



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

MARCELO SOUZA MARTINS

**A REALIDADE DOS INCENTIVOS CULTURAIS
NO POLO CERÂMICO DE ICOARACI**

**FORTALEZA - CEARÁ
2010**

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

MARCELO SOUZA MARTINS

A REALIDADE DOS INCENTIVOS CULTURAIS
NO POLO CERÂMICO DE ICOARACI

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Planejamento e Políticas Públicas do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Planejamento e Políticas Públicas.

Área de concentração: Políticas Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Almeida Barbalho.

FORTALEZA - CEARÁ
2010

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
Biblioteca da UEPA/CCBS, Belém – PA

- M386r Martins, Marcelo Souza
 A realidade dos incentivos culturais no Polo Cerâmico de Icoaraci / Marcelo Souza
 Martins, 2010.
 148 f.
- Orientador: Alexandre Almeida Barbalho.
- Dissertação (Mestrado em Planejamento e Políticas Públicas) - Universidade Estadual do
 Ceará, 2010.
1. Cultura Amazônica. 2. Artesanato-Pará. 3. Cerâmica. 4. Incentivos Culturais. I.
 Barbalho, Alexandre Almeida, Orient. II. Título.

CDD. 21. 745.5098115

MARCELO SOUZA MARTINS

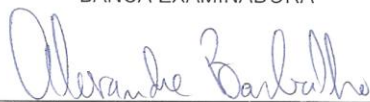
TÍTULO:
A REALIDADE DOS INCENTIVOS CULTURAIS NO POLO CERÂMICO DE ICOARACI.

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Planejamento e Políticas Públicas do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Planejamento e Políticas Públicas.

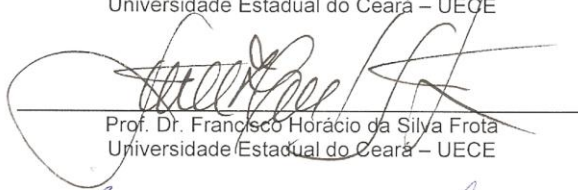
Área de concentração: Políticas Públicas.

Aprovada em: 18/10/2010.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Alexandre Almeida Barbalho (Orientador)
Universidade Estadual do Ceará – UECE



Prof. Dr. Francisco Horácio da Silva Frota
Universidade Estadual do Ceará – UECE



Prof. Dr. João Tadeu de Andrade
Universidade Estadual do Ceará – UECE

AGRADECIMENTOS

À Deus, pela imensa oportunidade.

À cultura, que justifica a existência humana.

Ao meu orientador, professor Alexandre Almeida Barbalho, pela dedicação a este trabalho.

Ao professor João Tadeu de Andrade - UECE, pela presteza e zelo no atendimento ao convite para integrar minha banca de avaliação.

Aos professores da Universidade Estadual do Ceará, em especial ao coordenador do mestrado, professor Horácio Frota, por transmitirem enriquecedores conhecimentos.

À grande Dra. Helk Jane que lutou junto comigo, enfrentou muitas dificuldades para, assim como ela, chegarmos à conclusão de mais uma etapa de nossas vidas acadêmicas e profissionais.

À amiga Christine Pacheco, pela sua inestimável contribuição quanto a sua enorme eloquência e capacidade crítica para correção textual desta dissertação.

À incansável professora e secretária do mestrado Fátima Serrão que soube conduzir de maneira brilhante este desafio e que foi grande companheira nessa difícil trajetória de conclusão do mestrado.

À minha família, principalmente aos meus pais, José Maria Martins (*in memoriam*) e Dolores Souza Martins, e meu filho, André Martins, pelo incentivo, admiração e orgulho que sempre me transmitiram.

À Universidade do Estado do Pará, em especial à Diretora do Centro de Educação, professora Maria José Cravo que entendeu a proposta do mestrado e ofereceu importante contribuição institucional.

Aos colegas professores e técnico-administrativos do CCSE/UEPA que souberam entender minhas dificuldades para a conclusão do mestrado, dando-me apoio e reconhecimento,

o meu agradecimento sincero.

“Nós tiramos a cerâmica da cozinha e do quintal das pessoas carentes e colocamos nas salas das pessoas mais requintadas de nosso país.”

Mestre Rosemiro

RESUMO

Esta dissertação analisa a realidade dos incentivos culturais no Polo Cerâmico de Icoaraci, tendo as vivências dos artesãos e de alguns gestores culturais como pano de fundo desta perspectiva de financiamento a uma das culturas regionais do Estado do Pará. Este processo levou em consideração a representatividade iconográfica da cultura marajoara como símbolo do artesanato do Distrito de Icoaraci, no município de Belém/PA, para o Brasil, e de como esta cultura poderia estar sendo fomentada, a partir de mecanismos de financiamento como os incentivos culturais. Como metodologia, foram realizadas e analisadas nove entrevistas, utilizando-se o método de escolha e sistematização dos seus conteúdos em categorias teóricas, empíricas e unidades de análise. São abordados os aspectos históricos da cultura marajoara, os mecanismos de incentivo à cultura e por fim, a relação dos incentivos culturais com o Polo Cerâmico de Icoaraci. Conclui-se que os incentivos culturais não fazem parte da realidade do Polo, pois quase nenhum dos artesãos e seus representantes têm conhecimentos dos caminhos para viabilização deste processo, assim como, em contrapartida, não há real interesse governamental para maior fomento desta cultura, pois a mesma faz parte apenas do menos interessante quadro das culturas populares.

Palavras-chave: Cultura Marajoara. Artesanato Cerâmico. Incentivos Culturais.

ABSTRACT

This paper analyses the reality of the cultural incentives in the Pottery Center in Icoaraci. It considers the potters' and the culture managers' reality in the process. The *marajoara* culture as a symbol, an icon of the pottery in Icoaraci, Pará in Brazil, was taken into consideration. The research verified how this culture is being fed by financial mechanisms like the cultural incentives. As a methodology, nine interviews were made, considering the choice method and the systematization of their contents in theoretical and empiric categories, as well as in units of analysis. The historical aspects of the *marajoara* culture were studied, as well as the incentive mechanisms in the culture and, finally, the relationship between the culture incentives and the Pottery Center in Icoaraci. It was concluded that the culture incentives are not part of the Center reality, almost no one, among the potters and their representatives, know the incentives. On the other hand, there is no real government interest in feeding this culture, since it is considered one of the least interesting popular cultures.

Key-words: Marajoara Culture, Ceramic Pottery, Cultural Incentives.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	Mapa da extensão territorial da Amazônia	33
FIGURA 2	Mapa da extensão da influência marajoara na região Amazônica	35
FIGURA 3	Quadro com descrição das tradições formais da cerâmica na Amazônia	37
FIGURA 4	Gravura de urna funerária e fotografia de vasos marajoaras	43
FIGURA 5	Fotografia de réplicas de tangas marajoaras	44
FIGURA 6	Gravuras de estatuetas marajoaras	45
FIGURA 7	Fotografias de estilizações de peças em Icoaraci	46
FIGURA 8	Diagrama do processo de inovação da cerâmica de Icoaraci	51
FIGURA 9	Quadro de posições favoráveis e contrárias às leis de incentivo a cultura	60
FIGURA 10	Gráfico de projetos aprovados pela Lei Tó Teixeira (2006 a 2010)	69
FIGURA 11	Quadro de dados divulgados em 2008, pelo IBGE, sobre a realidade cultural brasileira	73
FIGURA 12	Mapa da Região Metropolitana de Belém	84
FIGURA 13	Fotografia do Liceu de Artes Mestre Raimundo Cardoso em Icoaraci .	99

LISTA DE SIGLAS

ABIC	Associação dos Barreiristas de Icoaraci
ADIC	Agência Distrital de Icoaraci
APA	Área de Proteção Ambiental
BELEMTUR	Companhia de Turismo de Belém
CEF	Caixa Econômica Federal
CMIC	Comissão Municipal de Incentivo à Cultura
CNIC	Conselho Nacional de Incentivo à Cultura
COSAPA	Conselho Superior de Artesãos do Pará
COARTI	Cooperativa dos Artesãos de Icoaraci
CREDPARÁ	Programa de Microcréditos do Estado do Pará
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IDESP	Instituto de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental do Pará
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
ISS	Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza
ITBI	Imposto de Transmissão de Bens Imóveis
FINAM	Fundo de Investimento da Amazônia
FINOR	Fundo de Investimento do Nordeste
FNC	Fundo Nacional de Cultura
FUMBEL	Fundação Cultural do Município de Belém
FUNRES	Fundo de Recuperação Econômica do Estado do Espírito Santo
MINC	Ministério da Cultura
PAB	Programa do Artesanato Brasileiro
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento do Governo Federal
PARATUR	Companhia Paraense de Turismo
PETROBRAS	Petróleo Brasileiro S/A
PNDA	Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato
PT	Partido dos Trabalhadores
PRODETUR	Programa de Desenvolvimento do Turismo
PROFIC	Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura
PRONAC	Programa Nacional de Apoio à Cultura

SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas
SECULT	Secretaria Executiva de Estado de Cultura
SEFIC	Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura
SESI	Serviço Social da Indústria
SETER	Secretária de Estado de Trabalho Emprego e Renda
SOAMI	Sociedade dos Amigos Artesãos de Icoaraci
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO I: A CULTURA MARAJOARA E O NÚCLEO DE PRODUÇÃO EM ICOARACI.....	33
1.1 Breve Apresentação da Arqueologia Amazônica.....	33
1.2 As Particularidades da Cultura Marajoara	39
1.3 Destaques da Cerâmica Marajoara	42
1.4 A Cerâmica Marajoara em Icoaraci	46
CAPÍTULO II: AS POLÍTICAS CULTURAIS E OS MECANISMOS DE FINANCIAMENTO À CULTURA	58
2.1 Os Mecanismos de Financiamento Culturais.....	58
2.1.1 Incentivos Federais	62
2.1.2 Incentivos Estaduais	63
2.1.3 Incentivos Municipais	63
2.1.4 Fundo Nacional de Cultura (FNC):	69
2.1.5 Vale-Cultura:	72
2.2 Problemas e Desafios Relacionados aos Incentivos Culturais	75
CAPÍTULO III: O POLO CERÂMICO DE ICOARACI À LUZ DOS INCENTIVOS CULTURAIS.....	84
3.1 A Realidade do Polo Cerâmico de Icoaraci	87
3.2 Os Incentivos Culturais no Cotidiano do Polo Cerâmico de Icoaraci	107
CONCLUSÃO	119
REFERÊNCIAS.....	122
FONTES CONSULTADAS	128
APÊNDICE A - Roteiro de entrevistas	130
APÊNDICE B - Categorias teóricas e empíricas	131

ANEXO A – Termo de consentimento livre e esclarecido.....	133
ANEXO B – Lei nº 8.295, de 30 de dezembro de 2003.	135
ANEXO C – Lei nº 8.336, de 8 de julho de 2004	138
ANEXO D – Lei nº 7.850, 17 de outubro de 1997.....	139
ANEXO E – Decreto municipal nº 35.416, de 25 de junho de 1999.....	143
ANEXO F – Decreto federal nº 91, de 21 de março de 1991.....	148

INTRODUÇÃO

Neste trabalho, a ideia é falar a respeito dos incentivos culturais voltados ao Polo Cerâmico de Icoaraci, localizado no município de Belém. Tal objetivo partiu do interesse de se conhecer se estes subsídios favorecem ou não a manutenção desta cultura, as formas de como ela vem sendo aquilatada e mesmo estimulada financeiramente, mantendo-se tradicionalmente viva naquele Distrito.

A cerâmica de Icoaraci, por sua inigualável beleza estética e profunda identidade cultural com o povo paraense, vem contribuindo para que a comunidade icoaraciense sobreviva, produzindo um artesanato que expressa, na prática, a valorização de uma cultura tão regional. Esta faz parte da diversidade do país e a questão da pluralidade cultural começa no entendimento de que às particularidades culturais de cada grupo humano, povo, nação e sociedade é que faz a cultura; e a cultura em si é a própria interação deles que a ressignifica. (SANTOS, 2007)

A respeito deste assunto, em 2003, na gestão do ex-ministro da Cultura, Gilberto Gil, criou-se a Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural. Esta secretaria, cujo papel era o reconhecimento das culturas marginalizadas e de suas manifestações características, pela primeira vez, durante toda a história do movimento de estruturação da cultura no Brasil, trouxe a possibilidade, podemos assim dizer, de oferecer caminhos de acesso a mecanismos de fomento à cultura, necessários a sua valorização.

No ano de 2005, em Paris, na última Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, realizada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), essa acepção é inclusive reforçada, quando reconhece:

A importância dos conhecimentos tradicionais como fonte de riqueza material e imaterial, e, em particular, dos sistemas de conhecimento das populações indígenas, e sua contribuição positiva para o desenvolvimento sustentável, assim como a necessidade de assegurar sua adequada proteção e promoção (UNESCO, 2005, p. 2).

Ainda em 2003, o Governo Federal, na tentativa de melhorar a gestão de cultura no país, entre várias ações, estabeleceu a criação de outras secretarias dentro do Ministério da Cultura (MinC), dentre elas, tem-se a Secretaria de Fomento

e Incentivo à Cultura (SEFIC). Esta, diz respeito ao fomento à cultura e suas diversas manifestações, e dos incentivos direcionados a projetos relativos à diversidade cultural. Entretanto, quando se fala em fomento à cultura, ainda hoje, nos deparamos com conflitos de ideias e percursos. Muitos, gerados entre as instâncias do poder público e as possíveis parcerias com a iniciativa privada, na definição de estratégias que alavanquem o reconhecimento das diversas formas de cultura do país.

Assim sendo, dentro do universo da cultura, para que haja uma discussão relevante, do ponto de vista da elaboração de políticas públicas culturais mais efetivas e atuantes, é necessário que se respeite a pluralidade de interesses envolvidos nesta área. Segundo o professor José Carlos Durand (2001), grupos, associações, organismos, revistas, fontes de financiamento, identidades e qualificações intelectuais, técnicas, estéticas, políticas e administrativas, todos têm sua cota de interesses e pontos de vista que justifiquem suas reivindicações e ações.

No entanto, a cultura para se tornar assunto de natureza pública, precisa ser recortada e somente a partir daí ser convertida em objeto de política pública. Determinados segmentos de uma cultura, para existirem, preservarem-se e generalizarem-se, requerem atenção minuciosa por parte do público, elaborando-se a significação das suas estruturas sociais que são reproduzidas e transformadas constantemente. "Toda cultura, enquanto produtora de sentido deve transformar-se em objeto de políticas públicas quando somente suas práticas socialmente organizadas, que para se exercerem, requererem proteção, fomento, salvaguarda ou regulamentação¹" (BOLÁN, 2006. p. 20-1, tradução nossa).

Dentre as formas de valoração das manifestações culturais que hoje existem, uma delas advém dos financiamentos oficiais realizados pelo MinC. Como exemplos, temos as Leis de Incentivo Fiscal², o Programa Cultura Viva³, o Programa

¹ "No todo fenómeno cultural – em cuanto producción de sentido – debe volverse objeto de política pública sino sólo aquellas prácticas socialmente organizadas que para ejercerse requieran protección, fomento, salvaguarda o reglamentación."

² São um dos mecanismos de apoio do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) que a Lei *Rouanet* instituiu, criado para titulares de iniciativas que não se enquadram nos programas e nas políticas públicas do MinC, mas que tem a relevância mercadológica. São dados benefícios tanto às

Mais Cultura⁴, dentre outros, que são algumas das ações do Ministério e que se configuram como formas de fomento às expressões culturais brasileiras.

São diversas as Leis de Incentivos Culturais no Brasil. A adoção destes incentivos iniciou-se em 1986, com “a Lei nº 7.505, de 02 de junho de 1986, que ficou mais conhecida como Lei Sarney” (CALABRE, 2007, p. 7), sendo atualmente, em nível nacional, a de maior destaque a Lei *Rouanet*. No caso do Estado do Pará, tem-se a Lei Semear e, em nível do município de Belém, a Lei Tó Teixeira e Guilherme Paraense.

Contudo, para falarmos mais sobre os incentivos direcionados à cultura, é importante que inicialmente façamos a diferença entre o que seriam os incentivos fiscais, os financeiros, os financiamentos diretos e a regulação. O primeiro é dado pela relação entre o fisco, o contribuinte e mais a renúncia fiscal de um determinado tributo. Os incentivos culturais são uma das formas de incentivo fiscal voltados à cultura, que também os incentivadores recebem deduções nos impostos como forma de compensação com gastos efetuados em apoio às práticas culturais. (SESI/DN, 2007).

O segundo, que são os incentivos financeiros, é marcado pela relação entre o poder público, a empresa ou o cidadão, mas sem a renúncia fiscal de tributos. No caso dos financiamentos diretos, estes visam contemplar às necessidades e às pluralidades das manifestações culturais, nas três esferas de governo, por meio de fundos e editais.

peças físicas no imposto de renda quanto às pessoas jurídicas nos tributos, caso estas apoiem proponentes que busquem apoio cultural. (www.cultura.gov.br/cultura.viva/?page_id=9)

³ É uma iniciativa do MinC, onde através da Secretaria de Programas e Projetos Culturais, iniciou a implantação dos Pontos de Cultura, que são iniciativas culturais que envolvem a comunidade, selecionadas por meio de editais públicos, com a missão de desvendar o Brasil, reconhecer e reverenciar a cultura viva do seu povo. Essas organizações recebem recursos do governo federal para potencializarem seus trabalhos em atividades de arte, cultura, cidadania e economia solidária (www.cultura.gov.br).

⁴ É quando o governo marca o reconhecimento da cultura como necessidade básica, igual a alimentação, dentre outros. Ele incorpora assim, a cultura como vetor importante para o desenvolvimento social quando adota como: política estratégica de Estado, quando inclui na sua agenda social e quando vê como um programa pautado na integração e inclusão de todos os segmentos sociais (www.cultura.gov.br).

Quanto à regulação, segundo palavras do ex-ministro da Cultura, Gilberto Gil (2005), é uma condição em que o Estado mantém certo controle sobre as atividades culturais, utilizando-se de [...] “instrumentos básicos como planejamento, coordenação, diplomacia, fomento e regulação”. Com isso, evita o surgimento de mecanismos monopolizadores, preferenciais e arbitrários entre o público e o privado, sob a égide das regras adequadas, dos “marcos legais absolutamente claros e atuais” [...] (informação verbal)⁵, que visam garantir o atendimento do interesse público para o desenvolvimento do país.

São criadas ainda linhas de crédito especiais, assim como são aprimorados os mecanismos de leis de incentivo fiscal existentes. Um dos financiamentos que o governo faz é através do Fundo Nacional de Cultura (FNC), que “é um fundo público constituído de recursos destinados exclusivamente à execução de programas, projetos ou ações culturais” (APRESENTAÇÃO..., 2008, p. 1).

Elucida-se deste modo, o estudo dos incentivos culturais. Estes são um dos mecanismos de financiamento do poder público, que visam alavancar setores nacionais que necessitam de investimentos financeiros para se desenvolverem, como é o caso da cultura. Algumas vezes, o poder público estabelece parcerias com a iniciativa privada, através de incentivos concedidos sob a forma de renúncia fiscal de alguns tributos.

