos literários, artísticos ou científicos, coreografias, composições, fotografias e audiovisuais, desenhos, pinturas, esculturas, ilustrações, adaptações e traduções, etc. Pela legislação brasileira, uma obra autoral está protegida a partir do momento de sua criação, não dependendo de registro para tal. Apesar disso o registro pode não apenas provar quem é o titular, mas também é útil nas negociações em casos de cessões, venda e permissões de uso.

É verdade! Este é o prazo de validade. Depois da morte os direitos são transferidos a sucessores e caem em domínio público, sendo de domínio do indivíduo. Os direitos do Autor se dividem em Moral e Patrimonial. O Direito Moral vincula o autor e nada mudará isso. Ainda que um fotógrafo deixe de ser quem a fotografou. Ainda que outro artista cante sua música, ele não pode copiar a música. Já o Direito Patrimonial vê a possibilidade de o autor ceder os direitos definitivamente ou temporariamente, podendo ser econômica.

MAS ATENÇÃO: ainda que um compositor ceda sua música e receba direitos patrimoniais, ele continuará sendo o autor, mantendo as

O Direito do autor fica protegido até 70 anos após a morte

E COMO PROTEGER MINHA ARTE???

Para proteger definitivamente é necessário realizar o registro junto às instituições responsáveis. No caso de produtos artísticos os registros são feitos nos seguintes locais:

PRODUTO	LOCAL
Livros e textos	Fundação Biblioteca Nacional www.bn.gov.br
Filmes	Agencia Nacional do Cinema www.ancine.gov.br
Obras Artísticas	Escola de Belas Artes www.eba.ufrj.br
Partituras Musicais	Escola de Musica www.musica.ufrj.br Fundação Biblioteca Nacional www.bn.gov.br
Programas de Computador	Instituto Nacional da Propriedade Industrial www.inpi.gov.br

2.2 Direitos Conexos

Enquanto o criador é protegido pelo Direito do Autor, aqueles

que interpretam ou executam suas obras são protegidos pelos Direitos Conexos. Os Direitos Conexos são aqueles que os produtores, empresas de radiofusão e outros têm para autorizar ou proibir a fixação, reprodução, distribuição de suas obras. No caso de uma música, por exemplo, o cantor está protegido pelos Direitos de Autor, o músico que interpreta ou reproduz a obra é protegido pelos chamados Direitos Conexos. Neste caso, o músico não recebe remuneração por ter criado a obra, enquanto o cantor recebe por sua execução ou reprodução.

2.3 Programas de Computador

Apesar de não ligados à arte e à cultura, os Programas de Computador também são protegidos pelo Direito da Propriedade Industrial aplicando a estes, todavia, os Direitos Conexos. A Lei nº 9.609/98, chamada Lei do Software, trata dos Programas de Computador. No site do Instituto Nacional da Propriedade Industrial é possível verificar os programas protegidos pelo Direito Autoral.

3. PROPRIEDADE INDUSTRIAL

A Propriedade Industrial é uma importante ferramenta para a inovação e desenvolvimento tecnológico de um país. Por meio dela são protegidos os inventos industriais, marcas, e outros signos distintivos. Essa proteção se dá por meio da concessão de direitos de marcas, patentes, desenhos industriais e indicações geográficas.

3.1 A Marca

Uma Marca é primordial para o artista. Ela é um sinal distintivo que identifica um produto ou serviço, e dá ao consumidor a noção sobre este produto, como reputação, preço e qualidade, associando

esta marca a suas preferências. O artista tem a possibilidade de impedir que terceiros usem uma marca parecido com o seu, de forma que possa causar confusão. Imagine quanta confusão poderia haver se a cantora chamada Ivete Zagalo, que além de cantora possui vários produtos como cosméticos, roupas,

As marcas podem ser nominativas, figurativas ou mistas. A marca nominativa é a marca que é apenas uma palavra ou conjunto de algarismos. A marca figurativa é composta por símbolos ou formas capazes de identificar um produto ou serviço. A marca mista se destina, ainda que nada esteja registrado, a quem possui um mix de letras e formas que identificam um produto ou serviço.

A cantora baiana Ivete Sangalo possui o registro de várias marcas em vigor junto ao INPI.

ATENÇÃO!!!

O registro de uma empresa não protege automaticamente seu nome comercial, ou razão social como marca. Este procedimento precisa ser realizado junto ao INPI, que após aprovação, emitirá um certificado garantindo a proteção pelo prazo de 10 anos, podendo ser prorrogados por períodos sucessivos.

E COMO REGISTRAR UMA MARCA?

Para que se proceda o registro de uma marca é necessário ter

certeza de que ela possui características distintivas e não esteja impedida de ser registrada. Após a análise dos dados, verifica-se a classe que se pretende registrar, fazendo uma busca prévia no sistema do INPI para verificar se não há uma marca parecida capaz de causar confusão.

Verificado que a marca é distintiva e não colide com outra já existente, o pedido é encaminhado para o INPI e-Marcas do INPI para análise, que emite o parecer. Após a publicação do Pedido com Prazo para Apropriação, ocorre a fase de Mérito e finalmente seu Deferimento.

Para que se evite o indeferimento do registro, é interessante a contratação de um profissional durante esta etapa.

3.2 Indicação Geográfica

É a proteção dada a um produto ou serviço originário de determinada área geográfica (localidade, cidade, país, região), pressupondo que suas qualidades ou reputação se dão em virtude de seu local de origem. Ou seja, caso produzidas fora daquela localidade teriam sua qualidade comprometida.

As Indicações Geográficas são classificadas como Denominação de Origem ou Indicação de Procedência. Ambas se referem ao nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, sendo que a Denominação de Origem se refere ao local em que o produto ou serviço tenha sido extraído, produzido ou fabricado. Já a Indicação de Procedência designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente em virtude do meio geográfico, seja por fatores naturais, seja por fatores humanos. Sua ligação com a cultura se dá pelo fato de que produtos artesanais e/ou culturais que guardem identidade com a localidade produzida podem ser objetos de sua proteção. Exemplo de Indicações Geográficas concedidas são Tequila, Champagne, Queijo Canastra, Café Caparaó, Doces Tradicionais de Pelotas, Panelas de Barro Goiabeiras, Renda Renascença do Cariri Paraibano, Bordado Caicó, Cerâmica artística Porto Ferreira, Redes de Jaguaruana, e Chocolate artesanal de

Gramado. O registro de Indicações Geográficas é feito no INPI.

3.3 Patente e Desenho Industrial

A Propriedade Industrial também protege os direitos sobre objetos de Patente e Desenhos Industriais.

A Patente é um título concedido pelo INPI que, por um tempo temporariamente, o direito do titular de explorar o modelo de utilidade, a exclusividade na utilização do modelo, visa tanto as criações novas como as já existentes. Componentes eletrônicos, programas de computador, podem ser patenteados. Enquanto isso, o Desenho Industrial, aspecto ornamental ou estético de um objeto, que possui características tridimensionais ou bidimensionais, cuja reprodução por meios industriais. O registro de patentes e desenhos industriais são realizados junto ao INPI.

3.4 Segredo Industrial

O Segredo Industrial preserva a confidencialidade de informações contra a revelação indevida e contra o uso não autorizado. É muito utilizado em áreas onde a proteção é essencial.



tecnológico são intensos, como na indústria de biotecnologia, de tecnologia da informação e comunicação, petroquímica, de bebidas, alimentos e cosmética. Ninguém sabe, por exemplo, a fórmula da Coca-Cola, que é protegida por Segredo Industrial.

Em alguns casos, o Segredo Industrial é importante que uma patente, por exemplo, a patente protege por no máximo 20 anos. O Segredo Industrial cumpre esta função por tempo indeterminado.

4 PROTEÇÃO SUI GÊNERIS

É uma proteção híbrida que abrange figuras jurídicas intermediárias entre o Direito Autoral e a Propriedade Industrial. Envolve a Topografia de Circuito Integrado, as Cultivares e os Conhecimentos Tradicionais.

4.1 Topografia de Circuitos Integrados

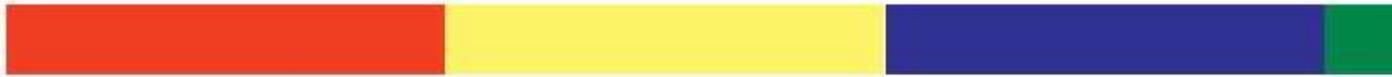
As Topografias de Circuitos Integrado, também conhecidas como chips, envolvem um conjunto de interconexões, transistores e resistências dispostas sobre uma camada tridimensional sobre uma peça de material semicondutor. São usadas por exemplo como memória ou processador de computador e visam realizar funções eletrônicas em equipamentos.

4.2 Cultivares

As Cultivares são variedades de plantas resultantes de pesquisas em agronomia. É uma variedade de planta com características simplesmente encontrada na natureza ou obtida por intervenção humana. Sua proteção deve ser feita pelo Instituto de Proteção de Cultivares, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

4.3 Conhecimentos Tradicionais

Os Conhecimentos Tradicionais, em geral, são práticas, crenças e costumes passados de geração em geração (por exemplo, comunidades indígenas ou de comunidades ribeirinhas), quanto ao uso de vegetais ou animais, cujas amostras contém informações de

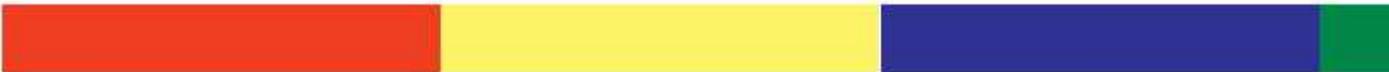


A Propriedade Intelectual tem por objetivo proteger uma série de criações, no mundo da arte, no mundo das ciências e em áreas híbridas, como a Proteção *Sui Gêneris*. Para o campo Cultural, os mais importantes são o Direito de Conexos, a Marca e a Indicação Geográfica, que protegem produtos e serviços artísticos e artesanais e a identidade marcaria destes.

“Os produtos artísticos: músicas, filmes, textos, imagens, cada dia mais expostos à pirataria, que cresce rapidamente com o advento da internet. Para que artistas, artesãos e outros profissionais do segmento cultural possam proteger seus trabalhos contra cópias não autorizadas, é preciso se conscientizar da importância do registro e dos benefícios que ele pode oferecer. Em caso de dúvidas, você pode obter mais informações junto aos Órgãos de registro citados nesta publicação.”

Ubiratan Nunes da Silva

UBIRATAN NUNES DA SILVA É Contador, Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia pelo Instituto Federal Fluminense, Servidor da Fundação Rio das Ostras de Cultura e Presidente do Conselho de Cultura de Rio das Ostras no biênio 2021/2023. Contato: ubiratannunes@id.uff.br



REFERÊNCIAS

BARBOSA, Denis Borges. *Uma Introdução a Propriedade Intelectual*. 2 ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

BIANCHINI, Ilka Maria Escalante. RUSSO, Suzana Leitão. *Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Regional: Artesanato com Indicação Geográfica no Brasil*. *REVISTA INGI* (2019) Vol.3, n.2, p.333-347. Abr/Mai/Jun.

FERNANDES JÚNIOR, Francisco Robério. *Direitos autorais nas obras musicais sob a ótica da lei nº 9610 de 1998*. *Revista Acadêmica [recurso eletrônico/físico] / Escola Superior do Ministério Público do Ceará - Ano 11, nº 2 (Jul./Dez. 2019) - Fortaleza: PGJ/ ESMP/CE, 2019.*

JUNGMANN, Diana de Mello. *Inovação: guia para o docente / Diana de Mello Jungmann*. - Brasília: SENAI, 2010. 93 p.

JUNGMANN, Diana de Mello. *A caminho dos negócios com bens de propriedade intelectual: empresário*. Diana de Mello Jungmann, ESMP/CE, 2010, 125 p.

7 ARTIGO CIENTÍFICO

O presente capítulo apresenta o terceiro e último produto final entregável, um Artigo Científico, promovendo-se assim a contribuição ao Poder Público, por meio de Proposta de Política Pública, ao profissional, por meio de Material Instrucional, e à Academia, por meio de Artigo Científico. O presente artigo apresenta de forma resumida o levantamento realizado na presente Dissertação no que se refere ao Empreendedorismo Cultural. Esta redução foi necessária considerando que o periódico a que foi submetido limita o tamanho de artigos a 40 (quarenta) mil caracteres, motivo pelo qual não seria possível abordar também a Propriedade Intelectual.

O artigo foi submetido ao periódico “Políticas Culturais em Revista” e o recibo encontra-se no Apêndice C.

EMPREENDEDORISMO CULTURAL: TRANSFORMANDO ANSEIOS SOCIAIS EM POLÍTICA PÚBLICA

Ubiratan Nunes da Silva
PROFNIT – IFF
Juliana Gonçalves Vidigal
PROFNIT – IFF

RESUMO

O presente estudo é parte de pesquisa que busca conhecer o perfil e anseios de profissionais da cultura e artistas independentes para que assim se promova uma proposta de Política Pública de Incentivo ao Empreendedorismo Cultural e Proteção de sua Propriedade Intelectual. A pesquisa possui caráter Indutivo, Natureza Aplicada, Objetivo Descritivo e Exploratório e Abordagem Quali-quantitativa. Os resultados mostram como a cultura precisa de políticas que permitam seu desenvolvimento, de forma a aquecer a economia cultural e garantir dignidade ao profissional de cultura. Os dados foram utilizados para a elaboração de projeto de lei apresentado como proposta ao município de Rio das Ostras – RJ.

Palavras-chave: Políticas Culturais. Empreendedorismo Cultural. Economia da Cultura. Artista Independente.

ABSTRACT

This study is part of a research that seeks to understand the profile and aspirations of cultural professionals and independent artists so that a proposal for a Public Policy of Incentive to Cultural Entrepreneurship and Protection of their Intellectual Property can be promoted. The research has an Inductive character, Applied Nature, Descriptive and Exploratory Objective and Quali-quantitative Approach. The results show how culture needs policies that allow its development, in order to heat up the cultural economy and guarantee dignity to cultural professionals. The data were used to draft a bill presented as a proposal to the municipality of Rio das Ostras – RJ.

Keywords: Cultural Policies. Cultural Entrepreneurship. Culture Economy. Independent Artist.

INTRODUÇÃO

O presente artigo é parte de pesquisa que busca colaborar com o Empreendedorismo Cultural e Proteção da Intelectualidade de Artistas Independentes em nível municipal por meio de Políticas Públicas de Cultura nas áreas de Fomento e Qualificação.

O mercado cultural se apresenta como produto de alta relevância para o desenvolvimento econômico e social brasileiro, exigindo do artista independente

uma vertente empreendedora, o que desagradou a muitos que afirmam não entender burocracias excessivas, ou defendem que “os criativos não dominam a gestão” (LEITE; SILVESTRE, 2017). Santos, Silva e Neto (2020), citam que o debate técnico e acadêmico acerca do que chamam de “empreendedorismo cultural” ainda é discreto prevalecendo o autodidatismo, tornando de suma importância para o amadurecimento do setor, toda e qualquer contribuição.

O Objetivo do estudo foi o levantamento do perfil e de anseios de profissionais da cultura, incluindo artistas e artesãos, de forma a se elaborar uma Cartilha de Propriedade Intelectual e uma Proposta de Projeto de Lei de incentivo ao empreendedorismo e proteção à intelectualidade do artista. A pesquisa foi realizada no município de Rio das Ostras – RJ, utilizando-se os dados de seu Sistema Municipal de Cultura e este artigo apresenta os resultados alcançados no que se refere ao Empreendedorismo e Políticas Públicas de Cultura.

Observa-se na literatura recente, pesquisas sobre o desenvolvimento da economia da cultura e sua manifestação na atualidade em estudos como de Leite e Silvestre (2017), Mega (2019) e Dias (2020). Michetti e Burgos (2016), Cerqueira (2018) e Santos, Silva e Neto (2020), demonstram preocupação com o Empreendedorismo Cultural, enquanto Serra e Fernandes (2014), Alves (2016) e Maciel (2016) apresentam contribuições para as Políticas Públicas de Cultura. Apenas Silva e Silva (2020) objetivam pesquisar de forma mais focada uma ligação entre Propriedade Intelectual e Cultura, sendo possível observar uma lacuna existente no contexto em questão.

POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA E EMPREENDEDORISMO CULTURAL

O Brasil vive dias em que os conceitos de família tradicional, moral e os bons costumes criados por um grupo político dominante não devem ser questionados ou contestados. A educação e a produção cultural devem seguir a ideologia de um governo farto em discursos de ódio, que tem se demonstrado homofóbico e preconceituoso, não aceitando e não permitindo a pluralidade de ideias e visões de mundo. A produção cultural precisa estar alinhada à ideologia do governo para conseguir patrocínio e o Presidente Jair Bolsonaro já afirmou que vai censurar filmes que não estejam alinhados aos valores da família tradicional cristã (MEGA, 2019).