Durand (2001), porém, destaca que colaborar com a cultura a partir de projetos culturais motivados somente por financiamentos públicos, deixa-os de certa forma incomodamente dependentes do capital, e de relações sociais estabelecidas com cada agente criador ou com cada instituição a que se vincula. Desse modo, o mercado e as relações particulares tornam-se preponderantes, em vez de serem um complemento do financiamento público. Corroborando este axioma, Faria (2000) discorre:

As leis de incentivo à cultura foram criadas na década de 1990 para estimular a iniciativa privada a investir em cultura num momento em que o

⁵ Palestra proferida pelo ministro Gilberto Gil no II Fórum Brasileiro sobre as Agências Reguladoras, Brasília, 2005.

Estado brasileiro fechava os órgãos culturais mais representativos, reduzia seu orçamento e começava a construir um Estado Mínimo e um mercado máximo. Com as leis culturais, abria-se mão das políticas públicas de cultura e realizava-se a cultura com o dinheiro público na esfera privada (FARIA apud SESI, 2007, p.24).

Assim sendo, a cultura foi assumindo – e até hoje assume - um papel mercadológico. Segundo Porto (2007, p. 7), ela encontra-se mais voltada para áreas ditas “glamourosas como cinema, espetáculos musicais e peças do show business”, do que efetivamente a todas as formas de expressões culturais manifestadas nas diversas regiões do país.

Atrelado a isso, temos os *lobbies* políticos e a distribuição regional, privilegiando as regiões sul e sudeste, consideradas as mais ricas e com maior “público-alvo”.

Assim, deixam-se muitas decisões sobre o que se produz, em termos de arte e de cultura, nas mãos de setores alheios à questão pública e que deve ser essencialmente democrática como é o caso da cultura. Temos exemplo nos setores de *marketing* das empresas privadas, que a comercializam, em vez de cultivá-la e estimulá-la a manter-se como patrimônio nacional.

Na última cartilha do MinC que trata de fomento à cultura, lançada em 2009, o governo traçou um perfil de como este fomento está situado na atual conjuntura:

A renúncia fiscal mostrou-se incapaz de dar conta da diversidade da cultura brasileira. É intrínseco ao mecanismo de renúncia ser: >> **Concentrador**: de 2003 a 2007, 3% dos proponentes concentraram 50% do volume captado; >> **Desigual**: em 2007, as regiões Sul e Sudeste ficaram com 80% da verba captada. O Centro-Oeste ficou com 11%, o Nordeste com 6% e ao Norte restou apenas 3%. >> **Baixa participação das empresas**: de cada 10 reais captados, apenas 1 real é dinheiro privado. Os outros nove são de renúncia. >> **Baixa percepção da aplicação de recursos públicos**: Poucas vezes, o cidadão tem conhecimento da atividade cultural que foi realizada com 100% de dinheiro público. >> **Alto custo operacional e tempo de espera**: Em 2007, apenas 50% dos projetos aprovados pelo ministério, conseguiram captação com as empresas. Mais de três mil projetos passaram pelo sistema de avaliação, consumindo tempo de trabalho dos funcionários do ministério e tempo de espera dos produtores, sem que chegassem a um fim com sucesso. Esse mesmo número – 3 mil projetos aprovados sem captação – mostra que o mecanismo da renúncia é insuficiente para dar conta da diversidade de demandas da sociedade brasileira para a produção cultural. E mostra que é impossível fazer política pública apenas por meio da renúncia (MINC, 2009, p. 4, grifos nossos).

Apesar deste quadro mostrar privilégios à iniciativa privada, que essencialmente industrializa a cultura, sua participação ainda se mostra incipiente. Segundo o secretário executivo de Políticas Culturais do MinC da época, Alfredo Manevy, a parceria que deveria acontecer entre público e privado nos anos anteriores a 2008, sob o efeito da renúncia fiscal, não se realizou, pois os recursos investidos no setor cultural, por parte da iniciativa privada, representaram até então somente 10% do investimento, enquanto que os 90% restantes advieram do setor público (INVESTIMENTO..., 2008, p. 4).

Segundo Durand (2001), o grande problema de se trabalhar com a cultura num país como o Brasil, recai na visão do seu contexto político. Normalmente configura-se como uma área pouco atrativa na partilha do orçamento e dos cargos politicamente compensadores. Artistas consagrados, sem o menor tino administrativo, ou mesmo um político colocado “à força”, por pressões políticas, normalmente compõem o seu quadro de gestores. Daí, a visão imediatista, de curto prazo e espetacularizadora que se alardeia sobre a cultura, com eventos “memoráveis” que atraíam o maior público possível. Estas manifestações deturpam-na de sua origem que é instituir uma educação cultural de longo prazo, com fins de mudança comportamental e social que visem o desenvolvimento do país.

Durand (2001) assim se expressa:

A paisagem cultural só se enriquece e se diversifica consistentemente no longo prazo, fruto de processos de aprendizado e transmissão que alargam o repertório de gosto, a sensibilidade ao fazer artístico e o bolsão de amadorismo em que navega a maioria das pessoas que se sentem participantes desse pequeno universo. (DURAND, 2001, p 68).

O autor ressalta ainda que, apesar do Brasil ter uma legislação bastante adiantada quando diz respeito aos incentivos, peca-se por não se iniciar a análise do desempenho das gestões culturais públicas. Desenhando dessa forma uma paisagem cultural que retrate e dimensione mais as necessidades culturais de uma população regional adscrita, tanto no tempo quanto no espaço, levando em conta as três esferas de governo. Em relação aos países da Europa e nos Estados Unidos, a construção dessa paisagem é elaborada com todo um rigor estatístico, onde conseguem informações imprescindíveis à construção de novos modelos de financiamento adequados àquele cenário cultural.

Boorsma (1998), assim destaca:

Entre as tendências já confirmadas nos últimos 20 anos, cresce o número de países que adotam um padrão “misto” de financiamento da cultura, associando recursos públicos a “fundo perdido”, a receitas geradas *in loco* – por exemplo, através da locação de espaço e da exploração de lojas, restaurantes, estacionamentos (BOORSMA apud DURAND, 2001, p.68).

Durand (2001, p. 67) afirma que “no Brasil, sequer se sabe quantas prefeituras possuem secretarias de cultura e, por conseguinte, em quantas os assuntos culturais são tratados através de secretarias de educação, esportes e turismo, ou outra qualquer”. Entretanto, em 2003, o MinC em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) realizou um estudo, tendo como objetivo central organizar e sistematizar informações relacionadas ao setor cultural. “Observa-se, entretanto, que em países com rica diversidade regional, inclusive o Brasil, ainda há falta de informação sistematizada (qualitativa e quantitativa) oficial sobre as relações entre o mundo da cultura e o mundo da economia” (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA..., 2006, p. 14).

Corroborando essa afirmativa, em seus estudos, Rodrigues (2005) observou que no Brasil não há estatísticas expressivas que mostrem o quanto se gasta e/ou é investido pelas Leis de Incentivo à Cultura.

O que se sabe é que uma pequena parcela é agraciada com os incentivos culturais oferecidos pelas Leis de Incentivo. Segundo Guimarães (2008, p. 1), “dos 4.334 proponentes que no ano passado tentaram captar recursos pela *Rouanet*, 130 conseguiram R\$ 483 milhões – quase 50% do total arrecadado (R\$ 974 milhões)”. Isso significa que somente 2% dos proponentes lucraram com estes quase 50% do total arrecadado, exposto por Guimarães, os outros 98%, que correspondem a 4.204 proponentes, para cada um foi destinado cerca de R\$ 115,00; valor pífio para sequer pensar iniciar algum projeto.

Como havia sido comentado, “o MinC conta atualmente com secretarias sistêmicas, orientadas por especificidades, sendo uma delas a de fomento e incentivo à cultura”. (SIMIS, 2007, p. 14). Entretanto, a concentração nesta temática desvirtua a contextualização social que a cultura carrega em seu cerne, pois muitas

vezes peca na execução adequada e justa no repasse de recursos, pulverizando-os inadvertidamente.

O valor da cultura perpassa pela inclusão da totalidade do ser humano, numa visão holística, como afirma Eduardo Bolán, citando documento da UNESCO:

Em seu sentido mais amplo, a cultura pode considerar-se atualmente como um conjunto de traços distintos, espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social.⁶ (BOLÁN, 2006. p. 20, tradução nossa).

Diante de toda essa discussão acerca dos incentivos culturais, foi possível identificar o problema que esta pesquisa pretendeu estudar:

“Os incentivos culturais geraram reflexos nas pessoas envolvidas com a produção ceramista do Polo Cerâmico de Icoaraci (PCI)?”

Partiu-se do princípio de que os incentivos culturais, sendo um dos mecanismos de financiamento da cultura, levariam ao desenvolvimento daquela região, detentora de uma forte regionalidade histórica. Assim, este recorte veio incidir sobre a singularidade da cerâmica reproduzida no PCI.

A cultura marajoara estabeleceu uma “ponte” a partir de sua reprodução, até a vila Pinheiro, hoje Distrito de Icoaraci. É uma cultura popular, de um Estado periférico como o Pará, em uma cidade afastada dos considerados centros urbanos, mas que se mantém viva e pujante. Por ser nacional e internacionalmente reconhecida, a cerâmica marajoara no PCI, tradicionalmente faz deste distrito um potencial mantenedor de uma identidade cultural regional significativa para a região Norte do Brasil.

A cultura da cerâmica Marajoara ainda reproduzida no PCI resgata a consciência da riqueza de uma antiga civilização indígena, que existiu na Ilha do Marajó, no Pará. Esta civilização sequer deixou cidades e obras arquitetônicas significativas, mas um legado cerâmico marcante, por onde pode ser reconstruída toda a sua história (IDESP, 1973).

⁶ “Em su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social”.

A civilização indígena marajoara viveu no período entre 400/1400 d.C. Tinha peculiaridades no seu modo de viver que retratavam a singularidade de um povo rico em criatividade, tanto na praticidade de sua vida como na beleza estética empregada em suas peças utilitárias e decorativas⁷.

Sua realidade cultural tinha uma lógica interna, um saber tão integrado à natureza que refletia uma inteligência superior, representativa da cultura do povo daquela região. Seus usos, costumes, práticas e variedades de procedimentos lhes davam um sentido cultural único.

Assim, a razão da cerâmica marajoara estar contribuindo para a perpetuação de sua prática artesanal no núcleo urbano chamado Icoaraci, suscitou as seguintes questões norteadoras:

- Quais os aspectos que fazem as pessoas envolvidas com a produção ceramista marajoara do PCI, manterem-na viva culturalmente?
- Qual o significado dos incentivos culturais para as pessoas envolvidas com a produção ceramista marajoara?
- Quais os processos que facilitam ou dificultam os mecanismos de financiamento para o desenvolvimento da produção ceramista do PCI?

Deste modo, o objetivo traçado foi, portanto, investigar se os incentivos culturais geraram reflexos nas pessoas envolvidas com a produção ceramista do Polo Cerâmico de Icoaraci.

Dentro dos objetivos específicos procurou-se identificar que aspectos que fazem as pessoas envolvidas com a produção ceramista marajoara do PCI manterem-na viva culturalmente. Também, buscou-se compreender qual era o significado dos incentivos culturais às pessoas envolvidas com a produção ceramista marajoara e, por fim, procurou-se analisar os processos que facilitaram ou dificultaram os mecanismos de financiamento da produção ceramista no PCI.

⁷ “Os índios confeccionavam vasilhas, potes, urnas funerárias, apitos, chocalhos, machados, bonecas de criança, cachimbos, estatuetas, porta-veneno para as flechas, tangas (tapa-sexo usado para cobrir as genitálias das moças) – talvez as únicas, não só na América, mas em todo o mundo, feitas de cerâmica” (WANDECK, 2000, p. 1).

A hipótese criada para esta tese foi de que, apesar dos discursos de valorização do artesanato cerâmico do PCI, os mecanismos de financiamento das políticas culturais locais não estavam voltados para a promoção desta cerâmica, nem tampouco eram capazes de valorizar a diversidade cultural no Distrito, gerando um significativo desenvolvimento da região. Hipótese esta confirmada pelos resultados encontrados.

O estudo a respeito da aplicabilidade desses incentivos tornou-se salutar na medida em que se pôs como uma alternativa para buscar novos contornos de fomento à cultura que viessem beneficiar a cerâmica do PCI, em virtude da realidade apresentada. Diante deste quadro global, foi necessário realizar um recorte da cultura regional para que pudéssemos ter noção do funcionamento da política local e das influências dos mecanismos de financiamento governamentais sobre esta cultura.

Destarte a proposta metodológica utilizada no caminho do pensamento e da prática inferida ao longo desta pesquisa, na realidade dos incentivos culturais, desenvolveu-se em três fases: a fase exploratória, o trabalho de campo e a análise/tratamento do material empírico e documental.

Fase Exploratória

Segundo Minayo (2007, p 26) "a fase exploratória consiste na produção do projeto de pesquisa e de todos os procedimentos necessários para preparar a entrada em campo". Nesta fase procurou-se delimitar o objeto de pesquisa a partir de um interesse pessoal em realizar um trabalho voltado para a área de políticas culturais associado a um caráter fortemente regional. Para tanto, buscou-se levantar informações básicas sobre as primeiras percepções dos gestores, mestres-artesãos e líderes das associações/cooperativas, acerca dos incentivos à cultura ceramista no Polo Cerâmico de Icoaraci.

O estudo da cerâmica marajoara desenvolvida e praticada em Icoaraci representa esta regionalidade, na medida em que a cerâmica marajoara mostra-se como a face do Pará ao mundo, destacando-se como uma tecitura cultural única e inigualável.

Revisão bibliográfica

Conforme Oliveira (2007) este trabalho contou com uma revisão bibliográfica que proporcionou toda a construção de um arcabouço teórico, responsável pela fundamentação da pesquisa. Procurou-se também estabelecer as hipóteses desta manifestação cultural popular para que houvesse um encaminhamento da pesquisa, que partiu de uma sucinta fase exploratória observacional, para que se pudesse escolher, estabelecer e descrever os instrumentos de ação a serem utilizados junto aos sujeitos da pesquisa.

Local da pesquisa

Esta pesquisa tem seu espaço delimitado ao Distrito de Icoaraci onde se encontram os mestres-artesãos e as associações/cooperativas dos artesãos em geral. E na Grande Belém encontram-se as instituições responsáveis pelo fomento de todas as atividades culturais do Município e do Estado.

Sujeitos da pesquisa

Os critérios de seleção dos sujeitos incluíram pessoas voltadas à área da cultura que interferiram direta ou indiretamente no desenvolvimento do Polo Cerâmico de Icoaraci, a saber:

- Gestores estaduais e municipais das instituições culturais e afins, com poder decisório;
- Líderes, diretores e outros envolvidos diretamente com a arte cerâmica;
- Mestres-artesãos, precursores da arte.

Foram elaboradas estratégias para escolha dos sujeitos. A primeira delas foi selecionar o nome das instituições Estaduais e Municipais da área cultural e seus respectivos gestores. De posse destes dados, foi enviada a cada instituição uma cópia resumida do projeto de pesquisa, anexada ao ofício de apresentação, com solicitação de uma entrevista ao referido gestor acerca do tema da pesquisa. Seguir-se-iam a isto ligações periódicas para marcação do dia e hora da citada entrevista com o gestor.

A mesma estratégia ocorreu junto aos mestres-artesãos e líderes das associações/cooperativas de Icoaraci. Todavia, várias foram as viagens feitas a Icoaraci para o cumprimento deste intento.

Para manutenção do anonimato dos sujeitos da pesquisa, acordado no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo A), assinado pelos mesmos, foram criados codinomes alusivos à Cultura Marajoara.

Crerios de seleção das instituições

As instituições culturais escolhidas apenas alocavam os sujeitos pesquisados, não sendo por si mesmas o foco de análise da pesquisa. São elas:

Secretaria Executiva de Estado de Cultura (SECULT): localizada na Av. Magalhães Barata, nº 830, tem como responsabilidades coordenar, promover, incentivar, difundir e executar ações ligadas à cultura em geral, incluindo teatros, patrimônio histórico e artístico, bem como gerenciar os Sistemas de Museus, Teatros e Arquivo Público do Estado do Pará. Seu atual gestor é o Secretário de Estado Sr. Edilson Moura da Silva.

Fundação Cultural do Município de Belém (FUMBEL): localizada na Rua Padre Champagnat, s/n, Praça Frei Caetano Brandão. É responsável pelo fomento e disseminação da arte, cultura, esporte e patrimônio histórico dentro da cidade de Belém, tendo como Presidente o Sr. Raimundo Pinheiro dos Santos.

Companhia Paraense de Turismo (PARATUR): localizada na Praça Maestro Waldemar Henrique, s/n, no bairro do Reduto. Tem como função desenvolver uma política de estímulo à indústria turística do Estado, procurando a melhoria da infraestrutura e o incremento dos fluxos turísticos provenientes de outros centros emissores nacionais e internacionais e sua gestora é a Diretora - Presidente Ann Clélia de Barros Pontes.

Secretaria Estadual de Trabalho, Emprego e Renda (SETER): localizada na Av. Almirante Barroso, 1312, bairro do Marco. Sua finalidade institucional é promover com qualidade e efetividade as relações do trabalho e a geração de

emprego e renda, tendo como gestora a Sra. Secretária de Estado de Trabalho Emprego e Renda Ivanise Coelho Gasparim.

Agência Distrital de Icoaraci (ADIC): localizada na Rua Manoel Barata, 900, em Icoaraci. Responsável por administrar como uma subprefeitura o distrito de Icoaraci, tendo como gestora a Agente Distrital de Icoaraci - Ivy de Menezes Veiga Portella.

Companhia de Turismo de Belém (BELEMTUR): localizada na Av. Governador José Malcher, Passagem Bolonha, nº 38. Esta Instituição é responsável por desenvolver o turismo em Belém, com o objetivo de planejar, organizar, controlar, coordenar as ações e acompanhar a fiscalização do turismo receptivo em conjunto com a comunidade, visando a qualidade de vida. Seu atual gestor é o Coordenador Municipal de Turismo Wady Kayat.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE): localizada na Rua Municipalidade, nº 1461, no bairro do Umarizal. O SEBRAE trabalha pelo desenvolvimento sustentável, pela competitividade das micro e pequenas empresas e fomento ao empreendedorismo nos municípios paraenses. Proporciona ainda a criação de ferramentas de gestão e de orientação, (capacitação, mobilização, disseminação do empreendedorismo e do associativismo, entre outros) para a construção de um ambiente favorável à sustentabilidade e à ampliação dos pequenos negócios. Sua gestão local está a cargo do Diretor-Superintendente Sebastião Miranda Filho.

Cooperativa dos Artesãos de Icoaraci (COARTI): localizada na Rua Padre Julio Maria, 1011, Icoaraci. É uma cooperativa responsável por desenvolver e preservar a arte do artesanato em cerâmica para a comunidade de Icoaraci e sair das mãos dos atravessadores. Sua atual presidente é a Sra. Sinéia Pereira Hosana.