Após atingir seu auge em qualidade e efetividade durante o governo Lula, na gestão do Ministro Gilberto Gil, as políticas públicas de cultura no Brasil declinaram fortemente logo após sua saída. Ainda no governo Dilma Rousseff algumas políticas foram descontinuadas, o que piorou com a perda de *status* de ministério durante o governo Michel Temer. Apesar de sua posterior recriação, o Presidente Jair Bolsonaro fez questão de novamente extinguir o Ministério da Cultura enfraquecendo mais uma vez as políticas públicas da pasta. A cultura tem sido tratada de forma secundária desde que Bolsonaro assumiu a presidência, passando por um cenário de desmonte e destruição onde a política cultural ganhou caráter simplório. Neste contexto, a cultura se apresenta como campo de luta para combater o avanço conservador, autoritário e a retomada de discursos retrógrados (DIAS, 2020).

O financiamento público tem grande importância para o desenvolvimento da economia cultural. Para Serra e Fernandez (2014) a economia cultural abarcaria as chamadas belas artes (pintura, escultura, desenho); as artes ao vivo (espetáculos de dança, teatro, música e congêneres); a indústria cultural (cinema, gravação de discos e edição de livros); os museus e bibliotecas. Leite e Silvestre (2017) defendem que a economia da cultura quando bem trabalhada e planejada, tem a capacidade de atrair investimentos, gerar renda e empregos. Esse círculo cultural depende então de duas ações: políticas públicas e empreendedorismo.

Para Limeira (2008, apud CERQUEIRA, 2018) o que diferencia um artista de um empreendedor cultural é que “o primeiro estaria focado apenas na criação e produção cultural, enquanto o segundo expande suas atividades ao longo da cadeia produtiva da indústria criativa, preocupando-se com a distribuição e venda”.

Empreender, independentemente do ramo, exige conhecimentos de gestão e qualificação contínua do empreendedor. Produtores, administradores e captadores de recursos são regularmente procurados por artistas sobre o pretexto de não possuir tempo para coisas menores, todavia, empreender exige conhecer e dominar seu negócio. Percebe-se que o empreendedorismo cultural ainda carece de aprofundamentos técnicos e acadêmicos, demonstrando total carência de profissionais capacitados que possam atender a suas demandas. Neste sentido, sensibilidade artística, capacidade de dialogar com o universo artístico-cultural, poder público, meio empresarial e sociedade civil, são qualidades primordiais ao empreendedor cultural (SANTOS; SILVA; LUCENA NETO, 2020).

Para Alves (2016) o empreendedorismo cultural é parte de um amplo processo de profissionalização cultural e de demanda pela modelagem de novos negócios, ou seja, além de conhecer profundamente a cultura, o empreendedor precisa ter a inovação na veia, e ser dotado de um conjunto de competências, valores, saberes e técnicas. Santos, Silva e Lucena Neto (2020) complementam dizendo que a atualização é essencial ao mercado profissional da cultura, considerando o ambiente globalizado e muito acirrado em que vivemos. Para eles a cultura, com elevado potencial, possui um universo extenso de criadores, poetas, músicos, artesão, artistas, etc., que precisam empreender de forma a colaborar com o crescimento da cultura e consequentemente da economia. Observam, por outro lado, a necessidade da academia participar deste desenvolvimento, vez que estudos na área se mostram ainda sem maturidade, e destacam:

O campo cultural ainda é incipiente de estudos e de políticas públicas no Brasil e a revisão de literatura nacional nessa área evidencia que é relativamente recente a pesquisa em empreendimentos criativos no país, resultando em lacunas em termos de estudos de organização e gestão desta indústria cultural, que necessitam ser preenchidas. Mas o improvisado e o amadorismo, que sempre imperaram no universo cultural brasileiro, tem se tornado cada vez menos presentes (SANTOS; SILVA; LUCENA NETO, 2020, p 136/137).

Dentre as ações públicas para o desenvolvimento da cultura encontra-se a Lei de Incentivo à Cultura, datada de 1991, conhecida como Lei Rouanet. Pela lei, por meio de renúncia fiscal a União transfere a iniciativa privada seus deveres constitucionais de investimento em cultura, e aprovado o projeto o proponente recebe autorização para captar recursos junto a empresas. Apesar de impulsionar alguns investimentos, a lei sofre críticas constantes pois a curadoria, seleção e decisão de quais regiões receberão o apoio passa a ser das empresas. Essas obviamente vão optar por financiar projetos com um olhar mercadológico, buscando ligar sua marca a eventos que lhe proporcionem retornos financeiros ou de marketing de forma a firmar posição no mercado. Em detrimento a isto, expressões culturais com público menor, ou de poder aquisitivo inferior, tendem a sofrer cada vez mais com a falta de recursos. Como complemento, vários cargos de gestores públicos de cultura são ocupados por profissionais que não possuem nenhuma familiaridade com o tema, carecendo também de mão de obra qualificada, o que impacta na profissionalização dos artistas, e automaticamente na qualidade dos

produtos ofertados. Faz-se necessário então, que gestores públicos, principalmente de pequenas e médias cidades, estejam preparados e dispostos a apoiar e promover a classe cultural de sua cidade ou região (LEITE; SILVESTRE, 2017).

Ao se abordar empreendedorismo e políticas públicas de cultura, passa-se também pelas condições de trabalho do meio artístico. Neste sentido, ao analisar o trabalho de músicos independentes, Cerqueira (2018) destaca as dificuldades de ser artista. Muitas vezes a remuneração do show é flexível de acordo com o local em que se vai tocar. Relatos mostram que os músicos iniciam a carreira tocando de graça para formar público e algumas vezes até pagando para tocar. Outra maneira de pagamento bem comum é o escambo, que acompanha a carreira por um tempo bem maior que apenas o início. Para muitos artistas o escambo é comum e praticado constantemente, fazendo parte do ciclo de flexibilidade e informalidade em que está incluído. Quando bilheterias e cachês começam a ocorrer, estes também têm valores negociáveis de acordo com vários fatores. O músico pode ficar com parte da bilheteria e a casa com os lucros do restaurante, ou o músico pode ter cachê cheio, que varia de acordo com o local, “se você não entender isso, não paga suas contas” diz um entrevistado. Outro faz críticas as formas de contratação, valores pagos e tratamento dispensados aos artistas independentes que recebem do Poder Público cachês irrisórios comparados aos de artistas de grande porte que tocam na cidade (CERQUEIRA, 2018).

MATERIAIS E MÉTODOS

De caráter Indutivo, a pesquisa tem Natureza Aplicada, Objetivo Descritivo e Exploratório e Abordagem Quali-quantitativa.

Os artigos científicos foram pesquisados no *Google Scholar* e Periódicos CAPES, por conveniência, desde que versassem sobre Empreendedorismo Cultural e Políticas Públicas de Cultura. Quanto aos dados, em sua maioria, a pesquisa trabalhou com informações públicas. O Banco de Dados de Leis e Decretos Municipais também foi consultado, de forma a subsidiar os resultados. Por fim, submeteu-se questionário para os profissionais de cultura de forma a levantar suas necessidades e expectativas.

PANORAMA CULTURAL

Há cerca de 170 Km de distância da capital do Rio de Janeiro, Rio das Ostras está localizada na Região das Baixadas Litorâneas. Com uma população de 159 mil habitantes em um território de 229 Km², e IDH-M 0,773 (2010) o terceiro maior do Estado. Sua primeira denominação, por volta do ano de 1630, foi “Leripe”, que em Tupi-guarani significa “Lugar de Ostra” (RIO DAS OSTRAS, s.d.). A cidade possui forte potencial artístico-cultural. Seu patrimônio cultural conta com o Poço de Pedras, construído por escravos em meados do século XVIII, que serviu como marco para a construção da cidade que se desenvolveu a seu redor, o Museu de Sítio Arqueológico Sambaqui da Tarioba, um dos únicos do Brasil localizado *in situ*, e mostra vestígios da pré-história da região e a Casa de Cultura Bento Costa Júnior, considerada uma das mais antigas construções da cidade, além de equipamentos como a Concha Acústica, a Biblioteca Municipal, o Centro de Formação Artística de Música, Dança e Teatro, e a Fundação de Artes e Ofícios.

Rio das Ostras é tema de diversos estudos acadêmicos relacionados à área cultural, principalmente no que se refere ao Sambaqui e a música. Referenciada como “o celeiro da boa música” pelo Jornal O DIA em abril de 2021, a cidade tem forte ligação com o segmento musical por diversos motivos, a iniciar pela moradia de Dorival Caymmi que até hoje influencia a cultural local. O Rio das Ostras Jazz & Blues Festival, internacionalmente conhecido, nasceu em 2003 originado de um tímido projeto em que mensalmente artistas instrumentais se apresentavam na areia da praia de Costazul. Além de já ter recebido nomes como Al Jarreau, Stanley Jordan, Celso Blues Boy, Vox Sambou e Pepeu Gomes, o evento conta com a Casa do Jazz, um espaço reservado para que músicos da região apresentem seus trabalhos autorais. O Jazz & Blues já realizou mais de 550 *shows*, ultrapassando a marca de 1 milhão de espectadores (PIROZI, 2021).

Outro evento importante para a música local é o *Ostracycle* – Encontro internacional de Motociclistas que ocorre anualmente no mês de março. Neste caso o *Rock* é o ritmo dominante, fazendo com que várias bandas de garagem se movimentem semanalmente para apresentações nos motoclubes. De acordo com a Prefeitura, em um fim de semana de *Ostracycle* são mais de 70 horas de Rock, sendo este o segundo maior evento da cidade. Outros eventos anuais que destacam a música são o Festival de Frutos do Mar, o Sesc Verão, Festival Cover, Projeto

Soul da Casa, Festival de Marchinhas, Festival de Música Autoral, dentre outros de menor porte. Todo este trabalho fez com que em 2019 a UNESCO selecionasse Rio das Ostras para concorrer ao título de Cidade Criativa da Música (PIROZI, 2021).

Apesar do destaque musical, diversas são as modalidades artísticas e culturais vivas na cidade que possui uma feira de artesãos, Festivais Gastronômicos, Políticas de incentivo às artes urbanas e grafite, Festivais de Dança dos quais já participaram artistas como Regina Sauer, Ana Botafogo e Débora Colker, Movimento LGBT, Grupos de Hip Hop, Associações de Cultura negra como capoeira, blocos carnavalescos, etc. Na seara teatral e audiovisual, nomes como Joel Barcelos, Luiz Felipe Mello, Pablo Mothé e Eliz David se destacam, tendo em seus currículos papéis na Rede Globo, TV Record, Fox, GNT e Canal Brasil.

Com relação à Organização Político-cultural, a Fundação Rio das Ostras de Cultura, é o Órgão responsável pela elaboração e execução de políticas públicas, contando com um orçamento médio anual de aproximadamente R\$ 4,1 milhões. A cidade possui ainda um Sistema Municipal de Cultura implantado nos termos da Lei Municipal nº 1949/2016, alinhado ao que determina o Sistema Nacional de Cultura.

PESQUISA DE CAMPO

Realizou-se pesquisa *survey* por meio de questionário *Google* na intenção de conhecer alguns aspectos do profissional de cultura do município de Rio das Ostras, buscando informações sobre seu perfil, domínio de técnicas de empreendedorismo cultural, anseios e avaliação das políticas culturais existentes. Por solicitação do pesquisador e mediante autorização de sua Presidente, a Fundação Rio das Ostras de Cultura encaminhou por *e-mail* o *link* do questionário a todos os profissionais de cultura cadastrados no Sistema Municipal de Cultura. De um total de 603 profissionais cadastrados, 118 participaram da pesquisa que ficou disponível para receber respostas no período compreendido entre 29 de outubro de 2021 e 13 de novembro de 2021, equivalendo a uma participação de aproximadamente 20% dos profissionais cadastrados. O Quadro 1 a seguir, mostra o segmento profissional dos respondentes da pesquisa.

Quadro 1 – Segmento Profissional dos Respondentes

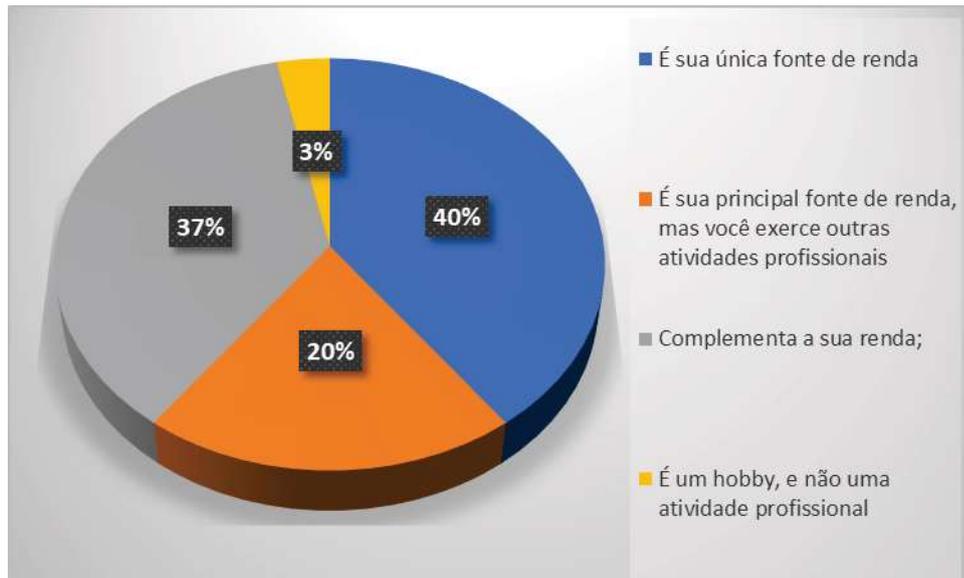
Artesanato	26,3%
Música	17,8%
Produtor Cultural	9,3%
Teatro	8,5%
Artes Plásticas	5,1%
Literatura	5,1%
Arte Digital	4,2%
Dança	3,4%
Audiovisual	3,4%
Gastronomia	3,4%
Circo	2,5%
Tatuagem	2,5%
Capoeira	1,7%
Fotografia	1,7%
Moda	1,7%
Atividades Correlatas (maquiagem, cabeleireiro, técnicos de som e iluminação, etc)	1,7%
Grafite	0,8%
Pesquisa	0,8%

Fonte: os autores

O artesanato foi o setor com maior número de participantes. Este segmento não possuía cadeira no Conselho Municipal de Cultura, tendo havido grande mobilização de seus membros para que na Conferência Municipal de Cultura realizada em 2021 pudessem fazer parte do Conselho, que é dividido entre os segmentos com maior número de membros. Música, setor de grande relevância para o município, ocupou a segunda posição. Grafite e Pesquisa foram os segmentos menos representados. O pequeno número de Pesquisadores comprova a carência de Profissionais de pesquisa na área conforme observado por Santos, Silva e Lucena Neto (2020).

Com relação à participação dos rendimentos da atividade artístico-cultural destes profissionais em sua renda mensal, o trabalho cultural demonstrou possuir grande influência financeira como demonstra o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Importância dos Rendimentos no Orçamento Mensal

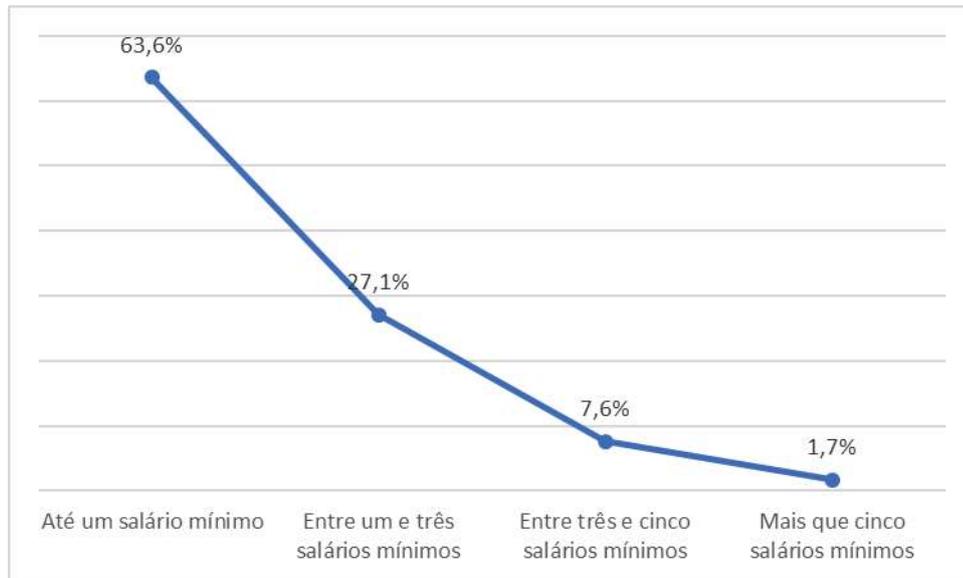


Fonte: os autores

O Gráfico 1 mostra que 40% dos profissionais têm como sua única fonte de renda os rendimentos advindos de sua atividade cultural. Esta renda se demonstra ainda mais importante quando se observa que além destes, 20% afirmam que a cultura compõe sua principal fonte de renda e outros 37% destacam que complementa sua renda. Desta forma é possível observar que os rendimentos culturais possuem relevância para um total de 97% dos pesquisados, pois se apresentam como única, principal ou complemento da renda mensal. Os outros 3% não tratam a arte como atividade profissional, e sim como *hobby*.

O Gráfico 2 apresenta o quantitativo financeiro gerado pela atividade, apresentando a vulnerabilidade do profissional cultural.