Conselho Superior de Artesãos do Pará (COSAPA): está localizada na Passagem do Livramento, nº 700, na Travessa Soledade em Icoaraci. Responsável por alavancar o bairro do Paracuri em relação à produção cerâmica, tendo como presidente o Sr. Dilson Nunes.

Sociedade dos Amigos de Icoaraci (SOAMI): está localizada na Passagem Espírito Santo nº 20-A, na Travessa Soledade em Icoaraci. Responsável por colocar pessoas que não participavam de nenhuma associação, que tivessem oportunidade de vender, comercializar diretamente com o consumidor os seus próprios produtos, tendo como presidente o Sr. José Maria Pires.

Mestres-artesãos

Dentre os sujeitos selecionados os mestres-artesãos não poderiam faltar na pesquisa. Seus depoimentos foram de extrema relevância na medida em que eles representam o fio condutor que liga todo o processo histórico do passado ao presente e com o futuro a ser erigido. Suas histórias de vida atreladas a uma pertinaz vontade no ofício construíram, e ainda constroem, o ícone da regionalidade paraense, apesar de todas as suas dificuldades.

Duas grandes expressões da arte ceramista foram selecionadas: Mestre Rosemiro Pinheiro e Mestre José Anísio, um com mais de 50 anos e outro com 19 anos de ofício, respectivamente.

Definição do método (abordagem)

A abordagem utilizada baseou-se no enfoque indutivo para caracterizar as premissas da pesquisa, uma vez que pela análise dos fatos envolvidos com a produção cerâmica, há uma correlação suficiente que provavelmente conduzirá a conclusões verdadeiras. Assim caracterizou-se, segundo Marconi e Lakatos (2009) o termo indução, que seria:

Um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas. Portanto, o objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam (MARCONI; LAKATOS, 2009, p. 86).

Definição das técnicas e instrumentos da pesquisa

Para a obtenção de dados, a técnica utilizada foi a realização de entrevista individualizada padronizada (Apêndice A). Estas entrevistas tiveram como principal objetivo a aquisição de informações acerca dos incentivos culturais, e suas nuances, pelas pessoas envolvidas, direta ou indiretamente, com a cerâmica de

Icoaraci. Dentro destes objetivos procurou-se averiguar os aspectos e o que faziam aquelas pessoas para a arte cerâmica; os significados e os processos que envolviam a arte ceramista do Polo Cerâmico de Icoaraci.

Segundo Marconi e Lakatos (2009, p. 82), a entrevista padronizada "é aquela em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido [...] efetuada de preferência com pessoas selecionadas de acordo com o plano". O roteiro desta pesquisa foi elaborado pelo próprio pesquisador, baseado em premissas acerca de conhecimentos da situação em que se encontrava a atividade turístico-econômica do Polo Cerâmico de Icoaraci.

Um dos motivos da escolha desta técnica é que ela ofereceu uma boa oportunidade de avaliar atitudes e condutas de entrevistados de diferentes segmentos da população (sujeitos da pesquisa) necessários à composição do universo a ser pesquisado, que garantiria a fidedignidade científica do projeto. Além disto, traria à tona informações nas entrelinhas da dinâmica da atividade turístico-econômica do Polo de Icoaraci.

Trabalho de Campo

Embasado em Minayo (2007), a segunda fase procurou confrontar toda a teoria estudada, elaborada e sistematizada na primeira fase com a prática em si. Aqui, foram utilizados os instrumentos de operacionalização já delimitados na primeira fase, a saber, entrevista padronizada.

Foram selecionados 12 (doze) possíveis entrevistados, sendo, porém, realizadas 9 (nove) entrevistas com duração média de 1 hora, todas gravadas com a permissão dos sujeitos. Entre os entrevistados, 3 (três) eram líderes de associações/cooperativas, 2 (dois) mestres-artesãos e 4 (quatro) gestores da área cultural, 1 (uma) entidade empresarial, 1 (uma) Secretaria Estadual que trabalha a economia da cultura voltado para o artesanato e 1 (uma) agência distrital.

Em uma das instituições de cultura, o gestor responsável encaminhou o entrevistador a diversas pessoas ligadas à área de cultura de forma geral, mas nenhuma com conhecimento específico sobre o Polo Cerâmico de Icoaraci e que

soubessem responder efetivamente às perguntas do roteiro padronizado da pesquisa, invalidando-o.

Além disso, 3 (três) instituições voltadas diretamente à cultura negaram-se a fornecer qualquer tipo de informação acerca do assunto da pesquisa. Portanto, o número efetivo de instituições que viabilizaram a pesquisa foram 9 (nove).

Foi mantido contato com a SECULT no mês de junho/2009, sendo marcada entrevista com o Diretor de Cultura, o Sr. Carlos Henrique Gonçalves. Entretanto, esta entrevista foi adiada por 3 vezes, sempre aguardando retorno da instituição, sem nunca obter-se resposta. A decisão tomada pelo pesquisador, em virtude do tempo, foi a desistência com a instituição.

Os primeiros contatos feitos com a FUMBEL foram por telefone, para mais tarde envio de ofício junto ao gestor. Este encaminhou para o Diretor da Lei Tó Teixeira, Sr. Adiel Oliveira, com quem foi marcado dia e hora para a entrevista. Esta, no entanto, foi mais direcionada à Lei, que é a principal lei municipal de incentivo à cultura em Belém, sem, todavia, conseguir acompanhar o roteiro de entrevista pré-elaborado. Entretanto, como o foco do encontro ainda recaía sobre o gestor (presidente), nova entrevista foi marcada com o mesmo, porém, novamente ele reencaminhou o pesquisador a outras pessoas de outros setores da instituição, alegando não saber pronunciar-se sobre o assunto e que os demais diretores poderiam melhor esclarecer o pesquisador. Ocorre que nenhum daqueles diretores conseguiu responder as perguntas do roteiro de entrevistas satisfatoriamente, ocasionando perdas de requisitos importantes desta técnica de pesquisa, como: validade, relevância, especificidade e clareza (MARCONI; LAKATOS, 2009).

O procedimento inicial com a PARATUR foi o contato telefônico para envio de ofício à instituição junto ao gestor, que solicitou uma cópia do roteiro de entrevista, via e-mail. Após algumas semanas de espera o pesquisador entrou novamente em contato. Obteve a resposta de que a instituição não trabalhava com cerâmica e que o pesquisador se encaminhasse à SETER para obter essas informações, ou seja, encerraram a possibilidade de qualquer outro contato, inviabilizando a pesquisa naquela Instituição.

O critério para seleção desses sujeitos recaiu na necessidade de checar suas opiniões dentro de uma realidade cotidiana à luz da teoria pesquisada que a fundamentou, cuja necessidade foi dada pelo trabalho. Em função dessas leituras lógicas e interpretativas com os conceitos que formataram a ação social ora estudada, buscou-se compreender a lógica da realidade do apoio – via incentivos culturais – dado àquela manifestação popular cultural regional nortista, tida como ícone do povo paraense, contextualizando as representações sociais daquela classe a partir da contribuição singular do pesquisador com seu trabalho.

Conforme orientações da PARATUR foram feitos os primeiros contatos telefônicos com a SETER, para saber o nome do responsável pela área de cultura que envolvesse o Polo Cerâmico de Icoaraci. Foi marcado dia e hora com a Sra. Maria Dalva da Cruz Luz, Coordenadora do Departamento de Artesanato Paraense desta instituição, que forneceu valiosas informações sobre a atual situação dos artesãos daquele Polo Cerâmico e sobre as políticas públicas que o Estado do Pará estaria desenvolvendo para esta área.

Na ocasião do recebimento do pesquisador para a entrevista marcada na ADIC com a gestora, esta encaminhou o pesquisador ao seu assessor, o Sr. Otoniel Cristóvan das Chagas Pereira. Inicialmente ele fez uma explanação acerca do Distrito de Icoaraci, para depois adentrar nas perguntas do roteiro de entrevista do pesquisador, fornecendo proveitosas informações acerca do assunto da pesquisa.

Os primeiros contatos com a BELEMTUR para marcação da entrevista com o gestor foram feitos por telefone. Entretanto, este gestor realizava inúmeras viagens e a instituição não dava uma previsão acertada ao pesquisador quando poderia ser marcada a entrevista. Após uma espera de mais de um mês, mas sempre insistindo, o pesquisador optou pela desistência da entrevista com o gestor desta Instituição.

Seguindo sugestão dada pelo Sr. Otoniel da ADIC, já que o SEBRAE trabalhou e continua trabalhando, em parceria, com as áreas governamentais, em apoio ao Polo Cerâmico de Icoaraci, optou-se por incluí-la como candidata do grupo de instituições entrevistadas. Através de contatos telefônicos chegou-se à Sra. Maricléia Carmona Maués Neves, responsável pelo projeto de Fomento à

Comercialização de Produtos Artesanais em Belém. Foi ela que concedeu uma entrevista ao pesquisador dentro do roteiro de entrevista, fornecendo importantes dados para análise e discussão dos resultados.

Na COARTI, houve um contato prévio no mês de agosto de 2008, onde foram coletadas as primeiras impressões sobre a dinâmica do desenvolvimento do Polo Cerâmico de Icoaraci. Num segundo momento, houve a entrevista em si com a presidente da cooperativa, utilizando o roteiro padronizado de entrevista para ser usado e consubstanciado na análise dos resultados da pesquisa.

No COSAPA ocorreu o mesmo procedimento realizado na COARTI. O diferencial é que seu gestor estava muito melindrado quanto ao fornecimento das informações num primeiro momento. Porém, num segundo momento, ele se mostrou mais receptivo e acessível, colaborando com a entrevista.

Na SOAMI, foi realizado contato prévio também no mês de agosto de 2008. As primeiras informações foram dadas pelo Sr. José Maria Nunes, conhecido por Zeca Nunes, diretor financeiro da entidade. Já num segundo momento quando da realização da entrevista em si com o roteiro padronizado, esta foi concedida pelo presidente, o Sr. José Maria Pires, que forneceu também dados importantes para a pesquisa.

Nesta fase, procurou-se valorizar cada parte e sua integração no todo, para que o trabalho tivesse um curso, por meio de um cronograma, de começo, meio e fim, mas em caráter aberto, já que todo trabalho científico em si tem esta provisoriedade e transitoriedade (MINAYO, 2007).

Análise e tratamento do material empírico e documental

Seguindo o critério prático estabelecido nas etapas de elaboração da pesquisa, temos ainda a terceira fase que se constitui da análise e tratamento do material coletado. Minayo (2007, p. 27) subdivide esta fase em três momentos: a ordenação dos dados, a classificação dos mesmos e análise propriamente dita dos referidos dados.

Ordenação e classificação dos dados

Seguindo a proposta descrita em Oliveira (2007), os dados coletados foram ordenados e classificados em três etapas: as categorias teóricas, as categorias empíricas e as unidades de análise. Legendre (apud OLIVEIRA, 2007, p. 93), conceitua categoria como o “agrupamento de informações similares em função de características comuns”.

Para sistematização coerente do trabalho, estabeleceram-se inicialmente as categorias teóricas que, segundo Oliveira (2007, p. 94), são “as leituras convergentes ao tema central do estudo”. Foi construído um quadro com os tópicos concernentes à temática (Apêndice B).

Numa segunda etapa foram determinadas as categorias empíricas que, segundo Oliveira (2007), seriam as perguntas propriamente elaboradas, do roteiro de entrevistas, baseadas a partir da definição do tema central e nas leituras prévias acerca do tema. (Apêndice B).

A terceira etapa foi finalizada com a construção das unidades de análise que, segundo Oliveira (2007), seriam “os dados obtidos (fala dos atores sociais) através da aplicação dos questionários e/ou realização de entrevistas” (p. 100), ou seja, seriam as respostas dos sujeitos entrevistados da pesquisa.

Para as unidades de análise, estas foram classificadas “criteriosamente, observando-se as respostas similares ou convergentes” (OLIVEIRA, 2007, p. 103). Para tanto, em cada categoria empírica, estas foram classificadas de P1 a P11, utilizando-se como símbolo a letra P. E, em cada uma dessas categorias empíricas foram classificadas as unidades de análise de R1:1 a R1:8, simbolizadas pela letra R. Por exemplo, o número que antecede os dois pontos (:), corresponderia à primeira pergunta, e o número sucessor aos dois pontos, corresponderia à resposta de cada sujeito. Assim R1:1, corresponderia à resposta do sujeito 1 à pergunta 1, e assim sucessivamente.

Análise dos dados

A análise dos dados levou em conta o referencial teórico, fundamentado ao longo do primeiro e do segundo capítulos. A partir daí, construiu-se o terceiro capítulo. O procedimento de análise foi realizado da seguinte forma: as categorias teóricas definiram os subtítulos do capítulo ora desenvolvido. A partir de então, selecionou-se cada categoria empírica para logo em seguida realizar o exame das unidades de análise. Cada uma delas foi interpretada de acordo com o enunciado da questão (ou categoria empírica correspondente), a partir da idéia central de cada uma dessas repostas ou mesmo de algum outro tópico respondido, que fosse relevante. Desta forma, foi sendo realizada a análise crítica da realidade vivenciada pelos sujeitos, à luz do marco teórico estabelecido pelo estudo.

Este estudo consiste de três capítulos, além desta introdução e da conclusão.

O capítulo 1 explana sobre a cerâmica marajoara e uma breve descrição histórica de seu contexto amazônico, suas particularidades até a chegada no Distrito de Icoaraci. Aqui, a ênfase maior é como a cerâmica marajoara ganhou destaque em Icoaraci e hoje representa uma das fontes de economia daquela região.

O capítulo 2 dimensiona os diversos mecanismos de financiamento disponibilizados à cultura. O destaque fica para os problemas e desafios relacionados a estes mecanismos e sua aplicabilidade à realidade da comunidade existente no PCI.

No capítulo 3, são discutidas, de forma crítica, todas as falas dos sujeitos entrevistados e suas vivências quanto aos mecanismos de financiamento à cultura. As particularidades recaem sobre os incentivos culturais, suas possibilidades, ou não, de fomento às atividades comerciais-culturais destas pessoas, e os reflexos que porventura poderiam advir desta influência.

Por fim, a conclusão deste estudo, perpassa pela dimensão a que os mecanismos de financiamento à cultura se prestam; a valorização de muitas culturas populares espalhadas pelo país, em particular à cerâmica produzida no PCI, e que dá toda uma representatividade ao Estado, como ícone de beleza e regionalidade.

CAPÍTULO I: A CULTURA MARAJOARA E O NÚCLEO DE PRODUÇÃO EM ICOARACI

1.1 Breve Apresentação da Arqueologia Amazônica

Antes de começarmos a falar da Arqueologia da Amazônia é importante que primeiro nos situemos geograficamente. A bacia amazônica possui uma extensão continental de 7 milhões de quilômetros quadrados, aproximando-se da área de todo o continente europeu (NEVES, 2006). Sendo 5,5 milhões de quilômetros quadrados fazendo parte da chamada Amazônia Legal.

A Amazônia Legal é composta somente dos Estados brasileiros: Acre, Amapá, Amazonas, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima, Tocantins e parte do Maranhão. Já a Amazônia Continental, os países que fazem parte são: Brasil, Bolívia, Peru, Equador, Colômbia, Venezuela, República da Guiana, Suriname e Guiana Francesa. Só o Brasil corresponde a 61% de toda a área territorial da Amazônia. Abaixo, a figura 1 demonstra bem esta extensão:



Figura 1 – Mapa da extensão territorial da Amazônia

Fonte: PIME Net-Brasil (2008)

Segundo Figueiredo (apud IDESP, 1973), estudos realizados por Vanzolini na década de 70, através de trabalhos referentes à geomorfologia, paleoclima, botânica e zoologia, demonstraram que a dinâmica da América do Sul

se define pelo mecanismo de retração e expansão das formações vegetais, abertas e fechadas, onde se seguem episódios úmidos e fases secas. Por conta disso, o período em que foram registradas ocupações humanas ocorreu nos períodos secos (FIGUEIREDO apud IDESP, 1973).

A pesquisadora Betty Meggers, entre os anos de 1958 e 1971, em estudos com base em interpretações ecológicas na Amazônia, havia concluído na época que:

O ambiente e a cultura são variáveis intimamente relacionadas, pois se trata de uma área em que a cultura está em equilíbrio com o ambiente, depois de realizar uma adaptação assombrosa a condições extremamente desfavoráveis para a exploração agrícola (MEGGERs apud IDESP, 1973, p. 14).

Silva e Meggers, em 1964, afirmaram na época que "os registros humanos poderiam ser melhor especificados com a introdução da primeira cerâmica, já que em estudos de fases anteriores a esta, não se assinalaram evidências relevantes para comprovação de ocupação humana naquela região" (IDESP, 1973, p. 14). Entretanto, Souza (1994) afirma que já existiam evidências desta ocupação quando descreve em seu livro sobre as origens do homem amazônico:

[...] pode-se aceitar a hipótese de que migrantes atravessaram o estreito de Bering, há 24.000 anos, ocupando e colonizando as Américas. [...] É provável que essas primeiras levas de imigrantes cruzaram a grande floresta por volta de 15.000 anos atrás, dando início à colonização da Amazônia (SOUZA, 1994, p. 11).

Eduardo Neves (2006) reafirma esta mesma ideia quando registra em seu livro "Arqueologia da Amazônia", que a ocupação humana na Amazônia é datada de até quatorze mil anos atrás. Contudo, isto ainda não se tornou um consenso entre os pesquisadores.

Este pesquisador e também arqueólogo relata que a ocupação amazônica aconteceu de duas formas: a primeira atravessando da Ásia para a América através do Estreito de Bering (informação verbal)⁸, como já mencionado por Souza (1994). A

⁸ Entrevista concedida ao programa Repórter Eco da TV Cultura, destacado no site TVCULTURA, em 2006.

segunda através de pontes de terra entre a Ásia e a Sibéria e desta ao Alaska. Então, as populações chegaram às Américas por estes caminhos.

Gardini e Fujiyoshi (2003) destacam que as ocupações das tribos indígenas na Amazônia, são facilmente identificadas em função dos inúmeros sítios arqueológicos encontrados na região. Estes sítios retratavam bem os aspectos de desenvolvimento que existiam naquelas sociedades. Abaixo, a figura 2 demonstra a extensão da influência marajoara na região amazônica, formando um conjunto de sítios que até hoje tem significativa importância arqueológica. Entretanto, este é apenas um recorte na Amazônia, já que em toda sua extensão também existiam outras tribos ceramistas organizadas, mas espalhadas, como por exemplo, as tribos Tapajônicas, Tupinambás, Tuxáuas, etc. (SOUZA, 1994).



Figura 2 – Mapa da extensão da influência Marajoara na região Amazônica

Fonte: CASTRO (2009)

As primeiras ideias acerca da ocupação amazônica eram de que se restringia a pequenas tribos nômades, limitadas à agricultura de subsistência. Porém, estas ideias foram sendo substituídas por estudos cada vez mais recentes, constatando-se que ela teve sim, sociedades bastante organizadas, desenvolvidas e diversificadas, com elaboradas culturas de tecnologia da pedra, na fabricação de

cerâmica e de alta complexidade agrícola e econômica, demonstrando grande inteligência e sofisticação social e cultural desses índios amazônidas.

Os tesos⁹, peculiares daquelas terras, foram, e ainda são, alvos fáceis de serem encontrados em função de suas características estruturais, configurando-se ricos locais de evidente presença de populações indígenas que marcaram a história dessa ocupação amazônica. As evidências dos artefatos cerâmicos denunciam a presença destes povos. Schaan (1996) detalha mais ainda esta afirmação quando:

No caso da cerâmica, seu estudo reveste-se de grande importância para a arqueologia porque sua utilização está ligada a comportamentos culturais e sociais que caracterizam e diferenciam os diversos grupos culturais. As formas dos utensílios e sua decoração estão intimamente ligados aos contextos sociais em que esses objetos foram produzidos e utilizados. (SCHAAN, 1996, p. 8)

Schaan (2007) destaca ainda que os grupos indígenas amazônicos usavam diversos materiais para compor seus adornos, objetos, rituais, ferramentas e utensílios domésticos, como madeira, ossos, sementes, penas e pedras (informação verbal)¹⁰. Entretanto, em função das características aluvionais¹¹ do solo amazônico, aliada a extrema densidade da vegetação e o clima tropical, os objetos de origem vegetal deterioravam-se muito mais rapidamente e com facilidade, fazendo prevalecer os objetos feitos em pedra e cerâmica. Ainda assim, a cerâmica predominou em detrimento do lítico, por conta do seu alto grau de durabilidade. O que para autora não se configura como o objeto mais importante, porém, o que acabou sobrevivendo em maior quantidade (A RIQUEZA..., 2007, p. 1).

Os primeiros estudos arqueológicos voltaram-se inicialmente para a Ergologia¹², direcionada às questões estéticas, artísticas e estilísticas. Eles foram considerados estudos pioneiros, pois mesmo sem apresentar uma metodologia e uma sistematização científicas, trouxeram contribuições significativas para estes estudos arqueológicos. Depois, vieram estudos acerca dos processos da evolução

⁹ Parte alta do terreno que em uma superfície inundada fica acima do nível das águas. Aterro superficial feito pelos marajoaras em terrenos alagadiços para habitação ou cemitério, sendo mais conhecido o teso Pacoval, no lago Arari (FERREIRA, 1986. p. 1670).

¹⁰ Entrevista concedida ao Caderno Troppo, do Jornal O Liberal em 2007.

¹¹ Aluvião: depósito de cascalho, areia e argila que se forma junto às margens ou à foz dos rios, proveniente do trabalho de erosão. Inundação, cheia, enchente (FERREIRA, 1986, p. 95).

¹² Ergologia: parte da Etnologia que trata da cultura material.

da cultura, porém, sem a preocupação única com um mero ajuntamento de peças e seu processo artístico, na obtenção do belo e primoroso. Por último, os estudos arqueológicos detiveram-se na pesquisa integrada, que partia de uma perspectiva não só arqueológica como evolutiva da cultura pré-histórica Amazônica.

Meggers e Clifford Evans (apud IDESP, 1973), em suas pesquisas, determinaram fases de desenvolvimento cultural do homem pré-histórico amazônico. Eles diziam que este homem evoluiu da fase de caça e coleta (paleoíndio ou arcaico) para agricultura incipiente (agricultura de derrubada e queima) e, por último, para a agricultura intensiva. Todos esses estágios correspondem a tradições ceramistas amazônicas diferentes. Na época, muitas tradições ainda não tinham sido determinadas, outras já tinham fixado suas correlações pelo estudo. É o caso da região da Ilha do Marajó.

Estas tradições eram formadas por grupos de fases. Os arqueólogos faziam comparações entre os complexos cerâmicos achados, confrontando padrões relacionados no contexto espaço-temporal aos tipos que caracterizavam os grupos em seus distintos artefatos e peculiaridades.

A figura 3 abaixo mostra um quadro que assim as descreve:

TRADIÇÃO	CARACTERÍSTICAS	ARTEFATOS
HACHURADA ZONADA (980 ± 200 a. C.)	Linhas incisas: isoladas ou definindo zonas de hachurado fino, escovado ou engobo vermelho.	Cachimbo tubulares.
BORDA INCISA (terço final da fase anterior)	Motivos incisos sobre as bordas horizontais dos vasos.	Estatuetas, cachimbo tubulares, botoques ¹³ labiais e auriculares, carimbos planos ou circulares.
POLICRÔMICA (A.D. 480 ± 200 e A.D. 690 ± 200)	- Exuberante decoração com complexidade de padrões e variedades técnicas e motivos. - Predominância da pintura vermelha e/ou preta sobre engobo branco.	Fusos ¹⁴ , colheres, tangas, bancos e pequenos objetos de fino acabamento.
INCISO PONTEADA (séculos XV e XVI)	Modelada sob a forma de baixos relevos ou adornos	Urnas pequenas, com restos ósseos cremados; estatuetas e

¹³ Botoque: rodela grande, de uso entre os botocudos e outros indígenas brasileiros, para ser introduzida em furos artificiais feitos nos lóbulos da orelha, narinas e beijo inferior (FERREIRA, 1986. p. 279).

¹⁴ Instrumento roliço sobre o qual se forma, ao fiar, a maçaroca. (FERREIRA, 1986. p. 824).

	antropomorfos, zoomorfos ou antro-po-zoomorfos sobre a borda ou paredes dos vasos. ▪ Incisões retílineas e padrões em linhas finas paralelas, uniformemente espaçadas com precisão. ▪ Pintura e ponteados frequentes.	outros objetos de cerâmica.
MINA	▪ Cerâmica temperada com conchas moídas, de textura levemente abrasiva e superfícies vacuolares. ▪ Pintura com engobo vermelho em superfície simples e fileiras de entalhes abaixo da borda e ao redor do corpo do vaso	Vasos
TUPIGUARANI (A.D. 1600)	▪ Cerâmica temperada com areia e pequenos fragmentos de quartzo e feldspato. ▪ Vasos de forma simétrica de boca constrita, com decoração corrugada ou de incisões.	Vasos

Figura 3 – Quadro com descrição das tradições formais da cerâmica na Amazônia

Fonte: Adaptado de IDESP (1973).

Estes mesmos pesquisadores, em 1948, através de estudos estratigráficos arqueológicos determinaram fases ceramistas na Ilha do Marajó – local mais importante e significativo da história da cultura marajoara. Schaan (1996, p.51) destaca que “a partir do material produzido pelas escavações, identificaram cinco fases de ocupação na Ilha, que chamaram de Fases da Floresta Tropical”. Essas fases arqueológicas no Marajó correspondem a diferentes culturas e níveis de ocupação:

Ananatuba (700 A.D.): localizada na parte centro-norte da Ilha do Marajó. Apresenta-se desenvolvida e tem como características as incisões, os hachurados¹⁵ e engobo¹⁶ vermelho; possuíam uma cultura evoluída.

¹⁵ Traçados equidistantes e paralelos que produzem, em desenhos e gravuras, o efeito do sombreado. Do Francês *hachure*. (FERREIRA, 1986. p. 881).

¹⁶ Pasta cerâmica que se superpõe à superfície de uma peça a fim de modificar, depois da queima, a cor e o aspecto da superfície. (FERREIRA, 1986. p. 654).

Mangueiras (contemporânea da fase anterior): localizada no centro-norte do Marajó e sul da Ilha Caviana. É caracterizada pela Tradição Borda Incisa. Geralmente eram utensílios de cozinha: pequenas tigelas e igaçabas¹⁷.

Formiga (A.D 100 a 400 d.C): localizada na porção centro-norte da Ilha, estendendo-se a sudeste do lago Arari. Era uma cerâmica de qualidade pobre, sem nenhuma característica que possa lhe determinar um estilo.

Marajoara (400 a 1350 d.C): Localizada numa área circular com cerca de 100 km de diâmetro em torno do lago Arari. Representa todo o apogeu de um povo que chegou à Ilha, mas que foi decaindo gradativamente. Caracteriza-se pela fase da Tradição Policrômica, assinalada pela extrema beleza e variedade da decoração; utilizando pintura vermelha e preta sobre engobo branco.

Aruã (século XII a XVIII): localizada no litoral de Chaves em direção a Soure. Nesse local os europeus atingiram a foz do rio Amazonas. A louçaria tem qualidade bastante inferior e as peças destinadas ao enterro secundário possuíam decoração.

A pesquisadora norte-americana Ana C. Roosevelt mencionada por Dalglish (1996, p. 17) “afirma que a cerâmica do Pará tem sete mil anos, e não quatro mil, como se acreditava até então”, e somente 150 anos antes da descoberta do Brasil os marajoaras desapareceram, ficando como registro a fase Aruã quando se estabeleceu o contato dos índios com os portugueses. Mas o legado mais rico e sofisticado entre as peças cerâmicas ficou vinculado ao povo Marajoara.

1.2 As Particularidades da Cultura Marajoara

Em sua gênese, de acordo com Klein e Edgard (2005), a cultura surgiu como forma de explicar as origens dos seres humanos. Normalmente, essas explicações eram centradas na figura divina ou de uma criatura sobrenatural, cuja aceitação passava por uma questão de fé e por sua extrema capacidade e habilidade em desenvolver ideias, formas sociais e comportamentos que o

¹⁷ Pote de barro, geralmente de boca larga, para água e outros líquidos, ou para guardar farinha e outros gêneros. (FERREIRA, 1986. p. 914).

impulsionaram na sua evolução. Até mesmo com a invenção de ferramentas, instrumentos e utensílios, o homem incitou o seu desenvolvimento, quando estes artefatos tornaram-se provas cabais de uma habilidade singular e evoluída de reproduzir uma cultura, ou melhor, de fazer sua cultura.

Na cultura indígena, todo o processo de criação perpassava por uma íntima relação com a natureza. Como esta, era fruto de uma criação divina, comportamentos, atitudes, ideias e formas de sobrevivência eram submetidas a um procedimento ritualístico. A cerâmica e seu processo de criação também eram fundamentados nesta cerimônia religiosa típica, pois, sua matéria-prima, oriunda da natureza, evocava uma espécie de “autorização” espiritual para a sua criação.

Uma das características na origem do processo de elaboração das peças cerâmicas é a predominância de aspectos da cultura indígena. Entre os marajoaras, este saber era eminentemente feminino, transmitido de mãe para filha; a mulher deveria ter todo um preparo ritualístico para não prejudicar o resultado final almejado. Elas não podiam estar menstruadas nem comer farinha. Também não podiam extrair o barro dos rios quando não fosse Lua Cheia e nem queimar as peças na presença de pessoas estranhas (DALGLISH, 1996).

Diante deste protocolo de produção da cerâmica indígena, repassados ao longo de gerações, o espólio marajoara conservou-se quase incólume. Ainda hoje, em pleno século XXI, encontramos verdadeiros artistas preocupados em reproduzir fidedignamente os traços marajoaras, respeitando inclusive as históricas técnicas empregadas na produção - sinônimo de uma pertinaz cultura pré-cabralina altamente elaborada e sofisticada.

Uma grande particularidade do povo marajoara é que a produção cerâmica tinha uma finalidade muito nobre e elitizada. De acordo com os estudos de Schaan (2007), as produções eram realizadas por renomados artistas marajoaras, requeridas por pessoas de grande prestígio na sociedade. As solicitações mais comuns eram de utensílios domésticos a serem usados em grandes eventos sociais ou ainda urnas funerárias para sepultamento de ilustres mortos como chefes e seus familiares.

A pesquisadora ressalta também que os artesãos eram artistas de grande esmero na fabricação das peças e cultivavam em sua prática artesanal grande perfeição no aprendizado da arte ceramista. Além disso, eles faziam suas peças sob inspiração dos pajés, que diziam aos artesãos o quê, e como os espíritos gostariam que fosse o desenho nas peças. Desenhos estes, que retratavam símbolos de poder, hierarquia, prestígio e a representação dos mitos originários daquela população.

Dalglisch (1996) destacou que o antigo processo de feitura da cerâmica assim se desenvolvia:

- Etapa 1 - extração do barro dos rios, somente na lua cheia e com autorização dos espíritos para retirada desta argila da terra;
- Etapa 2 – queima e trituração, no pilão, das cascas da árvore do caraipé¹⁸, ou de cacos de cerâmica cognominado chamote, que misturados à argila serviam para desengordurar a sua massa;
- Etapa 3 – uso do método pavio¹⁹, no qual estes eram enrolados e emendados uns aos outros, formando uma espécie de corda (acordelados), que depois eram alisados com pedaços de cuia²⁰;
- Etapa 4 – polimento (caliçar) era feito com semente de inajá²¹, para impermeabilizar e dar acabamento brilhante às peças;
- Etapa 5 – depois de pronta a peça, é o momento da criação, onde o artista dá forma aos desenhos através da excisão e incisão, característica da arte marajoara;
- Etapa 6 - na pintura eram usadas pontas de capim amassado para aplicar o engobe (argila líquida) de diferentes colorações encontradas na região, finalizando a decoração das peças;

¹⁸ Árvores de casca taninosa (adstringente vegetal), que servem para curtume (FERREIRA, 1986, p. 347).

¹⁹ Rolo de cera que envolve uma torcida (FERREIRA, 1986, p. 1287).

²⁰ Fruto da cuieira (FERREIRA, 1986, p. 506).

²¹ Palmeira com cerca de 5 a 6 metros de altura, fruto verde e amarelo (coco-de-indaiá) (FERREIRA, 1986, p. 112).

- Etapa 7 – no processo da queima, a peça já bem seca, só poderia ser queimada lentamente em certas fases da lua e à noite para evitar que o calor e o vento prejudicassem o resultado final, com riscos de rachadura ou quebra. Nesta etapa, as peças tinham de ser colocadas de boca para baixo, em cima de uma camada de pedras, a céu aberto, envolta em uma fogueira feita de galhos secos e cascas de árvores;
- Etapa 8 – a impermeabilização era o processo final no preparo das peças. Estas, logo após saírem da fogueira, ainda quentes, eram untadas com jutaicica, uma goma vegetal oriunda do jutaieceiro (árvore comum na Amazônia, hoje extinta) que, em contato com a chuva, o calor e o vento, endurecia-se, dando um brilho transparente e luminoso às peças.

Esta disposição ordenada estabelecida pelos marajoaras, muito já se modificou. Nos dias atuais, em função da introdução da tecnologia, de novos materiais e técnicas, estas foram adaptando-se cada vez mais às novas necessidades que o mercado contemporâneo solicita. Antes, os recursos utilizados por esses povos marajoaras eram essencialmente naturais; hoje, até mesmo em função da escassez desses recursos naturais, as etapas foram se adaptando aos novos processos químicos, como, por exemplo, tintas plásticas, uso de tornos²², instrumentos para decoração feitos de metal e outros tipos de materiais fabricados; a queima em fornos industrializados e assim por diante.

1.3 Destaques da Cerâmica Marajoara

Os índios marajoaras tinham dois métodos de cultuar seus mortos, cremando-os e enterrando nos tesos suas cinzas cuidadosamente armazenadas em urnas funerárias. Os tesos eram locais onde construía suas habitações, realizavam suas atividades domésticas, produtivas e ritualísticas, e enterravam seus mortos. Eles faziam isso devido às recorrentes inundações do rio, que não permitiam edificar suas habitações e nem fazer seus costumeiros cemitérios em elevações rasteiras. Dessa forma, foram consideradas grandes obras da engenharia indígena, por

²² Engenho que imprime movimento de rotação a peças de madeira, marfim, ferro etc. para trabalhá-las dando-lhes formas cilíndricas ou arredondadas, [...] (DICIONÁRIO ESCOLAR DA LÍNGUA PORTUGUESA, 2008, p. 1.242).

estarem notavelmente adaptadas às condições ambientais da região Amazônica. Nos tesos também foram encontrados vasos que provavelmente eram utilizados para fazerem oferendas nas cerimônias fúnebres.

De acordo com os estudos de Dalglish (1996), os tesos, também chamados de aterros artificiais, chegavam a medir até 200 metros de comprimento por 30 metros de largura e 10 metros de altura, sendo até hoje considerados objetos de estudos arqueológicos. Mas também e, infelizmente, por esta grandiosidade, tornaram-se alvos fáceis, tanto na identificação dos ricos sítios arqueológicos marajoaras, como na ação depredadora e saqueadora por pessoas inescrupulosas desses inestimáveis achados arqueológicos.

A cerâmica marajoara pode ser destacada e identificada em função dos seus inúmeros objetos típicos, com traçados característicos que a singularizavam. Urnas funerárias, vasos, tangas, etc., são alguns dos seus destaques.

1.3.1 Urnas Funerárias e Vasos

As urnas representavam a característica mais marcante da fase marajoara. Elas indicavam a posição social do morto, a partir das decorações nelas gravadas: umas mais finas, outras mais simples. “As urnas tinham função exclusiva para enterramentos secundários, ou seja, apenas de ossos, realizados nos cemitérios”. (GALVÃO apud IDESP, 1973, p. 41-42).



Urna funerária Joanes pintado



Réplicas de urnas funerárias e vasos

Figura 4 – Gravura de urna funerária e fotografia de vasos marajoaras
Fonte: Schaan (1996) e Acervo pessoal (2009)

Outra característica marcante na decoração das urnas foi a utilização da técnica do *Champlevé*, que se destaca por ter certa profundidade, dando-lhe uma gravura em relevo, cuja técnica diferencia-a das demais culturas cerâmicas.

Segundo os pesquisadores, os vasos foram encontrados nos tesos e eram utilizados muito provavelmente como oferendas nas cerimônias fúnebres. De qualquer maneira, estes objetos fazem parte das estilizações das peças dos antigos povos marajoaras e que são bastante reproduzidos no Polo Cerâmico de Icoaraci.

1.3.2 Tangas

Segundo Galvão (apud IDESP, 1973), as peças definidoras por excelência da fase marajoara, pela exclusividade, originalidade e tratamento decorativo, são as chamadas tangas. Muitas delas foram encontradas atadas às urnas funerárias femininas.



Figura 5 – Fotografia de réplicas de tangas marajoaras
Fonte: acervo pessoal (2009)

Pelo tipo de fabricação e coloração que eram feitas nas peças, a cultura marajoara demonstrava todo o cuidado que tinha em sua confecção. À época do estudo, não se sabia exatamente qual era a real função das tangas: ornamento pessoal ou elemento de cerimônias religiosas – cultos fálicos. As tangas possuíam cores e traços que nunca se repetiam, diferentemente das outras peças marajoaras.

1.3.3 Estatuetas

As estatuetas eram também chamadas de ídolos. Arqueologicamente foram encontradas primeiramente na fase Mangueira, seguidas das fases Marajoara e Aruã (MEGGERS E EVANS apud IDESP 1973, p.61).



Estatueta Marajoara



Réplica de Estatueta Marajoara

Figura 6 – Gravuras de estatuetas marajoaras
Fonte: MAE-USP e Museu Paraense Emílio Goeldi

Muitas estatuetas foram encontradas dentro de tesos. Normalmente representavam a figura humana em formas estilizadas, geralmente do sexo feminino, atribuindo-se a isso funções mágico-religiosas. Além disso, “quase sempre se apresentavam com a pintura branca decoradas em tonalidades vermelha e marrom” (SCHAAN, 1996, p.97). Normalmente eram pequenas e ocas, “contendo seixos em seu interior que, quando sacudidas faziam barulho semelhante ao maracá” (GALVÃO apud IDESP, 1973, p. 61-62).