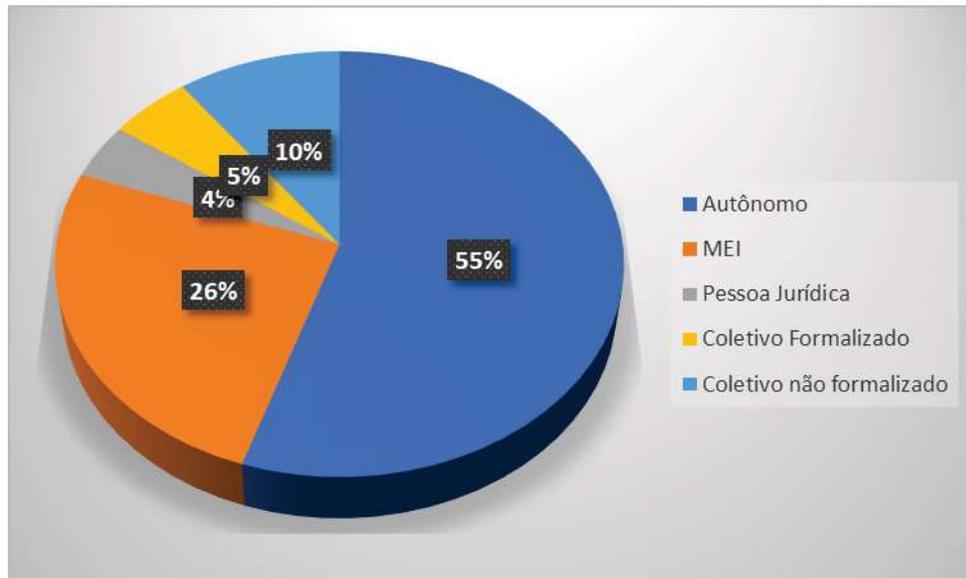
Gráfico 2 – Margem de Rendimentos



Fonte: os autores

A pesquisa mostrou que 63,6% dos respondentes obtêm renda mensal de menos de um salário mínimo, e à medida que a margem de renda cresce os números do grupo participante são drasticamente reduzidos. Quando se trata de profissionais com renda acima de cinco salários mínimos, apenas 1,7% afirmam alcançar este patamar. Em números absolutos, isso corresponde a 2 (dois) respondentes. Do total, 26 respondentes, ou seja, 22% dos participantes, obtêm com a atividade cultural menos que um salário mínimo, sendo esta sua única fonte de renda. Os resultados fazem lembrar o que foi apresentado por Cerqueira (2018) que constatou que artistas independentes tendem a receber remunerações inferiores aos de alto renome, apresentando grande disparidade entre suas arrecadações. E ressalte-se que o nível instrucional do profissional de cultura riostrense não é baixo. A pesquisa mostrou que 47,5% dos profissionais possuem nível superior de ensino, distribuídos nas mais diversas atividades culturais. Outros 44,9%, parcela considerável, possuem nível médio. Apenas 2,5% dos respondentes possuem nível fundamental incompleto, sendo todos artesãos. Apesar de quase metade dos profissionais possuírem nível superior, apenas 12% dos pesquisados dizem possuir graduação em sua área de atuação. Isso mostra que boa parte dos profissionais de cultura exercem suas atividades por opção, visto que ainda que formados em outras áreas preferem a arte e cultura a seus ofícios de formação. Quanto a forma de atuação, o Gráfico 3 mostra que poucos buscam a formalidade.

Gráfico 3 – Formato Jurídico de Atuação



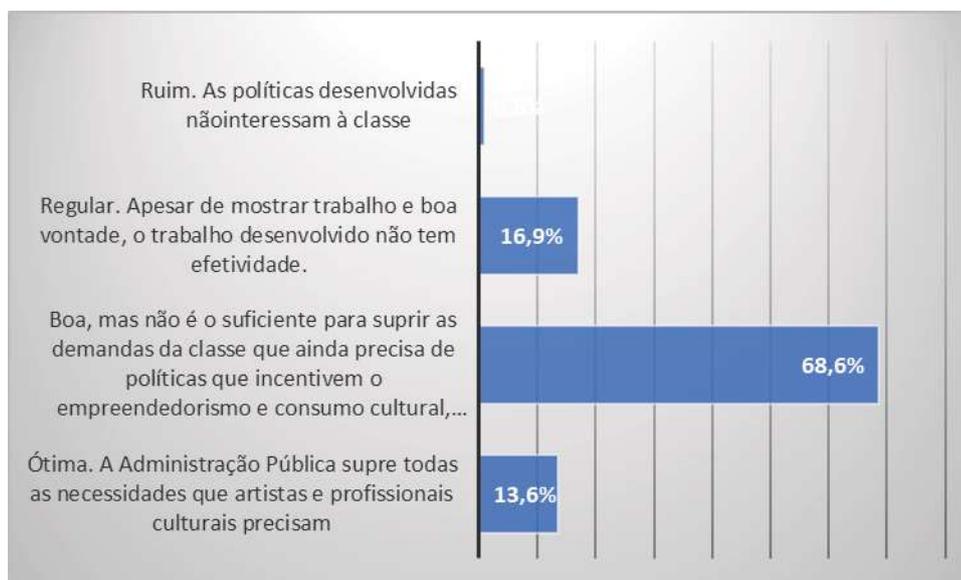
Fonte: os autores

A ausência de formalização é comum dentre os profissionais do setor. O Gráfico 3 mostra que mais da metade dos profissionais atuam como autônomos, podendo se interpretar o termo autônomo como informal, vez que nenhum atua em profissão regulamentada. Outros 26% se apresentam como Microempreendedores Individuais – MEIs, formato de fácil formalização e encerramento. Apenas 4% dos respondentes atuam como Pessoa Jurídica, o que em números absolutos corresponde a cinco pesquisados. Todos possuem nível superior, têm renda superior a três salários mínimos, e atuam nas áreas de Produção Cultural, Teatro, Audiovisual e Design Gráfico. Apesar de um número pequeno, é possível observar que profissionais devidamente formalizados possuem chances de obter rendimentos acima dos demais.

Os respondentes também demonstraram interesse em adquirir conhecimentos sobre a Gestão de Projetos Culturais. Por gestão, pode-se entender a elaboração, submissão, captação de recursos, execução e prestação de contas. Neste sentido, 41,5% responderam que têm grande interesse em obter recursos financeiros proporcionados por políticas públicas de incentivo mas não sabem como fazer. Outros 28% afirmam saber elaborar um projeto mas não dominar técnicas de custeio, captação de recursos e prestação de contas.

Em outra questão, considerando que a pesquisa propõe a implantação de uma política pública, os pesquisados foram convidados a avaliar as Políticas Culturais Municipais e os resultados são apresentados no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Avaliação das Políticas Públicas de Cultura do Município



Fonte: os autores

O Gráfico 4 mostra grande índice de aprovação das políticas culturais executadas pela Administração Pública Municipal. Para 13,6% o trabalho desenvolvido é ótimo. Isso mostra que considerável parcela se encontra plenamente satisfeita com as políticas municipais, não esperando nenhuma outra ação da Administração. A maior parcela, 68,6%, acredita que as Políticas Culturais do município são boas, mas não suficientes para suprir as demandas da classe. Achem necessária a implantação de políticas que incentivem o empreendimento e consumo cultural. Esse é um dado de grande relevância para a pesquisa, que busca suprir justamente esta necessidade dos profissionais pesquisados, que reconhecem a eficiência das políticas ofertadas, mas anseiam o desenvolvimento econômico por meio da arte. Para outros 16,9% as Políticas Culturais ofertadas são regulares. Apenas um respondente, representando 0,8%, considera as Políticas Públicas de Cultura do Município ruins. Apesar de não se caracterizar como dado relevante ao presente estudo, é impossível não notar que de 118 pesquisados apenas um desaprova o que o município vem realizando em termos de política cultural, o que

demonstra compromisso com a cultura local, caracterizando-se como um bom momento para se apresentar propostas de políticas voltadas à Cultura.

Questionou-se sobre que ações os pesquisados acreditam que possam fomentar a cultura da cidade. Os resultados são apresentados em números absolutos no Quadro 2.