1.3.4 Estilizações

As estilizações são criações artísticas dos artesãos paraenses que imitam as concepções geométricas dos desenhos marajoaras, que segundo Barata (apud IDESP, 1973) são consideradas as formas mais primitivas das artes plásticas.



Igaçabas e vasos estilizados



Pratos cerimoniais estilizados

Figura 7 – Fotografias de estilizações de peças em Icoaraci

Fonte: acervo pessoal (2009)

A cerâmica marajoara, por essas particularidades estéticas, decorativas e cheias de significados simbólicos, faz da cultura histórica do Marajó destaque entre outras culturas indígenas. Esta evidência suscita até hoje inúmeras imitações, cópias e mesmo estilizações de seus traçados que se perpetuam como símbolo cultural do Pará, do Brasil.

1.4 A Cerâmica Marajoara em Icoaraci

Historicamente, em 1650, portugueses desembarcaram às margens onde hoje é o chamado “Pontão do Cruzeiro”. Eles procuravam um local seguro para instalar a cidade de Santa Maria de Belém, encontrando ali grandes quantidades de colméias, denominando então aquele local de “Ponta do Mel”. Os portugueses, com medo de serem atacados por piratas franceses e holandeses (comuns na época e intencionados em explorar a região), desistiram de se instalar naquela cidade. (GUIMARÃES, 1996).

Em outubro de 1705, o rei de Portugal concedeu títulos de terras a Sebastião Gomes de Souza, que naquele local abrigou sua família, intitulando aquelas terras de Fazenda Pinheiro. Este nome deveu-se ao fato, extra-oficial, de que o sesmeiro seria oriundo da cidade portuguesa Pinheirense. (A HISTÓRIA..., 2000/2005).

Em 1762, Antonio Gomes do Amaral comprou a fazenda e a doou, antes de morrer, ao convento de Nossa senhora do Monte Carmo em troca da realização

de missas anuais por sua alma. Em 1824, a Ordem dos Frades Carmelitas Calçados tornou-se o novo dono da fazenda, que depois foi vendida juntamente com a Fazenda Livramento - área vizinha de onde retiravam argila para olaria - ao Tenente-Coronel Antônio Correia Bulhão. Sua filha, Maria Francisca Bulhão, vendeu a fazenda ao então general Francisco D'Andréa, governador da Província do Grão-Pará. E, em 1861, instalou na Fazenda Pinheiro, a Escola Agrícola Dom Pedro I, a primeira do Pará. (A HISTÓRIA..., 2000/2005).

Em 1869, a Fazenda Pinheiro, através da Lei Provincial nº. 598, foi transformada em povoado de Santa Izabel, sendo toda demarcada em logradouros e lotes para serem aforados. Já em 1883, através da Lei nº 1.167, este povoado recebeu o nome de São João Batista, tendo uma capela do mesmo nome. E em 1895, pela Lei nº 324, o povoado foi elevado à categoria de Vila. Surgiu então a Vila Pinheiro, atual Icoaraci.

A Vila Pinheiro ficou conhecida por este nome até dezembro de 1943, quando ganhou o título de Distrito de Belém. O então Governador Magalhães Barata, através do Decreto-Lei nº 4.505, mudou-lhe o nome para Icoaraci, que segundo alguns historiadores, a origem do nome foi uma homenagem que Magalhães Barata prestou a um amigo chamado Coraci. Outros historiadores dão outras versões à origem do nome. Dizem que a definição correta vem do Tupi-Guarani, da junção das expressões “*icoara*” (água), e “*ci*” (mãe) – “Mãe de todas as águas”. (ORIGEM..., 2000/2005).

No início do século XX, esta vila tornou-se local de descanso aos finais de semana e férias da elite paraense e muitos famosos. Sua localização nos arredores de Belém, nas proximidades das praias, fez muitos comerciantes ricos e poderosos da época construírem seus chalés de veraneio, que hoje tornaram-se ícones arquitetônicos da Vila.

Nesse mesmo período, Belém tornou-se polo atrativo de muitas pessoas dessa elite. Foi um momento marcado pela extração da borracha, de grande apogeu para a cidade, sendo inclusive chamada de *Paris da América*, em uma referência notória à fase que atravessava a Europa naquela época – *Belle Époque*.

Dentre os ricos, influentes e poderosos portugueses, Eduardo Tavares Cardoso merece destaque por ter sido uma das primeiras pessoas da elite a adquirir um imóvel na Vila Pinheiro. O então Chalé Tavares Cardoso destacava-se pela sua beleza arquitetônica e paisagística, oferecida pelos jardins nos arredores do casarão. Este chalé e outros de mesma grandeza e beleza destacaram a Vila Pinheiro, hoje Icoaraci, tornando-se polo turístico, industrial e aprazível para moradia.

Além disso, a localização de Icoaraci, próxima à Ilha do Marajó beneficiava-o, pois viabilizava sobremaneira a utilização do transporte fluvial para escoamento de produtos como madeira e o pescado, inclusive a argila, para a preparação de peças em cerâmica.

Fazendo parte desse cenário, o lazer se destacava pela existência de zonas praianas em ilhas próximas. Também o artesanato, que hoje se mostra como um dos grandes carros-chefe de Icoaraci, e nas três últimas décadas, desenvolveu-se a cultura da cerâmica marajoara.

1.4.1. Da Cerâmica Marajoara à Cerâmica Icoaraciense

Na Amazônia, a argila é um produto naturalmente encontrado no meio ambiente. Os indígenas sempre utilizaram-na para fazer suas peças cerâmicas, tradicionalmente de forma ritualística que, na origem, se transmitia de mãe para filha e, contemporaneamente, os artesãos vêm repassando de pai para filho.

Ao longo das décadas, estas técnicas foram sendo repassadas de geração a geração, atravessando períodos em que se tinha pouca preocupação com a decoração e o trabalho artístico nas peças cerâmicas.

Em Icoaraci, a topografia foi um fator relevante ao desenvolvimento da atividade artesanal ceramista. Hoje, o bairro do Paracuri, foi outrora a Fazenda Pinheiro, que já era a junção da Fazenda Livramento com a Fazenda do Sr. Antonio Gomes do Amaral. As fazendas, unidas, eram entrecortadas pelo igarapé do Uxi e delimitadas então pelo igarapé do Paracuri às margens do furo do Maguari, mais especificamente a área denominada atualmente “Pontão do Cruzeiro”. Nesta área

territorial, encontrava-se abundante matéria-prima (argila), o que favoreceu a instalação das olarias, sendo uma das primeiras a surgir, a Olaria dos Espanhóis em 1909 (FIGUEIREDO; TAVARES, 2006).

Em Icoaraci, até os anos 60, o que se produzia de cerâmica era a de olaria – telhas, tijolos, potes, alguidares, filtros, dentre outras peças utilitárias e de uso industrial. Poucos eram os ceramistas que realizavam trabalhos artísticos na época, dentre eles o serigrafista Antonio Farias Vieira, mais conhecido como Mestre “Cabeludo”. Em 1966, Cabeludo, fez a cerâmica artística reproduzir-se em escala industrial. Foi ele o precursor, o pioneiro na mudança de curso em que a comercialização da cerâmica em Icoaraci se orientou. (CERÂMICA..., 2000/2005).

Mestre “Cabeludo”, encantando-se com os traços e grafismos Marajoaras vistos no livro de Raymundo Morais, chamado “Na Planície Amazônica”, utilizou-se de suas habilidades de pintor de cartazes e placas publicitárias. Lembrou que em Icoaraci já havia oleiros que fabricavam potes, vasos, alguidares, bacios e bilhas de barro, mas sem qualquer ornamentação e pintura. Começou então a reproduzir os traços marajoaras originais nas peças desses oleiros. Depois de um tempo, decidiu fabricar suas próprias peças com um toque artístico, copiando das inúmeras fotografias o estilo marajoara original, destacadas no livro. (CERÂMICA..., 2000/2005).

A primeira criação de Cabeludo foi uma urna funerária dos índios Maracá. Posteriormente, aprimorou seu trabalho, criando um método novo e moderno, estilizando seus traços desenhados, passando então a fabricar todo o tipo de artesanato em argila, imitando o estilo marajoara. Neste seu intento, foi ajudado por filhos, genro, nora, netos que fabricavam as peças numa oficina construída nos fundos de sua residência, possuindo dois fornos para queima das mesmas.

Cabeludo também vendia a argila retirada do rio Paracuri aos artesãos artísticos que se proliferavam em Icoaraci. A grande aceitação das peças foi o fator multiplicador de artesãos e de muitos mestres que foram se formando. Foi numa época em que a indústria do plástico e do alumínio era crescente, e havia uma redução contínua do interesse por utensílios em cerâmica lisa, fazendo cair drasticamente a produção a ponto de muitas olarias fecharem e muitos artesãos

abandonarem o ofício, já que dele faziam o sustento da família. Assim destaca um importante mestre da comunidade:

[...] a cerâmica quando a partir de 1974 ela estava atravessando um momento muito difícil, pois naquelas alturas havia um grande adversário na aquisição dos produtos que era a chegada do plástico e do alumínio, então por outro lado, a chegada das geladeiras e dos *freezers*. A gente (artesãos) tava sentindo que havia uma possível quebra na produção e na venda do produto porque quando quebra a venda logicamente quebra a produção, então produção e venda andam juntas, principalmente a venda que incentiva a produção (PAJÉ, 2009).

Muitos dos mestres que surgiram foram construindo um saber mais aprofundado, aperfeiçoando a reprodução das cópias. Dentre eles temos o Mestre Raimundo Cardoso, um aprendiz de Mestre “Cabeludo”, pertinaz estudioso da cerâmica indígena Marajoara que começou a fazer pesquisas no Museu Goeldi.

[...] Mestre Cabeludo, ele influenciou assim, como te falei no princípio da entrevista que a cerâmica de Icoaraci estava batendo à beira da falência, porquanto era uma produção que era feita que vinha desde os tempos da colonização, quando os colonizadores chegaram a Belém em 1616, e em 1660 chegou por aqui em Icoaraci. A partir daí então 200 e poucos anos o artesão viveu em função dessa cerâmica utilitária que era cerâmica de dentro do lar, das prendas do lar: o prato, a tigela, a panela o alguidar, o penico de barro, o pote, a bilha, a moringa e assim por diante. Com o invento do plástico e também a grande produção do alumínio, a geladeira e o freezer, a eletricidade de modo geral, então nós estávamos perdendo mercado, já tínhamos perdido quase todo o mercado, então era possível que dentro de 10 anos a gente perdesse 100% desse mercado, aí quando houve essa influência do Mestre Cabeludo que foi o renascimento da cerâmica marajoara, a partir dali então não só gerou recursos pra quem estava dentro do artesanato como inúmeras famílias que não tinham nenhuma tradição entraram pra trabalhar com a cerâmica. Foi uma alavanca, então o Cabeludo teve uma influência muito grande não só no meu trabalho como em todo o trabalho de Icoaraci, então foi uma alavanca muito forte. (PAJÉ, 2009)

Mestre Raimundo Cardoso, falecido em 2006, foi um artesão que reproduzia fidedignamente, em cópias perfeitas, as cerâmicas Marajoaras. Diferentemente de mestre Cabeludo, que pintava o estilo marajoara em suas peças, mestre Cardoso reproduzia inclusive os hachurados e as incisões que eram encontradas nas peças originais marajoaras. Ganhou destaque nacional e internacional pelo seu trabalho primoroso.

A produção da cerâmica artística aumentou e sentiu-se a necessidade de uma maior comercialização. Todos os artesãos de Icoaraci já adotavam o trabalho artístico em suas peças cerâmicas pelo retorno financeiro que lhes trazia. Icoaraci

mudou tornando-se novamente roteiro turístico obrigatório pela originalidade das cópias indígenas que seus mestres reproduziam. Diniz e Diniz (2007) esquematizam no diagrama 1 abaixo, como o desenvolvimento da cerâmica artística icoaraciense ocorreu:

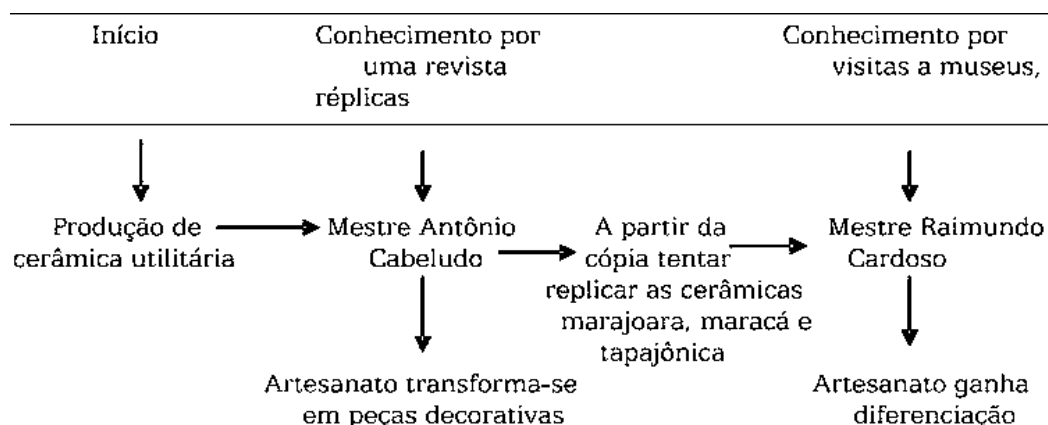


Figura 8 – Diagrama do processo de inovação da cerâmica de Icoaraci

Fonte: (DINIZ; DINIZ, 2007, p. 186)

Na década de 70, houve, portanto, a grande explosão das reproduções. Porém, pela falta de preparo dos artesãos, que se arvoravam a reproduzir os traços marajoaras para venda direta aos seus clientes, surgiu a figura do atravessador que se propunha a ajudá-los no intento de venda. Mas estes, astuciosamente, aproveitavam-se da oportunidade para auferir lucros maiores em cima dos artesãos.

Aliado a este fator, no afã da produtividade, foi se perdendo a preocupação com a fidedignidade dos traços e riscados. O intuito era facilitar a produção em série e atender a demanda, visando o lucro e, conseqüentemente, o sustento da família. Desta forma, o trabalho artesanal cuidadoso, parecia se perder, pois todos da família entravam no processo produtivo, sendo ou não aptos, gostando ou não do ofício, empobrecendo muitas vezes a qualidade e a originalidade do produto final das peças produzidas.

Segundo (Knopp; Darbilly, 2007) o desenvolvimento local de uma região, atrelado as suas práticas culturais, não deveria limitar-se ao crescimento econômico. De acordo com os autores:

Desenvolvimento pressupõe igualmente inclusão social, resgate e valorização cultural. Pensar em desenvolvimento sobre a ótica econômica desconsiderando aspectos culturais parece ilógico ou insustentável, pois a

cultura antecede a economia na construção da forma humana de organizar o trabalho e a produção econômica. (p. 2).

Este retrato é bem destacado na realidade icoaraciense quando a preocupação com a preservação da cultura foi colocada em segundo plano. A consequência deste fator foi a perda da originalidade do estilo marajoara em detrimento da praticidade econômica do estilo icoaraciense.

Entretanto, muitos dos artesãos ainda hoje resgatam alguns traços marajoaras originais, misturando aos seus traços criativos próprios. Fazem daí um estilo híbrido que não tem nada a ver com a arte marajoara essencialmente original da histórica civilização de outrora, mas que ainda assim guardam a sua essência. É o que hoje os artesãos de Icoaraci chamam de a **Cerâmica Icoaraciense**, que apresenta seu próprio traçado, fruto da tradição modificada não só pela criatividade artística cabocla, mas também por uma necessidade de sobrevivência.

[...] a cerâmica marajoara chegou aqui com o sentido de colaborar com cerâmica que já existia aqui em Icoaraci, que é a cerâmica originada dos colonizadores portugueses que trouxeram a arte cerâmica para cá. Então, lá no Marajó fazia um tipo de cerâmica e aqui se fazia outro, sendo que lá no Marajó se produzia antes da colonização e aqui passou a se produzir depois da colonização. A partir daí, então com a chegada dessa cerâmica aqui em Icoaraci, dessa cerâmica marajoara, então ela passou a dar um impulso na cerâmica e o artesão de Icoaraci, ele com certeza, obteve esse favorecimento através desse impulso que ela deu e ainda hoje ajuda na manutenção da cerâmica. Porquanto hoje apesar de que já existe fora da cerâmica marajoara outras cerâmicas, hoje, que foram criadas inclusive pelo SEBRAE, foi criada alguma coisa diferente e também pelo próprio artesão que ele introduziu dentro da cerâmica marajoara outros tipos de cerâmica que ajudou exatamente o consumo dela. Que é a chamada cerâmica icoaraciense, que é uma fusão de várias cerâmicas misturadas, inclusive a cerâmica que foi criada e inventada aqui mesmo em Icoaraci (PAJÉ, 2009).

A Cerâmica Marajoara como cultura ainda existe, mas quando você fala de Icoaraci, você não pode falar só de Marajoara porque na maioria do povo do Paracuri, ele não faz Marajoara. São duas coisas diferentes: uma é a que chamamos de Cerâmica de Icoaraci (Paracuri) e outra de Cerâmica Marajoara. Tanto que a Cerâmica Marajoara são poucos que fazem. Agora tudo que nasceu no Paracuri foi com raízes na Cerâmica Marajoara principalmente. Existe essa divisão, tem pessoas que só se preocupam com a sua subsistência porque sabe que começou a fazer cerâmica e por mais que você vá ao Paracuri e já se criou o mito de que tudo é Marajoara. Mas ainda existem pessoas que se preocupam em manter a cultura, essas raízes culturais. Eles conseguem fazer uma diferença entre o que não é Marajoara, mas o artesão de Icoaraci não faz Marajoara, mas como vender Cerâmica Marajoara é coisa certa, então ele faz daquela sua obra, mesmo não sendo, ser Marajoara, porque é uma palavra mágica, pois ele viu que os clientes por não discernirem traços, acham que tudo é Marajoara, eles então tornaram tudo mercadologicamente Marajoara (IGAÇABA, 2009).

Muitos já mudaram os traços da Cerâmica Marajoara. Os traços da cerâmica são estilizados. Os traços seguem a linha Marajoara, a idéia Marajoara, porém com uma criatividade própria do artesão de hoje, que caracteriza a cerâmica de Icoaraci, dando-lhe uma nova linguagem. Nem todo artesão conhece os traços Marajoaras originais, então ele se prevalece de alguns e cria os seus próprios traços. Os novos designs é que chamam muito a atenção do turismo. Quem compra mais peças originais são historiadores e conhecedores da cultura Marajoara como os estrangeiros. Os brasileiros compram mais inovações (TUXÁUA, 2009).