Quadro 2 – Ações Capazes de Fomentar a Cultura Municipal

REPOSTAS	QUANTIDADE DE RESPOSTAS
A criação de um espaço voltado para o empreendedorismo cultural, que ofereça suporte ao artista com assessoria contábil, jurídica e de produção cultural, de forma a auxiliar o empreendedor a se formalizar e impulsionar seu negócio.	96
A criação de Lei Municipal de Incentivo, que permita utilizar parte de impostos em favor da cultura (Lei de ISS).	75
A Criação de cursos de capacitação que abordem leis de incentivo à cultura, elaboração de projetos, prestação de contas, e outros tema como gestão, marketing e empreendedorismo.	74
A elaboração de uma política que conscientize e ajude o artista/artesão a proteger suas criações, como Direitos Autorais e Marcas, por exemplo, a fim de que suas obras não sejam utilizadas sem autorização ou pirateadas.	62
A capacitação constante dos servidores públicos que atuam no segmento cultural.	53
Fixar o orçamento da cultura em no mínimo 2% do orçamento global do município.	44

Fonte: os autores

Os respondentes puderam marcar mais de uma opção, de forma a demonstrar tudo aquilo que acreditam poder fomentar a cultura no município e os dados foram organizados de forma a apresentar as respostas em ordem decrescente, exaltando as ações mais demandadas. A criação de um espaço voltado ao Empreendimento Cultural seria a melhor ação na concepção de 96 profissionais, que representam mais de 80% dos pesquisados. Este espaço teria por finalidade assessorar os profissionais com atendimento Contábil, Jurídico e de Produtores Culturais, de forma a formalizar, acompanhar e desenvolver os empreendimentos locais, auxiliando ainda na criação e gestão de seus projetos culturais. A criação de uma lei de incentivo e de projetos de qualificação também são bem avaliadas. Ressalte-se que como demonstrado, os profissionais, em sua

maioria, não possuem conhecimento na área, demonstrando-se interessados em obter. Parcela considerável aponta que a qualificação constante dos servidores poderia impulsionar o empreendedorismo cultural na cidade. Parcela menor considera importante fixar o orçamento da cultura municipal em 2% do orçamento total do município. Isso porque talvez, nem todos saibam o quantitativo orçamentário é destinado à cultura na atualidade. Neste sentido vale ressaltar de que acordo com a Lei nº 2419/2020 – Lei Orçamentária Anual para o exercício de 2021, o Orçamento da Fundação Rio das Ostras de Cultura foi de R\$ 4,1 milhões. Se este orçamento fosse de 2% do total orçado para o município seu valor seria de R\$ 12,3 milhões. O orçamento da Cultura é o terceiro menor do município, ficando à frente apenas das Secretarias de Controle Interno e Secretaria de Gestão Pública.

Os resultados obtidos mostram que o município de Rio das Ostras tem como tradição a atividade artística, valorizando seus artistas, história e equipamentos culturais. Todavia, a literatura mostra que suas fragilidades são vividas também em outras localidades, vez que as respostas ao questionário apresentam resultados similares aos citados no referencial teórico. É preciso ofertar dignidade ao profissional de cultura por meio de políticas que permitam que ele possa viver de forma digna, sem se submeter a auferir receita inferior a um salário mínimo mensal. A cidade possui potencial artístico e cultural, a sociedade civil organizada possui voz no Sistema Municipal de Cultura por meio do Conselho Municipal e o ente responsável vem se demonstrando eficiente, dada sua aprovação popular. Este cenário pode ser favorável a tentativas de mobilizações que oportunizem a criação de leis que favoreçam o setor a empreender, incentivando profissionais a se formalizar, prestando assessorias, qualificando, fixando um orçamento mínimo destinado à cultura, renunciando receitas em seu favor, etc. A cultura vem se construindo como campo de trabalho fazendo jus à formalização e respeito profissional aos que nela atuam, independente de seu nível de fama. Constata-se no presente estudo que apesar de esforços da Administração Pública, faz-se necessário pensar em mais, devendo a cultura ser observada como política estratégica não apenas econômica mas também como social.

Por outro lado, observa-se que os pesquisados possuem interesse em se capacitar e se qualificar sobre os temas em questão. Na era da informação, este profissional sabe o quanto o conhecimento é capaz de auxiliá-lo a crescer.

CONCLUSÃO

O presente artigo, parte de pesquisa que objetiva colaborar para o empreendedorismo cultural e proteção da intelectualidade de artistas populares e independentes, buscou analisar o perfil e anseios de profissionais de diversos campos culturais cadastrados no Sistema Municipal de Cultura de Rio das Ostras – RJ, a fim de levantar dados suficientes à elaboração de política pública capaz de atender à suas necessidades. Observado que grande parte destes profissionais atuam na informalidade e têm renda mensal de até um salário mínimo, e que possuem interesse em conhecer formas de mudar esta realidade, os dados foram utilizados para elaboração de uma proposta de projeto de lei que fixa o orçamento da cultura municipal em 2% do total do município, limitado a 50% seus gastos com pessoal, cria incentivo cultural por meio de renúncia de ISS, cria a Casa do Empreendedor Cultural, para assessoria Contábil, Jurídica e de Produção Cultural, objetivando incentivar a formalização, acompanhar e assessorar na gestão de projetos a serem submetidos com objetivo de captação de recursos. A lei versa ainda sobre qualificação de servidores do setor cultural e a obrigatoriedade do município submeter anualmente um mínimo de 3 (três) Projetos Culturais a órgãos Estaduais ou Federais, com a finalidade de captar recursos capazes de fomentar as ações de cultura. Propõe-se para pesquisas futuras um estudo bibliométrico sobre empreendedorismo e políticas culturais, bem como a adaptação do presente estudo a diferentes municípios, de forma a se propagar a política de empreendedorismo cultural.

REFERÊNCIAS

ALVES, Elder P. Maia. **As políticas de estímulo ao empreendedorismo cultural no Brasil: o Sebrae como um agente estatal de mercado.** Pol. Cult. Rev., Salvador, v. 9, n. 2, p. 626-650, jun./dez. 2016.

CERQUEIRA, Amanda Coutinho. **Viver de Música: Empreendedorismo Cultural e Precarização do Trabalho.** Cadernos de Estudos Sociais, Recife, v.33, n. 1, p. 81-100, jan./jul., 2018.

DIAS, Janaina Santos. **Para se Pensar a Cultura no Brasil Atual.** Revista Novos Olhares Sociais, v. 3, nº 2. Cachoeira, 2020.

LEITE, Aline Tereza Borghi; SILVESTRE, Juliano de Castro. **Desenvolvimento, Profissionalismo e Economia da Cultura: Desafios para a Profissionalização**

dos Gestores Culturais no Estado de Goiás. Baru – Revista Brasileira de Assuntos Regionais e Urbanos. Goiânia, v.3, n.1, p. 58-70, jan./jul, 2017.

MACIEL, Danielle E.F.. **O Programa Fábricas de Cultura: Política Pública e Empreendedorismo.** Políticas Culturais em Revista, Salvador, v. 9, n. 2, p. 560-581, jun./dez. 2016

MEGA, Vinícius Mizumoto. **O Cerceamento à Livre Manifestação Artística e a Redução dos Setores Públicos destinados à Promoção da Cultura e da Educação.** Revista Lumen, v. 4, nº 8, jul./dez. – 2019.

MICHETTI, Miqueli. BURGOS, Fernando. **Fazedores de cultura ou empreendedores culturais? Precariedade e desigualdade nas ações públicas de estímulo à cultura.** Políticas Culturais em Revista, Salvador, v. 9, n. 2, p. 582-604, jun./dez. 2016.

PIROZI, Bruno. **Rio das Ostras, o celeiro da boa música.** O DIA. Rio de Janeiro, 13 abr. 2021. Recurso online, disponível em < <https://odia.ig.com.br/rio-das-ostras/2021/04/6124736-rio-das-ostras-o-celeiro-da-boa-musica.html>>. Acesso em 16 nov. 2021.

SANTOS, Eyder Siqueira dos; SILVA, Iracema Rocha da; NETO, Antonio Pereira de Lucena. **Empreendedorismo Cultural: desafios e oportunidades para gestores culturais em Imperatriz, Maranhão, Brasil.** RECEI – Revista Eletrônica Científica Ensino Interdisciplinar. Mossoró, v.6, n.19, out. 2020, Edição Especial.

SERRA, Neusa. FERNANDEZ, Rafael Saad. **Economia Criativa: Da Discussão do Conceito à Formulação de Políticas Públicas.** Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out./dez. 2014.

SILVA, Talita Reis da. SILVA, Elizabeth Ferreira da. **Propriedade Intelectual no Contexto Cultural.** Anais do VI Encontro Nacional de Propriedade Intelectual. Natal/RN, 2020, Evento *on line*. V. 6/n. 1/ p. 1846-1855.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou contribuir para que profissionais artístico-culturais populares e independentes obtivessem conhecimento sobre PI, bem como propor a formulação de uma política pública consistente de empreendedorismo e Proteção à Intelectualidade de Artistas Independentes e Profissionais da Cultura, fortalecendo assim o empreendedorismo cultural e a cultura da Propriedade Intelectual.