Não é a Cerâmica Marajoara em si, mas é a Cerâmica de Icoaraci. São traços estilizados. Nós temos alguns traços que são da Cerâmica Marajoara, mas muitos traços já foram criados pelos artesãos daqui, até porque o artesão não vai ficar só copiando, ele tem que criar alguma coisa, pois, as réplicas mesmo da Cerâmica Marajoara saem muito cara. As que estão por aqui são de poder aquisitivo menor e tanto podem ser decorativas como utilitárias. Essas cerâmicas utilitárias, como: jogo de feijoada, jogo de mantimentos, pratos de parede, estes tipos foram criados aqui em Icoaraci, não tinha isso. Tinham alquidares, algumas painéis, bacias, mas estes que fazemos aqui é nosso e isso é cultural (ANANATUBA, 2009).

O mercado da cerâmica hoje, no contexto de Icoaraci, pelo natural processo de triagem que faz parte do seu conjunto, expurga os falsos ou maus artesãos. Deixa os artistas que persistem nas tradicionais formas de se fazer uma arte cerâmica, mas também aceita os novos artesãos que trazem a criatividade aos seus trabalhos, como alternativa de venda e retorno do ofício que escolheram.

1.4.2. Enfoque Atual da Cerâmica em Icoaraci

Diante do processo de valorização da cerâmica icoaraciense, em bases assentadas originariamente na secular cerâmica marajoara, formatou-se o histórico do Polo Cerâmico de Icoaraci.

A primeira feira do artesanato surgiu na praça central de Icoaraci. Foi construída na época do governo Hélio Gueiros (1993 a 1996), por intermédio da primeira dama Terezinha Gueiros, quando houve a sugestão de uma ajuda inicial para a instalação de uma infraestrutura mínima que pudesse melhor acomodar os artesãos para exposição de suas peças. Foram montadas barracas de lona na praça, antes abandonada pelo poder público, objetivando inclusive urbanizar o local e também reduzir a venda das peças dos artesãos por intermédio de atravessadores.

Desse acordo, partiu a iniciativa da criação de uma associação, a Sociedade dos Amigos Artesãos de Icoaraci (SOAMI), que trabalha sem a

participação de outras associações/cooperativas. Esta associação surgiu com intuito de fazer com que os artesãos se organizassem e pudessem aumentar sua produção e lucratividade. Nesta época, já existia a Cooperativa dos Artesãos de Icoaraci (COARTI), a mais antiga - cerca de trinta anos de existência – porém, não teve participação nesta empreitada.

O Conselho Superior de Artesãos do Pará (COSAPA) e a Associação dos Barreiristas de Icoaraci (ABIC) são entidades mais recentes, procurando açambarcar aqueles artesãos que porventura não puderam ou não quiseram fazer parte das outras associações/cooperativas, por questões políticas ou mesmo de interesse pessoal. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) formou uma associação de artesãos direcionada somente para as vendas das peças – MANUPARÁ – que teve pouco tempo de vida. O relato abaixo demonstra essa situação:

[...] tinha o MANUPARÁ, não sei se ainda tem, que foi uma central de negócios que foi o SEBRAE que incentivou, foi um incentivador na criação dessa central de negócios. É uma metodologia que nós temos no SEBRAE, mas que na verdade deveria ter sido apropriada, as pessoas deveriam ter se apropriado e não houve essa apropriação, não houve essa continuidade, houve um interesse, começou-se a implantar a metodologia, veio consultoria e tudo, mas, acredito que não houve continuidade; as lideranças não ficaram... (CARAIPIÉ, 2009).

O esforço de juntar-se em associações/cooperativas começou principalmente pela necessidade da classe de manter seu ofício na comunidade, assim como o sustento de suas famílias. Entretanto, não foi o que aconteceu com toda a comunidade artesã ceramista.

No governo de Jäder Barbalho, este, para regularizar a situação dos artesãos, determinou que todos deveriam estar vinculados a associações/cooperativas para usufruírem de determinados benefícios concedidos a estas instituições. Um deles era que cada entidade poderia enviar até dois membros para fora do Estado a fim de participarem de exposições, feiras e outros eventos nacionais. Isso gerou a proliferação destes estabelecimentos, recheados inclusive de disputas internas de poder, que dificultava sobremaneira uma organização mais equânime dos artesãos, visando interesse comum.

Com isto, muitos recursos, benefícios e incentivos ou concentravam-se nas mãos dos dirigentes destas associações/cooperativas, ou de indicados por eles, gerando insatisfações, descréditos, indignações e até perdas motivacionais naqueles que desejavam reconhecimento profissional e não se enquadravam nesta lógica. Diante do quadro, artesãos descredenciavam-se ou trocavam de associações/cooperativas, ou ainda tornavam-se autônomos, na busca de um espaço profissional envolto em muita competitividade e jogo de interesses. Além disto, muitas associações criadas dissiparam-se por falta de quórum mantenedor.

Um dos ceramistas de referência e instrutor do Liceu de Artes de Icoaraci, em seu depoimento, falou ainda que esta desunião provocou, inclusive, desinteresse por parte do poder público e de algumas instituições privadas, em investir maciçamente no artesanato de Icoaraci. Ou seja, os investimentos ficaram pulverizados, retardando todo um processo de fortalecimento que a categoria de artesãos poderia obter.

No contraponto, a revista *Ver-o-Pará* (2007), destaca em matéria que os artesãos entrevistados falam da evolução que tendem a se moldar para acompanhar as tendências do mercado globalizado. O uso da *Internet*, técnicas de reaproveitamento das sobras de argila, dentre outros, são mecanismos que os artesãos vêm buscando para melhoria de seu trabalho.

Dentre as contribuições do poder público aos artesãos, a de maior impacto, além daquelas comentadas do governo Hélio Gueiros, foi na administração do Prefeito Edmilson Rodrigues do Partido dos Trabalhadores (PT). A atual infraestrutura montada na praça central foi implantada neste período, alavancando substancialmente aquela região como polo de lazer e turismo.

Na gestão do governo Lula, a questão cultural procura focar a democratização das manifestações culturais populares. A cerâmica de Icoaraci é uma manifestação cultural tipicamente popular. Seu destaque advém da força nativa do seu povo que, ao recriá-la, vivifica a expressão conservadora das suas raízes cotidianas, que a perpetuam. É um saber marcado pela passividade, “uma arte de imitação no sentido do artista limitar-se a recriar o mundo que o cerca” (IDESP, 1973, p. 9).

Renomado mestre icoaraciense assim ressalta:

[...] as pessoas que trabalham atualmente com cerâmica elas começaram muito cedo a trabalhar, muito jovens e essa percepção, esse trabalho é de maneira inconsciente até um certo ponto ele não tem muita consciência, ele faz aquilo por prazer, satisfação ou porque o pai ou parente próximo está inserido naquele trabalho. Ele vai começando a fazer então isso de maneira inconsciente. Depois de um certo tempo não, aí ele vai tendo consciência do que vem a ser um artesão, do que é produzir uma peça indígena, mas inicialmente não (ARUÃ, 2009).

Entretanto, a globalização, dentre outros fatores contemporâneos, obriga-lhes a uma mudança em seu processo produtivo como um todo. Abala ininterruptamente todo seu cortejo de vestutas representações e concepções deste processo e de todas as condições sociais do Distrito, reformulando-a rumo à modernidade desmedida. Assim encontramos nas falas dos entrevistados.

A argila, que é o produto que nós trabalhamos ele é encontrado em todo o Estado do Pará, em vários lugares do Estado do Pará, então você pode ter dificuldade aqui em Icoaraci porque as áreas onde se coleta essa argila estão sendo ocupadas de maneira irregular. Está se perdendo espaço para as invasões, em contrapartida você pode adquirir esse material em outras áreas só que quando fica distante você tem um valor mais alto para conseguir esse material, então custa mais caro você produzir. Se a matéria prima custa mais caro, o produto final vai encarecer, isso vai dificultar a venda, isso é uma cadeia. (ARUÃ, 2009)

Eu não diria que a questão da cerâmica pode acabar, que vai acabar, eu diria que vai diminuir muito porque hoje em dia os jovens não têm tanto interesse em trabalhar com produto que, de certa forma, precisa de muita concentração, de muita dedicação, ele quer uma coisa mais rápida, porque é um aprendizado também lento, então o jovem hoje não quer se dedicar a aprender uma profissão que custe, apesar de que na família pode ter pessoas que façam, mesmo assim, está diminuindo drasticamente. (ARUÃ, 2009)

Outras pessoas importantes envolvidas com a cerâmica icoaraciense também reforçam o impacto que a globalização trouxe para a comunidade:

No tempo do meu avô, do meu pai, os filhos ainda eram criados dentro das olarias. De um tempo para cá não. O Paracuri era um local pacato, em que se conhecia todo mundo. Com aquelas invasões, entrou todo tipo de coisa. Gente que não presta, mas também entrou gente que presta, mas a maioria é gente que não presta. Hoje em dia nós já vimos muitos meninos desses se perderem tudo nas drogas, porque é muito mais fácil vender uma peteca ali na esquina do que fazer uma peça. Tu vendes lá e ganha digamos R\$ 50,00 no dia, aí o moleque vai passar uma semana toda pra ganhar R\$ 50,00 no sábado? Mas antes ele vender para o traficante. O tráfico é um negócio tenebroso. Aonde ele chega, ele devasta e isso aconteceu com a nossa comunidade. Em cima disso surgiram nossas preocupações em dar cursos, de estar incentivando estas pessoas a valorizar esta profissão, surgiu o Liceu justamente por isso (IGAÇABA, 2009).

Estas e outras ocorrências, que já fazem parte do cotidiano de qualquer sociedade, em função da globalização, a cada dia mudam o desenho da produção cerâmica de Icoaraci e seus contornos. Hodiernamente vê-se desgastada, esquecida, preterida, abandonada, depreciando-se a cargo do tempo e da falta de recursos, principalmente governamentais.

Nova fala de reconhecido mestre de Icoaraci reforça o exposto:

[...] a prefeitura tem um órgão de turismo que nada faz, o Estado também tem a PARATUR que pouco faz, no sentido de divulgar tanto a cultura como todas as potencialidades turísticas do Estado do Pará, pouco faz. As administrações passadas já deram muito importância ao setor artesanal, ao setor de cerâmica. A PARATUR há anos atrás foi a que mais comercializou artesanato em todo o Estado do Pará. Vinha gente de vários lugares do Brasil e do exterior comprar cerâmica na PARATUR, então os artesãos viviam num determinado momento da história da cerâmica aqui em Icoaraci entregando, vendendo seu material exclusivamente à PARATUR. Eu fui uma das pessoas que vendeu por muitos anos para a PARATUR. A minha produção, eu vendia pra ela e ela revendia. (ARUÃ, 2009).

Ainda que notícias alardeiem melhorias e investimentos futuros, como mostra em nota na página eletrônica da Prefeitura de Belém:

[...] através do Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur), criado pelo Governo Federal e coordenado no Estado pela PARATUR, serão investidos 44 milhões de dólares no setor de turismo no Pará. Desse total, US\$ 6,6 milhões serão revertidos para Belém, em projetos de melhorias no Ver-o-Peso, Mercado de São Brás, além de infraestrutura e capacitação profissional. [...] "Icoaraci é um Polo turístico importante para a cidade, e vamos mostrar que com investimentos pode se transformar em um Polo de atração turística, além de gerar emprego e renda para a população local", destacou Khayat. [...] "Temos todo o interesse em mostrar as nossas potencialidades aos representantes do BID, que pode ser um parceiro importante no desenvolvimento do turismo em Icoaraci", explicou a agente distrital de Icoaraci, Ivy Portella. (REPRESENTANTES, [2009], p.1)

As melhorias ainda não têm data certa de chegada. E enquanto isso, um jovem é perdido para o mundo das drogas, uma peça é deixada de produzir ou de ser vendida por falta de comprador, um artesão deixa seu ofício e Icoaraci perdendo, como em gota d'água, sua autoestima, esperança e seu valor cultural maior.

CAPÍTULO II: AS POLÍTICAS CULTURAIS E OS MECANISMOS DE FINANCIAMENTO À CULTURA

Ao falarmos em política cultural devemos ter em mente que existe uma distinção bastante importante em relação às políticas de cultura, as quais assumem um caráter de ação concreta, como por exemplo, as leis de financiamento e os editais. Para Barbalho (2007), “a política cultural ocorre em nível mais estratégico, sendo, por esse motivo, mais criativa e propositiva, detentora de poder simbólico na arena cultural”. O referido autor cita McGuigan (1996) que, “relaciona a política cultural ao confronto de ideias, lutas entre instituições e relações de poder na produção e circulação de significados simbólicos”.

Este trabalho ateve-se mais especificamente nas políticas de cultura, especificamente nos incentivos culturais. Rodrigues (2005, p. 8), em seus estudos, relata que há “pouca bibliografia que trata especificamente do baixo uso dos incentivos”. Entretanto, este estudo procurou demonstrar os diversos tipos de mecanismos de financiamento da cultura; quais deles voltaram-se para a cerâmica de Icoaraci e se os mesmos trouxeram, ou não, algum reflexo para as pessoas envolvidas, direta e indiretamente, nesta atividade.

2.1 Os Mecanismos de Financiamento Culturais

Os mecanismos de financiamento são uma realidade no campo cultural. Eles visam colaborar e mesmo concretizar projetos culturais nas suas mais diferentes formas de expressão, com o objetivo de difundir e preservar primariamente todos os valores e princípios que sustentam o paradigma comunitário de um povo (SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA, 2007).

No Brasil sempre houve alguma forma de fomento às atividades artístico-culturais. Entendia-se que qualquer produtor cultural, sozinho, não conseguiria levar a cabo seu projeto, se não tivesse capital suficiente para isso ou algum tipo de apoio financeiro.

Os financiamentos a projetos culturais sempre foram feitos de diversas formas. Porém, desde 1986, o Estado, sob a forma de leis específicas, viabilizou

estes financiamentos através das leis de incentivos culturais, divididas em modalidades: doações, patrocínios e investimentos.

Nas doações, os recursos chegam ao produtor cultural sem que haja interesse do incentivador de retorno financeiro, publicitário ou promocional por parte da doação feita. É o chamado *mecenato cultural*.

Quanto ao patrocínio, os recursos chegam ao produtor cultural, mas há por parte do incentivador um interesse publicitário, promocional e/ou retorno institucional deste. É o chamado *marketing cultural*.

Já na modalidade investimento, os recursos chegam ao produtor cultural na condição de que o incentivador participe da lucratividade de todo o processo que envolve o projeto. Ele vê o projeto cultural como um negócio, um empreendimento.

Todas as modalidades abrangem compensações adquiridas pelos investidores, por gastos efetuados com apoio à cultura. Entretanto, se o nosso olhar focar detidamente nas entrelinhas desse bordão veremos, que o que se mostra nos bastidores são culturas privadas, muito atreladas a entidades financeiras, com disputas de privilégios e direcionamentos de verbas a setores restritos da produção cultural, ou seja, algo fora de uma realidade dita e aclamada. (PORTO, 2007).

Diante desta discussão, na figura 9 abaixo, podemos constatar os questionamentos acerca dos prós e contras às leis de incentivos.

Posições favoráveis	Posições contrárias
➤ O Estado não deve ser produtor de cultura, mas apenas provedor dos recursos que a sociedade alocará da maneira que melhor lhe convier; ➤ A renúncia fiscal liberta a atividade cultural do paternalismo estatal e das restrições ideológicas dos grupos políticos que eventualmente ocupam o poder; ➤ O incentivo cultural é um instrumento ágil, pois independe de uma série de trâmites burocráticos exigidos pelo poder público; ➤ Facilita o estabelecimento de parcerias entre o mercado e o governo com a finalidade de executar projetos de interesse público e estimula de várias maneiras a profissionalização do setor cultural, desde as fases de elaboração dos projetos e busca de patrocínio até a etapa de execução e pós-produção; ➤ A renúncia fiscal faz crescer o montante de recursos disponíveis em todas as regiões, principalmente naquelas que concentram maior população (e público consumidor de cultura) e onde a produção cultural é quantitativamente mais representativa.	➤ O incentivo fiscal tem provocado a diminuição, em alguns casos, até mesmo a substituição dos orçamentos dos órgãos de cultura e, quando permite que projetos desses órgãos possam ser incentivados, estabelece uma disputa desigual entre o Estado e os produtores culturais na captação de recursos; ➤ Esse instrumento transfere do Estado para o mercado a responsabilidade de incentivar a cultura; mercantiliza a cultura, submetendo a criatividade e a liberdade artística aos parâmetros mercadológicos; beneficia os artistas consagrados, com os quais os patrocinadores; preferem identificar suas marcas, em detrimento das propostas inovadoras ou de cultura local e popular; ➤ Privilegia as regiões economicamente mais fortes, pois é nelas que se concentra a maior parte dos contribuintes de impostos e, portanto, os potenciais patrocinadores; ➤ Estimula a realização de eventos, que possibilitam retorno mais imediato de <i>marketing</i>, em detrimento de atividades de maior durabilidade, como a pesquisa, a formação artística e a criação da infraestrutura necessária para a área cultural; ➤ O incentivo fiscal é de difícil fiscalização, fator que estimula a má utilização ou desvio de recursos públicos.

Figura 9 - Quadro de posições favoráveis e contrárias às leis de incentivo a cultura
 Fonte: Adaptado de SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA (2007).

O Governo apresenta uma série de incentivos culturais, determinado em leis, objetivando estimular a iniciativa privada a investir em cultura. Os incentivos são mecanismos do governo para as empresas como forma de estimular investimentos na cultura. Entretanto, anteriormente, na época da Lei Sarney (1986), precursora das atuais leis de incentivo, não havia um controle efetivo de projetos culturais, bastando fazer um cadastramento como entidade cultural junto ao MinC. Sendo este

processo finalizado no governo Collor em 1990, o qual revogou todas as leis de incentivos culturais vigentes à época (CALABRE, 2007).

Com a criação da Lei *Rouanet* em 1991, houve maior controle dos incentivos. Passou-se a exigir a aprovação de projetos relacionados à cultura baseados no mérito e aprovados pelo Conselho Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), além da exigência de autorização oficializada junto ao Diário Oficial da União na captação das empresas, e realização de auditorias nos processos de prestação de contas (RODRIGUES, 2005).

Em 1990, foi criada, em São Paulo, a Lei 10.923/90, denominada Lei Marcos Mendonça. Esta lei, no entanto, só foi regulamentada em 1991, sendo pioneira e modelar na proposta de renúncia fiscal, via dedução de impostos. Os impostos que a lei incidia foram o Imposto sobre a Propriedade Territorial Urbana (IPTU) e o Imposto sobre Serviços (ISS), para quem aplicasse recursos na área cultural. Esta lei motivou diversos municípios e capitais brasileiras a criarem suas próprias leis municipais e estaduais de incentivo à cultura, determinando inclusive suas especificidades quanto aos processos de autorização de projetos, prazo de inscrição e formas de financiamento.

A Lei Marcos Mendonça, nos seus primeiros anos, movimentou aproximadamente US\$ 12 milhões e incentivou mais de 118 projetos. Quanto às leis de incentivo no âmbito estadual, as deduções incidiam sobre o Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Atualmente, quase todas as capitais e municípios brasileiros possuem suas leis de incentivo à cultura vigorando regularmente. (LEIS..., 2005, p. 1)

Em 1993, a Lei *Rouanet* foi ampliada, incorporando a Lei do Audiovisual com o objetivo de abater o ICMS, IPTU e ISS junto às empresas contribuintes. Esta lei, ao longo de sua existência, sofreu algumas alterações e reformas para que pudesse adaptar-se às necessidades dos novos tempos que vinham acontecendo. Projetando-se neste sentido, o Governo Federal, desde junho de 2009, vem propondo uma nova reforma na lei, com o objetivo de facilitar o acesso aos mecanismos de financiamento às diversas produções culturais do país. Agora o

governo quer ampliar sua capacidade de fomento à cultura, aumentando também as formas de como o produtor pode acessar os recursos da lei.

Os incentivos culturais que o governo determina em lei, fazem parte das três esferas governamentais. São eles:

2.1.1 Incentivos Federais

- Lei Rouanet (Lei nº 8.313/91): define benefícios fiscais para empresas que apoiarem projetos sócio culturais sob a forma de doação, patrocínio ou investimentos. Como foi dito anteriormente, esta Lei está passando por reformas. Para tanto, o ministério formou grupos de trabalho que percorreram diversas cidades brasileiras procurando sugestões oriundas de consulta pública, com o objetivo de inserir no projeto, contribuições da sociedade brasileira para que se pudessem elaborar importantes reflexões acerca das necessidades artístico-culturais do povo brasileiro, que gerassem reais mudanças com ganho de legitimidade.
- Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93): define abatimentos no Imposto de Renda às pessoas jurídicas ou físicas que apoiarem projetos em obras cinematográficas de produção independente ou da área audiovisual;
- Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente: artigo 260 do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90), que define deduções do Imposto de Renda de pessoas jurídicas e físicas que investirem em projetos voltados para este grupo;
- Doações para Entidades sem Fins Lucrativos (Lei nº 9.249/95): define deduções no Imposto de Renda de pessoas físicas ou jurídicas que fizerem doações para entidades sem fins lucrativos;
- Doações a Entidades de Ensino e Pesquisa (Lei nº 9.249/95): define deduções no Imposto de Renda de pessoas físicas ou jurídicas que fizerem doações para entidades de ensino e pesquisa.

2.1.2 Incentivos Estaduais

Concedidos via redução do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte (ICMS). No Estado do Pará, as principais Leis são:

- Lei Semear/Lei nº 5.885/95 – que dispõe sobre o incentivo fiscal para a realização de projetos culturais no âmbito do Estado do Pará, e dá outras providências.
- Lei nº 6.089/97 – que altera a Lei Estadual nº 5.885, de 09 de fevereiro de 1995, e dá outras providências.

2.1.3 Incentivos Municipais

Baseados nas deduções do Imposto Sobre Propriedade Predial Territorial Urbano (IPTU), Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) e Imposto de Transmissão de Bens Imóveis (ITBI). Em Belém, as Leis de Incentivo Municipal são:

a) Fundo Monumenta (Lei nº 8.295/03): programa de municipalização da gestão dos bens patrimoniais do MinC, que alia preservação de conjuntos urbanos das cidades históricas. Divulgado e regulamentado prioritariamente pelo município de Belém. (Anexo B).

b) Pró-Arte (Lei nº 8.336/04): esta Lei cria o Programa Municipal de Incentivo ao Folclore e ao Artesanato do Município de Belém e dá outras providências. (Anexo C).

Segundo o SESI (2007), esta lei deveria prover todas as formas de artesanato e folclore de Belém, enaltecendo seus artistas, divulgando suas obras em eventos, apoiando o mercado cultural e gerando emprego e renda para esta população artística. Entretanto, em qualquer das entidades governamentais voltadas à cultura, nenhuma se dispôs a tratar de qualquer lei voltada a este setor cultural e muito menos ao Pró-Arte.

Por esta ausência de informação acerca do Pró-Arte, não foi possível saber se esta lei encontra-se em pleno funcionamento para outros setores do

artesanato e folclore, pois na realidade do Polo Cerâmico de Icoaraci, segundo a visão dos artesãos, esta Lei nunca foi aplicada.

c) Lei Tó Teixeira e Guilherme Paraense (Lei nº 7.850/97): foi criada em 17 de outubro de 1997, publicada no Diário Oficial do Município dia 22 de outubro de 1997 (ANEXO D), e regulamentada pelo Decreto Municipal nº 35.416 de 25 de junho de 1999. (ANEXO E) Esta Lei dispõe sobre incentivo fiscal para a realização de projetos culturais ou esportivos, amadores, no âmbito do Município de Belém.

Rodrigues (2005) relata que, para receber a renúncia fiscal, os contribuintes incentivadores (pessoa física ou jurídica) devem estar em dia com a Secretaria da Fazenda e serem contribuintes do Município. Este contribuinte incentivador tem o direito de receber o Certificado de Incentivo Fiscal que será utilizado para pagamento dos impostos ISS e IPTU, até o limite de 20% devido a cada incidência de tributos ou ainda 35% da fatura total, caso este contribuinte opte por pagar o IPTU em cota única. Como se configuram como as principais receitas dos Municípios, a renúncia fiscal é mais rigorosa. Além disso, como descrito no § 2º do art. 1º do DM nº 35.416/99, “o montante de recursos disponíveis para utilização como incentivo fiscal não excederá o valor correspondente a 0,5% da receita do ISS e do IPTU no ano fiscal anterior” (BELÉM..., 1999, p.1).

Contudo, em entrevista junto a FUMBEL as informações repassadas foram de que, esta Lei teria um teto máximo de R\$ 20 mil para contemplação dos projetos aprovados. A fala de um dos sujeitos destaca esta afirmativa:

Aí ela é feita como, ela tem um teto de 20 mil reais e aí a pessoa insere o projeto dela. Seja ele de esporte ou cultura, no caso aqui é mais voltado pra cultura. Nós temos vários tipos, olha, tá até aqui; nós temos literatura, teatro, artes visuais, dança, pessoa jurídica, empresas que trabalham com a comunidade, associações, cultura popular, tem música, [...]. (ENGOBO, 2009).

Diferentemente da Lei Rouanet, em que os incentivadores investem em cultura em três modalidades (doação, patrocínio e **investimento**), os incentivos municipais em cultura de Belém, poderão ser efetivados através das modalidades: doação, patrocínio e **financiamento**. Segundo um dos entrevistados, a modalidade comumente utilizada entre os investidores, via Lei, é o patrocínio.

Mesmo nesta modalidade em que se sobressai o *marketing* cultural, há uma grande dificuldade de investimento em muitos projetos culturais. Para a realidade do PCI, então, o patrocínio para o artesanato é inexistente.

A dificuldade deles é fechar o patrocínio. Falta boa vontade dos empresários de escutar, pra tentar chegar lá. Isto está acontecendo pelo fato de muita gente não levar o projeto a sério, deixar esse patrocinador na mão, não prestar contas, documentação. (ENGOBO, 2009).

Nem mesmo quem está na coordenação ou direção da Tó Teixeira, sabe onde o artesanato cerâmico poderia se encaixar.

O artesanato se insere, eu acho, que em cultura diversos. Eu ainda não vi uma obra assim realmente sabe, é muito difícil mesmo, [...] É muito difícil entrar. Dessa área da cerâmica, aqui, eu não vi entrar, ainda não, nenhum. Acho que tá faltando, de repente, uma maior divulgação ou as pessoas não estão conhecendo muito da lei, [...] (ENGOBO, 2009).

Segundo consta na Lei, os investimentos realizados não poderão ser destinados à empresa da qual o investidor seja sócio, acionista ou dirigente ou à pessoa física da qual seja parente até o terceiro grau. No entanto, o que muitos artesãos reclamam é que alguns dos poucos projetos que deram entrada pela Lei Tó Teixeira, dificilmente eram aprovados porque sempre existiram as preferências por determinadas modalidades. Tanto que quase sempre, alguns proponentes conseguiam não só aprovação de seus projetos como também patrocínios de pessoas jurídicas ou físicas, por conta de suas condições influentes no mercado da cultura e mesmo no esporte amador, conforme nos relata um dos sujeitos:

Eu vejo assim, por exemplo, vários projetos já foi para Lei Tó Teixeira daqui, só que não passa porquê? Pede para eles apontarem só um para cá, não tem... Então o que acontece, lá na Tó Teixeira, eu posso falar da de antes, mesmo nesse próprio governo, mas no governo passado do Duciomar. Existia três pessoas que avaliava projetos lá, uma, professora de dança, ela não entende nada disso aqui e nem sobre a cultura como o Carimbó que ela corta muito. Outro é o X; ele é de lá. Eu não recordo o nome do outro... Se for ver, nenhum dos três entende a nossa cultura. Quando o nosso projeto chega lá, eles falam: é cerâmica? E vai pro lixo, eu sei lá pra onde vai, mas aí não há interesse porque não é da parte deles. Aí você vê projetos sobre balé, passava, porque a professora de dança tava lá; o outro rapaz é que lida com teatro, aí projetos sobre teatro passava porque lidava com teatro e o Y gosta de apoiar atos religiosos aqui da igreja católica, então tudo passava e os outros não passavam, então, para mim eles não eram avaliadores, eles viam só o lado deles. (TUXÁUA, 2009).

Na Lei Tó Teixeira, há a criação de um Comitê de Avaliação de projetos. Este comitê é formado por quatro técnicos da Administração Municipal e quatro

representantes de entidades de classe, ligadas ao setor cultural ou esportivo, quando for o caso. Estes representantes terão mandato de um ano, podendo ser reconduzidos por mais um mandato, período em que não poderão submeter projetos até um ano depois de findado o respectivo mandato.

No entanto, é interessante observar, que é vedada a participação do investidor quando este participa do Comitê de Avaliação. Contudo, segundo notícia veiculada inclusive no site da Prefeitura de Belém, um dos contemplados pela Lei fazia parte do Comitê que avaliava os projetos.

A secretaria das leis de incentivo fiscais Tó Teixeira e Guilherme Paraense já está fazendo a entrega dos certificados dos projetos aprovados para as áreas de cultura e esporte amador [...] No cenário cultural, a Companhia de Dança Z teve quatro projetos aprovados [...] Há 40 anos trabalhando nessa área, a professora de dança tem seus trabalhos apoiados pela lei desde o ano passado. (FUMBEL..., [2006], p.1).

O Art. 3º da Lei Tó Teixeira, especifica o que se considera como projetos culturais ou esportivos amadores na esfera municipal.

- I - incentivos à formação artística, cultural e esportiva através da concessão de bolsas de estudos, pesquisa ou trabalho, no Brasil ou no exterior, a artistas, técnicos e atletas das áreas cultural e esportiva amadora, residentes no Município de Belém;
- II - incentivo à descoberta e formação de atletas através de iniciação esportiva;
- III - concessão de prêmios em concursos, festivais e competições promovidas pelo Município de Belém, a produções culturais, artísticas, técnicos, equipes, atletas e técnicos nelas envolvidos ou que se destaquem em atividades culturais ou esportivas amadores;
- IV - edição de obras relativas às ciências, artes e esportes amadores, em geral;
- V - produção de discos, vídeos filmes e outras formas de reprodução fonovideográficas de caráter cultural ou esportivo amador;
- VI - patrocínio de exposições, feiras, festivais e espetáculos de cunho artístico, cultural ou esportivo amador;
- VII - patrocínio de espetáculos folclóricos regionais, visando ao seu resgate e preservação;
- VIII - patrocínio de atletas e equipes de esporte amador;
- IX - restauração de obras e bens móveis de reconhecido valor cultural ou esportivo, desde que acessíveis ao público;
- X - construção, restauração e equipagem ou manutenção de espaços físicos próprios às atividades artísticas, culturais ou esportivos, desde que de propriedade de entidades sem fins lucrativos e de reconhecida utilidade pública;
- XI - construção, restauração ou equipagem de jardins botânicos, parques zoológicos, sítios ecológicos, e arqueológicos de importância sócio-cultural;
- XII - construção, restauração ou manutenção de praças e logradouros públicos;
- XIII - construção de monumentos que visem preservar a memória histórica, cultural ou esportiva do Município, do Estado ou do País;

- XIV - fornecimento de passagem para o deslocamento de artistas, bolsistas, pesquisadores, conferencistas, atletas, técnicos e preparadores físicos, residentes no Município de Belém, quando em missão de cunho cultural ou esportivo amador, no País ou no exterior, assim reconhecido pelos Poderes Públicos Municipais, Estaduais ou Federais;
- XV - custeio de transportes e seguro de obras de valor cultural destinada à exposição ao público;
- XVI - doação de bens móveis ou imóveis e obras de valor cultural ou esportivo a museus, bibliotecas, arquivos e outras entidades culturais ou esportivas de acesso público, cadastradas na Secretaria Municipal competente;
- XVII - doação de arquivos, bibliotecas e outras coleções particulares, que tenham significado especial em seu conjunto, a entidades culturais ou esportivas amadoras de acesso público;
- XVIII - doação de material didático-esportivo, como uniformes e equipamentos, que valorizem atividades desportivas amadoras;
- XIX - doações financeiras a entidades culturais ou esportivas;
- XX - criação, organização, equipagem ou manutenção de grupos culturais e equipes esportivas amadoras em qualquer modalidade. (BELÉM, 1997, p. 4)

Para o contribuinte incentivador obter o Certificado de Incentivo Fiscal, é necessário primeiro que o proponente apresente ao Comitê, cópia do seu projeto cultural ou esportivo amador, explicitando os objetivos e recursos financeiros. Após esta etapa, quando aprovado, o proponente recebe um Certificado de Habilitação para Captação de Recursos, para fins de definição do valor do incentivo e posterior fiscalização. Em seguida, este proponente, habilitado pela FUMBEL, irá buscar apoio junto às empresas para que estas recebam o Certificado de Incentivo Fiscal, por estarem apoiando seu projeto.

[...] às vezes são colocados bons projetos, bem explicados, documentação toda direitinha, aí são dados os R\$ 20 mil e o critério pra aprovação é a documentação e também o objetivo do seu projeto, qual é a meta dele, uma justificativa, principalmente porque o objetivo da nossa lei é a responsabilidade social. (ENGOBO, 2009).

O comitê por sua vez terá o prazo mínimo de 30 dias para apreciar e formular parecer sobre os projetos, contado a partir da data de apresentação dos mesmos. Caso o projeto seja aprovado, o poder municipal autorizará e emitirá os certificados para obtenção do incentivo fiscal, num prazo máximo de 30 dias aos contribuintes incentivadores que apoiaram os projetos dos seus proponentes.

Entretanto, para a realidade do PCI a principal Lei de Incentivo Cultural municipal sequer consegue ser conhecida e muito menos aplicada:

[...] o plano de ação para 2009 era levar a Tó Teixeira até Icoaraci, Mosqueiro. Porque as pessoas não têm essa visibilidade, não tem conhecimento da lei, então a lei tá aberta tanto pra área cultural como pra

área esportiva e as pessoas não tem esse conhecimento, principalmente nesses dois espaços aí... (ENGOBO, 2009).

A Lei Tó Teixeira funciona mais para os grupos organizados. São aqueles grupos que fazem uma maior cobrança das suas necessidades culturais de forma coesa e politicamente engajada. É o caso, por exemplo, das quadrilhas juninas, associações carnavalescas, entre outros. Como o grupo de artesãos de Icoaraci ainda não se articulou efetivamente para lutas mais coesas na busca de melhorias conjuntas, os benefícios não aparecem, porque também não aparecem seus grandes representantes para insistirem e pressionarem mais politicamente os órgãos responsáveis pelo seu fomento.

Em 2009, a FUMBEL aprovou 521 projetos que foram contemplados com os certificados da Lei para obtenção do incentivo fiscal. Deste número, 293 foram na área cultural dos 316 inscritos (FUMBEL..., 2009). Entretanto, nenhum na área ceramista ou direcionado ao PCI. O presidente da FUMBEL, não repassou qualquer informação ao pesquisador a respeito da Lei Tó Teixeira direcionada ao PCI. Isto demonstra total falta de conhecimento – ou interesse – acerca dos incentivos fiscais ao PCI.

Em 2010, a FUMBEL aprovou 408 projetos envolvidos na área de cultura e esporte amador do município de Belém. Deste total, apenas um na área de artesanato cerâmico, contemplado na categoria de projetos diversos, ou seja, sem especificação de uma categoria. A figura 10 abaixo demonstra o número de projetos aprovados pela Lei Tó Teixeira nos últimos 5 anos.



Figura 10 - Gráfico de projetos aprovados pela Lei Tó Teixeira (2006 a 2010)
Fonte: PMB/FUMBEL (2009)

Não foi possível constatar se houve ou não contemplação de projetos na área do artesanato cerâmico nos anos anteriores a 2010. Porém a Coordenação da Tó Teixeira informou que no período dos últimos cinco anos foram aprovados menos de 20 projetos.

A Lei Tó Teixeira não faz parte da realidade do PCI. Tanto que a maioria dos entrevistados sequer sabia como funcionava. Este tópico será detalhado no capítulo 3.

2.1.4 Fundo Nacional de Cultura (FNC):

Este fundo é o antigo Fundo de Promoção Cultural, criado pela Lei nº 7.505/86²³. Denominado atualmente com este nome após reestruturação da Lei supracitada, para a Lei nº 8.313/91, que instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). Constitui um fundo contábil público, destinado exclusivamente à execução de programas, projetos ou ações culturais, com recursos oriundos das seguintes fontes:

- I - recursos do Tesouro Nacional;
- II - doações, nos termos da legislação vigente;
- III - legados;

²³ Dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico.

- IV - subvenções e auxílios de entidades de qualquer natureza, inclusive de organismos internacionais;
- V - saldos não utilizados na execução dos projetos a que se referem o Capítulo IV e o presente capítulo desta lei;
- VI - devolução de recursos de projetos previstos no Capítulo IV e no presente capítulo desta lei, e não iniciados ou interrompidos, com ou sem justa causa;
- VII - um por cento da arrecadação dos Fundos de Investimentos Regionais, a que se refere a Lei nº 8.167, de 16 de janeiro de 1991, obedecida na aplicação a respectiva origem geográfica regional;
- VIII - Três por cento da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais e similares cuja realização estiver sujeita a autorização federal, deduzindo-se este valor do montante destinados aos prêmios; (Redação dada pela Lei nº 9.999, de 2000)
- IX - reembolso das operações de empréstimo realizadas através do fundo, a título de financiamento reembolsável, observados critérios de remuneração que, no mínimo, lhes preserve o valor real;
- X - resultado das aplicações em títulos públicos federais, obedecida a legislação vigente sobre a matéria;
- XI - conversão da dívida externa com entidades e órgãos estrangeiros, unicamente mediante doações, no limite a ser fixado pelo Ministro da Economia, Fazenda e Planejamento, observadas as normas e procedimentos do Banco Central do Brasil;
- XII - saldos de exercícios anteriores;
- XIII recursos de outras fontes (BRASIL, 1991, p. 4-5).