Este objetivo foi alcançado mediante pesquisa bibliográfica e de campo, realizada por meio de questionário *Google*, a fim de se conhecer o domínio sobre Propriedade Intelectual e conceitos de Empreendedorismo de Artistas, Artesãos e Profissionais de Cultura, bem como seus anseios e grau de satisfação com as Políticas Públicas de Cultura que vem sendo ofertadas pela Administração Municipal. Realizou-se ainda entrevista com três Conselheiros Municipais de Cultura atuantes em segmentos distintos, de forma a ampliar os resultados da pesquisa.

Os resultados mostraram que tais profissionais têm pouco conhecimento de PI e de Empreendedorismo, possuindo, todavia, grande vontade de aprender para possibilitar o desenvolvimento de seu negócio. Mostraram também que estes se encontram satisfeitos com as Políticas Públicas de Cultura que vêm sendo realizadas, apresentando-se então o momento, como oportuno para a proposição de novas políticas públicas.

Com base nestes resultados, e a fim de se suprir uma necessidade existente ali constatada, foram elaborados um Projeto de Lei, uma Cartilha de PI para profissionais do ramo e um artigo científico, conforme normas do PROFNIT.

Sugere-se, para novas pesquisas a aplicação de estudos congêneres ao presente em diferentes municípios, de forma a se disseminar a cultura da Propriedade Intelectual e Empreendedorismo para Artistas Independentes de diversas localidades.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Elder P. Maia. **As políticas de estímulo ao empreendedorismo cultural no Brasil: o Sebrae como um agente estatal de mercado.** Pol. Cult. Rev., Salvador, v. 9, n. 2, p. 626-650, jun./dez. 2016
- ASSIS, Maria Cristina de. **Metodologia do Trabalho Científico.** In: Evangelina Maria B. de Faria; Ana Cristina S. Aldrigue. (Org.). Linguagens: usos e reflexões. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2008.
- AURELIANO-SILVA, Leonardo. **O efeito da marca de eventos musicais com diferentes níveis de congruência do artista-celebridade.** Consumer Behavior Review. Recife, 2017, V. 1, n. 1.
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma Introdução a Propriedade Intelectual.** 2 ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.
- BIANCHINI, Ilka Maria Escaliente. RUSSO, Suzana Leitão. **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Regional: Artesanato com Indicação Geográfica no Brasil.** *REVISTA INGI (2019) Vol.3, n.2, p.333-347. Abr/Mai/Jun.*
- CERANTOLA, Ane Aparecida. FERRAZ, Maria Cristina Comunian. **A Notícia como Fonte de Informação em Propriedade Intelectual: Um Olhar Sobre o Tema Marcas.** Enc. Bibli: R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf., ISSN 1518-2924, Florianópolis, v. 14, n. 28, p. 135-149, 2009.
- CERQUEIRA, Amanda Coutinho. **Viver de Música: Empreendedorismo Cultural e Precarização do Trabalho.** Cadernos de Estudos Sociais, Recife, v.33, n. 1, p. 81-100, jan./jul., 2018.
- CONCEIÇÃO, Valdir Silva da, et al. **A Indicação Geográfica da Cachaça: Um instrumento de desenvolvimento regional e de Inovação.** Brazil Journal of Development. Curitiba, v. 6, n. 6, p. 35137-35155, jun. 2020.
- DEMIER, Douglas Martins. OLIVEIRA, Daniel Coelho de. MAKISHI, Fausto. **Doces matas do Norte de Minas Gerais: atores, instituições e construção da indicação geográfica do mel de aroeira.** Revista Espinhaço. Diamantina, 2020, 9 (1), 61-70.
- DIAS, Janaina Santos. **Para se Pensar a Cultura no Brasil Atual.** Revista Novos Olhares Sociais, v. 3, nº 2. Cachoeira, 2020.
- FERNANDES JÚNIOR, Francisco Robério. **Direitos autorais nas obras musicais sob a ótica da lei nº 9610 de 1998.** Revista Acadêmica [recurso eletrônico/físico] / Escola Superior do Ministério Público do Ceará – Ano 11, nº 2 (Jul./Dez. 2019) - Fortaleza: PGJ/ ESMP/CE, 2019.
- FISCHER, Ernest. **A Necessidade da Arte.** Tradução: Leandro Konder. 9 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983. Título Original: *Von der Notwendigkeit der Kunst.*
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6 ed. São Paulo: Atlas. 2008.

JUNGMANN, Diana de Mello. **Inovacao e propriedade intelectual: guia para o docente** / Diana de Mello Jungmann, Esther Aquemi Bonetti. – Brasília: SENAI, 2010. 93 p.: il.

JUNGMANN, Diana de Mello. **A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário**. Diana de Mello Jungmann, Esther Aquemi Bonetti. – Brasília: IEL, 2010, 125 p.: il.

LEITE, Aline Tereza Borghi; SILVESTRE, Juliano de Castro. **Desenvolvimento, Profissionalismo e Economia da Cultura: Desafios para a Profissionalização dos Gestores Culturais no Estado de Goiás**. Barú – Revista Brasileira de Assustos Regionais e Urbanos. Goiânia, v.3, n.1, p. 58-70, jan./jul, 2017.

LESSA, Leonora Souza Tinoco. **CHUVISCO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES: Aspectos de admissibilidade de Indicação Geográfica**. *REVISTA INGI (2018) Vol.2, n.3, p.127-138. Jul/Ago/Set.*

MACIEL, Danielle E.F.. **O Programa Fábricas de Cultura: Política Pública e Empreendedorismo**. Políticas Culturais em Revista, Salvador, v. 9, n. 2, p. 560-581, jun./dez. 2016

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**, 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATA-MACHADO, Bernardo Novais da. **Criatividade e Direito Autoral**. Salvador, 2010. Políticas culturais em Revista. 2 (3), p. 5-12.

MEGA, Vinícius Mizumoto. **O Cerceamento à Livre Manifestação Artística e a Redução dos Setores Públicos destinados à Promoção da Cultura e da Educação**. Revista Lumen, v. 4, nº 8, jul./dez. – 2019.

MICHETTI, Miqueli. BURGOS, Fernando. **Fazedores de cultura ou empreendedores culturais? Precariedade e desigualdade nas ações públicas de estímulo à cultura**. Políticas Culturais em Revista, Salvador, v. 9, n. 2, p. 582-604, jun./dez. 2016.

NASCIMENTO, Rosa Leila Lima do Nascimento. GOMES, Iracema Machado de Aragão. MATTOS, Raoni de. **Análise custo-benefício do registro de marcas pelas pequenas e médias empresas**. Cadernos de Prospecção, Salvador, v. 9, n. 1, p. 9-17, jan./mar. 2016.

PINTO, Rafael Pereira et al. **Registro de Marcas Como Passo Inicial Para Maior Competitividade Econômica das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte**. Cadernos de Prospecção, Salvador, v. 11, **Edição Especial**, p.375-386, abr./jun. 2018.

PIROZI, Bruno. **Rio das Ostras, o celeiro da boa música**. O DIA. Rio de Janeiro, 13 abr. 2021. Recurso online, disponível em < <https://odia.ig.com.br/rio-das-ostras/2021/04/6124736-rio-das-ostras-o-celeiro-da-boia-musica.html>>. Acesso em 16 nov. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Científico**. 2 ed. Novo Hamburgo: Universidade FEEVALE, 2013.

ROCHA, Leticia Monteiro. **A Marca no Universo da Música Sertaneja**. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. Campo Grande, 2015.

SANTOS, Eyder Siqueira dos; SILVA, Iracema Rocha da; NETO, Antonio Pereira de Lucena. **Empreendedorismo Cultural: desafios e oportunidades para gestores culturais em Imperatriz, Maranhão, Brasil**. RECEI – Revista Eletrônica Científica Ensino Interdisciplinar. Mossoró, v.6, n.19, out. 2020, Edição Especial.

SANTOS, Ulisses Pereira dos. **Registros de Marcas na Economia Criativa: Evolução Temporal e Setorial**. Belo Horizonte: UFMG/CEDEPLAR, 2018. 20 p. : il. - (Texto para discussão, 591).

SCHOSSLER, Luiz Antônio Sawitzki. **O Reconhecimento do Direito Autoral na Era Digital**. Santo Ângelo – RS, 2017. Anais, III ENPI – Encontro Nacional de Propriedade Intelectual. V.3, N.1, p. 269-278.

SERRA, Neusa. FERNANDEZ, Rafael Saad. **Economia Criativa: Da Discussão do Conceito à Formulação de Políticas Públicas**. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out./dez. 2014.

SILVA, Talita Reis da. SILVA, Elizabeth Ferreira da. **Propriedade Intelectual no Contexto Cultural**. Anais do VI Encontro Nacional de Propriedade Intelectual. Natal/RN, 2020, Evento *on line*. V. 6/n. 1/ p. 1846-1855.

APÊNDICE A QUESTIONÁRIO SURVEY

1. Em sua opinião, seu trabalho artístico-cultural envolve inspiração e criatividade?

- a) Sim
- b) Não
- c) Não sei responder

2. Você considera importante conhecer formas de proteger essa sua criatividade contra cópias e usos não autorizados?

- a) Sim
- b) Não
- c) Talvez
- d) Não se Aplica

3. Com relação a seu conhecimento sobre Propriedade Intelectual:

- a) Tenho pleno conhecimento de todas as especificidades da Propriedade Intelectual, suas normas e tratados internacionais, assim como fazer uso dela quando necessário.
- b) Tenho noções básicas de Propriedade Intelectual, mas acho importante aumentar os conhecimentos na área.
- c) Não possuo nenhum conhecimento sobre Propriedade Intelectual, mas sei que é um tema importante e gostaria de saber mais.
- d) Não acho o tema importante para o campo cultural.

4. Quais destes você saberia explicar o que é (pode marcar mais de uma)?

- () Direitos do Autor
- () Direitos Conexos
- () Marca
- () Patente
- () Desenho Industrial
- () Segredo Industrial
- () Indicação Geográfica
- () Topografia de Circuito Integrado
- () Cultivares
- () Nenhum

5. Com relação à construção de uma marca para seu trabalho:

- a) Não possuo uma marca, mas acho importante e gostaria de ter e registrar uma.
- b) Ao longo do tempo construí uma marca, mas não acho importante registrar.
- c) Gostaria de registrar minha marca, mas não tenho conhecimento sobre como fazer.
- d) Não acho importante ter uma marca para minha atividade.

6. Por favor, assinale abaixo sua principal atividade cultural.

- () Música
- () Dança
- () Teatro
- () Artesanato
- () Arte Digital ou design gráfico

- Artes Plásticas
- Audiovisual
- Capoeira
- Circo
- Gastronomia ou Culinária artesanal
- Fotografia
- Grafite
- Hip Hop
- LGBTQIA+
- Literatura
- Moda
- Produtor Cultural
- Pesquisa
- Tatuagem
- Atividades correlatas, como maquiagem, cabeleireiro, técnicos de som e iluminação, etc.

7. A sua atividade cultural:

- a) É sua única fonte de renda
- b) É sua principal fonte de renda, mas você exerce outras atividades profissionais;
- c) Complementa a sua renda;
- d) É um hobby, e não uma atividade profissional

8. A renda que sua arte lhe proporciona é:

- a) Até um salário mínimo
- b) Entre um e três salários mínimos
- c) Entre três e cinco salários mínimos
- d) Mais que cinco salários mínimos

9. Seu grau de instrução é:

- a) Ensino Fundamental Incompleto
- b) Ensino Fundamental Completo
- c) Ensino Médio Completo
- d) Ensino Superior

10. Com relação a execução de suas atividades:

- a) São baseadas em meu dom, aprendi sozinho sem necessidade de cursos ou especializações.
- b) Fiz cursos livres e de qualificação para desenvolver e aperfeiçoar minha arte/atividade.
- c) Fiz curso técnico na área.
- d) Possuo graduação em minha área de atuação artística/cultural.

11. Para realizar sua atividade cultural você é:

- a) Autônomo (Pessoa Física)
- b) MEI
- c) Pessoa Jurídica (Empresas)
- d) Grupo ou Coletivo Formalizado
- e) Grupo ou coletivo sem formalização.

12. Em sua opinião:

- a) Me sinto plenamente capacitado para participar de editais políticas de incentivo cultural a nível municipal, estadual e federal, apto a elaborar projetos, realizando sua submissão, gestão, captação de recursos, execução e prestação de contas.
- b) Sei elaborar projetos, mas tenho dificuldades em partes como gestão, detalhamento de custos, captação de recursos e prestação de contas.
- c) Tenho grande interesse em obter recursos financeiros proporcionados pelas políticas de incentivo, mas não sei como fazer. Gostaria de aprender.
- d) Não tenho interesse em obter recursos públicos ou privados proporcionados por políticas de incentivo à cultura.

13. Que profissional você sente falta para lhe assessorar a ser um empreendedor cultural, auxiliando a elaborar projetos culturais, cálculo de custos, captação de recursos e prestação de contas?

- a) Produtor Cultural
- b) Administrador
- c) Contador
- d) Advogado

14. Como você avalia as Políticas Públicas de Cultura do Município?

- a) Ótima. A Administração Pública supre todas as necessidades que artistas e profissionais culturais precisam.
- b) Boa, mas não é o suficiente para suprir as demandas da classe que ainda precisa de políticas que incentivem o empreendedorismo e consumo cultural, bem como de proteção à intelectualidade do artista/artesão.
- c) Regular. Apesar de mostrar trabalho e boa vontade, o trabalho desenvolvido não tem efetividade.
- d) Ruim. As políticas desenvolvidas não interessam à classe.

15. O que falta para que as Políticas Públicas Municipais de Cultura melhorem?

- a) Recursos Financeiros
- b) Profissionais Capacitados
- c) Participação da Sociedade
- d) Comprometimento do Poder Público

16. Que ações você acha que poderiam fomentar a cultura da cidade? (pode marcar mais de uma)

- () A criação de um espaço voltado para o empreendedorismo cultural, que ofereça suporte ao artista com assessoria contábil, jurídica e de produção cultural, de forma a auxiliar o empreendedor a se formalizar e impulsionar seu negócio.
- () A Criação de cursos de capacitação que abordem leis de incentivo a cultura, elaboração de projetos, prestação de contas, e outros temas como gestão, marketing e empreendedorismo.
- () A elaboração de uma política que conscientize e ajude o artista/artesão a proteger suas criações, como Direitos Autorais e Marcas, por exemplo, a fim de que suas obras não sejam utilizadas sem autorização ou pirateadas.
- () A capacitação constante dos servidores públicos que atuam no segmento cultural.

- () A criação de Lei Municipal de Incentivo, que permita utilizar parte de impostos em favor da cultura (Lei de ISS).
- () Fixar o orçamento da cultura em no mínimo 2% do orçamento global do município.

17. Você gostaria de adicionar algum comentário sobre proteção intelectual, empreendedorismo ou políticas públicas de cultura? Pode ser opinião, crítica ou sugestão de melhoria sobre o cenário local, regional ou nacional. Sua opinião é muito importante para a pesquisa.

APÊNDICE B - RECIBO PROJETO DE LEI



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS
FUNDAÇÃO RIO DAS OSTRAS DE CULTURA



DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins, junto ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de tecnologia para Inovação – PROFNIT, que recebi de Ubiratan Nunes da Silva, Proposta de Projeto de Lei de Incentivo ao empreendedorismo Cultural e a Proteção da Propriedade Intelectual de Artistas Independentes, acompanhada de cópia da Dissertação de Mestrado intitulada “CULTURA E PROPRIEDADE INTELECTUAL: UMA COLABORAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO CULTURAL E PROTEÇÃO DA INTELECTUALIDADE DE ARTISTAS POPULARES & INDEPENDENTES”, que serviu de base para sua elaboração.

Rio das Ostras, 06 de dezembro de 2021.

Cristiane Menezes Regis
Cristiane Menezes Regis
Presidente da Fundação Rio das Ostras de Cultura

Cristiane Menezes Regis
PRESIDENTE
Matrícula: 214
RMA

FUNDAÇÃO RIO DAS OSTRAS DE CULTURA

Av. Cristóvão Barcelos, 109 - Centro
Rio das Ostras - RJ - CEP: 28893-078 - www.riodasostras.rj.gov.br



APÊNDICE C – COMPROVANTE SUBMISSÃO ARTIGO

06/12/2021 10:55

E-mail de Universidade Federal Fluminense - [PCR] Agradecimento pela submissão



Ubiratan Silva <ubiratannunes@id.uff.br>

[PCR] Agradecimento pela submissão

1 mensagem

Administração da Revista <politicasculturaisemrevista@gmail.com>
Para: "Sr. Ubiratan Nunes da Silva" <ubiratannunes@id.uff.br>

6 de dezembro de 2021 10:50

Sr. Ubiratan Nunes da Silva:

Obrigado por submeter o manuscrito, "EMPREENDEDORISMO CULTURAL:: TRANSFORMANDO ANSEIOS SOCIAIS EM POLÍTICA PÚBLICA" ao periódico Políticas Culturais em Revista. Com o sistema de gerenciamento de periódicos on-line que estamos usando, você poderá acompanhar seu progresso através do processo editorial efetuando login no site do periódico:

URL da Submissão: <https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/authorDashboard/submission/47259>

Usuário: ubiratannunes

Se você tiver alguma dúvida, entre em contato conosco. Agradecemos por considerar este periódico para publicar o seu trabalho.

Administração da Revista

politicasculturaisemrevista@gmail.com

Políticas Culturais em Revista

<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/pculturais>