O Fundo tem como objetivo captar e destinar recursos para projetos culturais que “atendam às necessidades da produção cultural e aos interesses da coletividade” (Lei *Rouanet*, Artigo 4º, inc. V), considerando qualidade e quantidade do atendimento às demandas culturais existentes, caráter multiplicador dos projetos e a priorização de projetos em áreas artísticas e culturais com menos possibilidade de desenvolvimento com recursos próprios.

O MinC pode conceder este benefício através de programas setoriais realizados por edital por uma de suas secretarias, ou apoiando propostas que, por sua singularidade, não se encaixam em linhas específicas de ação, as chamadas propostas culturais de demanda espontânea.

O FNC permite ao Ministério da Cultura destinar recursos públicos diretamente a projetos culturais, mediante à celebração de convênios e outros instrumentos congêneres. Além de apoio a projetos, o Ministério da Cultura realiza, com recursos do Fundo, programas culturais, tais como editais de fomento a expressões culturais, ações para intercâmbio e difusão cultural, concessão de prêmios, de bolsas de estudos para pesquisas (Decreto nº 5.761/2006, artigo 10).

Os projetos que concorrem a esse Fundo devem, obrigatoriamente, ser propostos por entidades públicas ou privadas, que não tenham fins lucrativos. As exceções são para pessoas físicas, desde que solicitem apenas passagens para atender convites no exterior ou para pessoas físicas e entidades com ou sem fins lucrativos que solicitem empréstimos reembolsáveis, operados pela Caixa Econômica Federal (CEF), destinados a montagens teatrais.

O FNC financia a fundo perdido até 80% do valor dos projetos. Este intento é realizado por um Comitê constituído por membros do MinC e suas entidades, vinculadas e homologados pelo mesmo. Os 20% restantes são a contrapartida do proponente. Para acessar estes recursos não-reembolsáveis, os proponentes devem ser pessoas jurídicas públicas ou privadas sem fins lucrativos e que tenham no mínimo três anos de atividades na área cultural, conforme Portaria Interministerial 127/2008, artigo 18, inciso V. (FUNDO..., 2007, p. 1).

Entretanto, o governo quer oferecer novas possibilidades para que se possa fruir do FNC. Dentre elas temos:

- Associar o fundo a resultados: aqui o FNC entra como co-produtor de projetos, nos casos em que o proponente entra com uma contrapartida. É um projeto de natureza essencialmente empreendedora, selecionado por conselhos transparentes. Caso o projeto ofereça sucesso econômico, a parte proporcional ao aporte público retorna ao fundo;
- Concessão de Crédito: empreendimentos culturais interessados poderão obter empréstimos junto ao FNC, caso o fundo esteja associado a instituições capacitadas para oferecer este crédito;
- Parcerias público-privadas (PPP): muitas empresas podem vir a se interessar em construir espaços para a promoção de movimentos artístico-culturais. Elas poderão entrar em parceria junto ao fundo visando à construção destes espaços, estreitando não só estas parcerias como alavancando a economia da cultura.

O projeto, apresentado em formulário próprio, é analisado pelas entidades vinculadas ao MinC quanto ao enquadramento na Lei e custos (que devem ser de

mercado) e, após, submetidos ao Comitê Assessor. Sendo aprovado e havendo disponibilidade de recursos, é celebrado convênio entre o MinC e o proponente, e são repassados os recursos.

A participação do fundo comparada à renúncia fiscal ainda não corresponde ao ideal. Em 2007, o fundo captou R\$ 280 milhões contra R\$ 1,2 bilhão da renúncia (RANDS, 2009). Já em 2008, esta captação passou de R\$ 290 milhões do fundo contra pouco mais de R\$ 925 milhões da renúncia (JUNIOR, 2009). Observa-se uma queda significativa da utilização da renúncia, mostrando daí que apesar das deficiências inerentes ao fundo, ele apresenta características que suplantam os mecanismos de renúncia.

Com estas características, o governo, na expectativa de diversificar o fomento e o acesso aos recursos públicos, vem procurando fortalecer este fundo, como forma de democratização do acesso dos artistas e produtores ao dinheiro público. Para isso, o governo setorializou o fundo, por áreas artísticas, para que houvesse uma maior participação social por meio da formação de conselhos dotados de maior transparência e legitimidade na adoção de diretrizes, apoio a projetos, dentre outros critérios.

Segundo o Projeto de Lei, em tramitação no Congresso Nacional, o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura (PROFIC) discrimina como o FNC está setorializado:

Art. 8º - Ficam criadas no FNC as seguintes categorias e programações específicas, denominadas:

- I – Fundo Setorial das Artes, para apoiar, dentre outras, o Teatro, o Circo, a Dança, as Artes Visuais e a Música;
- II – Fundo Setorial da Cidadania, Identidade e Diversidade Cultural;
- III – Fundo Setorial da Memória e Patrimônio Cultural Brasileiro;
- IV – Fundo Setorial do Livro e Leitura; e
- V – Fundo Global de Equalização.

Parágrafo único. Integrará o FNC o Fundo Setorial do Audiovisual, nos termos da Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006. (BRASIL, 2009, p. 3)

2.1.5 Vale-Cultura:

O vale-cultura é uma proposta de fomento diferenciada que visa principalmente estimular o consumo cultural. Esta política governamental traz em seu bojo um caráter de inclusão social bastante expressivo, na medida em que

proporciona ao trabalhador a fruição de bens culturais, como ingressos de cinema, teatro, museu, shows, livros, CDs e DVDs, artesanato, entre outros produtos culturais.

O vale funcionaria como o ticket-alimentação. O trabalhador receberia um cartão com um saldo de R\$ 50,00 para gastar exclusivamente em bens culturais. Deste valor 30% seriam descontados, via renúncia, do empregador e os outros 20% descontados do trabalhador.

No entanto, Grazielle Machado, da Assessoria de Comunicação do MinC, esclarece que:

Os trabalhadores que ganham até cinco salários mínimos arcarão com, no máximo, 10% do valor (R\$ 5,00). Os que ganham mais de cinco salários mínimos também poderão receber o benefício, desde que garantido o atendimento à totalidade dos empregados que ganham abaixo desse patamar. Para esse contingente de salário mais elevado o desconto do trabalhador poderá variar de 20% a 90%. Estima-se que cerca de 12 milhões de brasileiros poderão ser beneficiados pelo Vale-Cultura. (CÂMARA..., 2009, p. 1).

O vale-cultura tem sua importância quando procura incluir a maior quantidade possível de cidadãos no processo cultural do país. Esta importância foi exaltada a partir de pesquisas realizadas pelo IBGE que mostraram o grande nível de exclusão cultural em que o Brasil se encontra (ALGUNS..., 2009). A figura 11 abaixo mostra alguns desses dados:

Cinema	Apenas 13% dos brasileiros frequentam cinema alguma vez por ano.
Museus	92% dos brasileiros nunca frequentaram museus.
Exposições de Arte	93,4% dos brasileiros jamais frequentaram alguma exposição de arte.
Dança	78% dos brasileiros nunca assistiram a espetáculo de dança, embora 28,8% saiam para dançar.
Leituras e Livros	O brasileiro lê em média 1,8 livros per capita/ano (contra 2,4 na Colômbia e 7 na França, por exemplo); 73% dos livros estão concentrados nas mãos de apenas 16% da população; O preço médio do livro de leitura corrente é de R\$ 25,00, elevadíssimo quando se compara com a renda do brasileiro nas classes C/D/E;
Bibliotecas	Dos cerca de 600 municípios brasileiros que nunca receberam uma biblioteca, 405 ficam no Nordeste, e apenas dois no Sudeste.
Espaços	Mais de 90% dos municípios não possuem salas de cinema, teatro,

Culturais	museus e espaços culturais multiuso.
Acesso Digital	82% dos brasileiros não possuem computador em casa, e destes 70% não tem qualquer acesso a <i>Internet</i> (nem no trabalho, nem na escola).
Vínculo Empregatício na Área Cultural	56,7 % da população ocupada na área de cultura não têm carteira assinada ou trabalha por conta própria.
Despesa Mensal com Cultura por Família	A média brasileira de despesa mensal com cultura por família é de 4,4% do total de rendimentos, acima da educação (3,5%), não variando em razão da classe social, ocupando a 6ª posição dos gastos mensais da família brasileira.

Figura 11 - Quadro de dados divulgados em 2008, pelo IBGE, sobre a realidade cultural brasileira

Fonte – Adaptado do IBGE, 2009, p. 1.

Estes fundos contarão com a formação de Conselhos cujo objetivo será de estabelecer diretrizes para editais e aprovar projetos apresentados, para serem financiados nas diferentes modalidades culturais (PARTICIPAÇÃO..., 2009). Além de definirem critérios claros para que não haja favorecimentos ou presunçosas escolhas de manifestações culturais em detrimento de outras, seja estatal ou privada. Para tanto deverá ser composto de um representante de cada fundo setorial do FNC, excluído o Fundo Nacional das Artes porque ele representa diversas expressões culturais e, portanto, devendo ter três representantes no Conselho.

Para garantir que os recursos do FNC literalmente cheguem até a ponta, o governo está estudando a possibilidade de transferência direta destes recursos para os Estados, Municípios e Distrito Federal. Seria um mecanismo de co-financiamento dos projetos culturais realizados por essas entidades federativas, descentralizando os recursos para que os Conselhos possam melhor fiscalizar como estão sendo empregados estes recursos, contanto que nestes Conselhos a sociedade tenha no mínimo 50% de representatividade.

Todos estes mecanismos representam alternativas de maior participação da sociedade na arena cultural, que o governo está ampliando democraticamente. E o cidadão, neste processo, atuando ao mesmo tempo como produtor, protagonista e consumidor.

2.2 Problemas e Desafios Relacionados aos Incentivos Culturais

Um dos problemas relacionados à concessão dos incentivos pelo governo passa quase sempre pela forma como essas concessões são feitas. Tais situações, além de serem objeto de inúmeras críticas a quem as concede, suscitam outra grande proporção de censuras. A malversação dos recursos, provenientes das leis de incentivo, muitas vezes funda-se em genuínos privilégios a uns - como é o caso de proponentes já reconhecidos, principalmente os artistas famosos e os projetos de “maior apelo mercadológico” - em detrimento de outros, considerados menos importantes e que parecem não ser responsáveis pela “verdadeira formação cultural” da população.

É o caso das manifestações culturais de menor visibilidade e pouco conhecidas ou emergentes, que fogem ao viés elitista, preconizado e determinado por uma categoria dominante que se atrela aos interesses governamentais. Brant (2009) assim enfatiza:

As leis de incentivo à cultura, na prática beneficiam poucos, fora grandes empresas patrocinadoras e alguns artistas consagrados. Aqueles que, a rigor, não necessitariam tanto de incentivo. Verdadeiras fortunas foram gastas com produções que trouxeram pouco ou nenhum resultado sociocultural. A produção voltada para os interesses do conjunto da população, para o desenvolvimento social e para o acesso e formação culturais das populações menos privilegiadas ainda é um sonho a ser conquistado (BRANT, 2009, p. 3).

O autor destaca ainda que os patrocínios concedidos pelas empresas aos projetos ou proponentes, visam principalmente retorno de *marketing*. Quando não, o patrocinador tende a se colocar na privilegiada posição de sócio do projeto, no qual a própria lei de incentivos privilegia, com a possibilidade de auferir lucros proporcionais à sua participação nos negócios. É o predomínio do mercado ante a uma estéril política cultural.

O relatório da Fundação João Pinheiro (2007) deixa clara a visão que se tem dos incentivos culturais:

[...] a decisão sobre onde investir passa a ser de responsabilidade das empresas, em que pese a interferência na fase de aprovação dos projetos por parte do setor público e representantes da classe artística, que compõem as comissões de avaliação dos projetos. Nesse sentido, projetos de visibilidade mais restrita, quer por sua natureza inovadora ou

experimental, quer por se concentrarem em manifestações de caráter local, terão grande dificuldade para atrair o interesse de empresas potencialmente patrocinadoras. Somadas ao fraco dinamismo econômico de algumas regiões e ao desconhecimento do mecanismo de incentivo à cultura, essas características dificultam a captação de recursos para realização dos projetos culturais. (FUNDAÇÃO..., 2007, p. 20)

Portanto, segundo Durand (2001), é imprescindível fazer a distinção daquilo que a indústria cultural, e mesmo as manifestações populares espontâneas de cultura, estão elaborando de forma adequada para promover a cultura, daquelas que o governo estimula em cada região ou localidade.

Aliado a isso, o poder público tende a adotar uma postura que não beneficia verdadeiramente o interesse público e a formação cultural brasileira que responda às reais necessidades culturais do país. Há uma propensão maior, tanto de fomentar como priorizar o mercado, quando deixa clara sua intenção de transferir cada vez mais a responsabilidade pela promoção cultural e social, que é sua (do governo), para as empresas e para a própria sociedade.

Em função disso, todas as manifestações, empreendimentos, projetos e leis de fomento à cultura propostos pelo governo estão sendo revistos. Ainda que não seja na mesma velocidade que a sociedade almeja e necessita, mas já há toda uma mobilização para isso. As leis de incentivo, por suas características intrínsecas, para algumas manifestações artístico-culturais, não mais se aplicam ou mesmo já tornaram-se ultrapassadas. Para atendimento destas demandas culturais tão diversas que formam o Brasil, o governo a cada momento molda-se para atendê-las, ocupando-se em diversificar, ampliar e fortalecer a participação das pessoas nesse novo modelo histórico da cultura do país.

A região Norte não foge deste modelo. Ainda que os holofotes não se voltem para estes lados, as coisas na arena cultural acontecem, mesmo que de forma pífia em relação às outras regiões do Brasil. Exemplo disso é que em 2007, a região Norte foi a que teve o menor percentual de verba captada dos mecanismos de renúncia fiscal (3%), em relação às demais; as regiões Sul e Sudeste ficaram com 80% da verba captada; o Centro-Oeste ficou com 11% e o Nordeste com 6% (FEITOSA, 2009).

Deste modo, o estímulo governamental ao patrocínio, e principalmente ao mecenato, de certa forma foi benéfico, quando se comprovou grande desenvolvimento cultural nas últimas décadas. Entretanto, este mecanismo de incentivo do governo seria essencialmente favorável à cultura como um todo, se o processo de investimento das empresas à cultura não estivesse ainda em vias de consolidação, ou seja, proporcionar incentivos a projetos culturais ainda não é um mecanismo natural das empresas (BRANT, 2009).

O que ocorre, portanto, é que, mesmo tendo um sofisticado aspecto contábil, as leis de incentivo pecam nos seus mecanismos de controle e aplicação, e beneficiam indiscriminadamente, e em longo prazo, empresas que naturalmente deveriam conviver sem os benefícios da lei, na medida em que o retorno social e empresarial gerado por este dispositivo legal passasse a fazer parte do seu cotidiano (BRANT, 2009).

Não obstante, todo esse questionamento, ainda assim o país tem vivido um claro e sensível crescimento cultural por conta das leis de incentivo. Infelizmente este grande *boom* restringe-se muito mais ao eixo Rio - São Paulo. Dos investimentos que foram feitos pelo governo a partir dos incentivos culturais, cerca de 85% destinavam-se à região sudeste (BRANT, 2009). Isto desde 1996 até 2001, o que mostra uma verdadeira preferência e concentração por determinada região, ficando a região norte em último lugar na concessão desses investimentos.

Rodrigues (2005) destaca ainda que mesmo havendo diversos tipos de incentivos, ainda assim as empresas quase não os utilizam. Os motivos são diversos e o autor aponta alguns deles:

- Incentivo fiscal pequeno²⁴;
- Ação social fora da legislação²⁵;
- Desconhecimento²⁶;

²⁴ Os impostos devidos ao ano têm baixos percentuais: IR (4%), ICMS (5%) e ISS/IPTU (20%) do valor devido a cada incidência de tributos.

²⁵ Se não há um compromisso social de fiscalizar, que deveria ser regido por uma legislação, as empresas tendem a não cumprir esse compromisso.

²⁶ Nem todos os empresários têm conhecimento dos caminhos para patrocinar projetos culturais via incentivos.

- Pouco compromisso com a responsabilidade social: principalmente no caso das indústrias.

E quando utilizam esses incentivos ficam restritos a poucos, como já comentado. Em matéria divulgada no site do MinC, a realidade é bem mais pujante:

A proponente com maior captação em 2007, com 100% de renúncia fiscal, foi a Fundação Orquestra Sinfônica Brasileira, com R\$ 17,38 milhões. A Dançar Marketing e Comunicações, com projetos como a Telefônica Open Jazz e o Cine na Praça, ficou em segundo lugar, com R\$ 11,54 milhões. Em terceiro, a Fundação Roberto Marinho, com R\$ 9,95 milhões - dos quais R\$ 8,61 milhões foram para o Museu do Futebol, em São Paulo (GUIMARÃES, 2008, p. 1).

Atrelado a isto, as próprias leis que regem os incentivos também apresentam problemas para sua total adoção:

As leis de incentivo não têm como serem usadas em todos os projetos sociais, porque elas precisam ser aperfeiçoadas, porque são confusas e burocráticas. [...] Mesmo com todas suas deficiências elas podem ser usadas, sim, numa quantidade enorme de ações sociais viabilizando ou ampliando, de forma direta e indireta, muitos projetos. As empresas por incrível que pareça não sabem disso. (RODRIGUES, 2005, p. 37).

A Lei *Rouanet* está se reelaborando para adotar novas medidas, objetivando aumentar o leque de oportunidades para melhor trabalhar a política de incentivos. A adoção de novos percentuais de faixas de dedução das cotas de renúncia é uma delas. Antes só havia duas faixas: 100% e 30%. Agora o governo federal quer adotar seis faixas: 30%, 60%, 70%, 80%, 90%, 100% dos valores despendidos. Com isso, ele aumentaria o lastro de possibilidades de qualquer expressão artística poder alcançar até 100% de renúncia, ao mesmo tempo em que exigiria uma maior participação das empresas nesta empreitada.

Porém, as pesquisas ainda indicam os maiores motivos para a baixa utilização dos incentivos pelas empresas:

- falta de conhecimento da legislação;
- falta de compromisso com a construção de um projeto baseado na diversidade e na valorização cultural, assim como na formação e na construção da identidade e da consciência cidadã brasileiras.

- burocracia desestimuladora para a concessão do incentivo: dificilmente se obtém a qualificação de um projeto em leis de incentivo em menos de sessenta dias;
- dentro dos municípios, falta de critérios fixos para a definição do percentual de incentivo feita pela Comissão Municipal de Incentivo à Cultura (CMIC);
- desconhecimento na preparação de projetos: formatar projetos para inscrição nas leis exige qualificação, tempo e dinheiro;
- diversidade de leis com percentuais, bases de cálculo e de efeitos contábeis e fiscais;
- empresário com medo do fisco;
- proponentes pouco compromissados com seus patrocinadores: isto leva desconfiança ao empresariado quanto aos verdadeiros propósitos daqueles que se dizem produtores culturais.

Dentro deste contexto, a realidade em Belém, segundo Gomes (2002), é de que muitos projetos culturais não andam ou não saem sequer do papel, inclusive por conta dos entraves encontrados nas Leis de Incentivo Cultural. A grande maioria das empresas ainda teme a “devassa fiscal”, haja vista que, para se enquadrar nos programas é necessário abrir suas contas.

Sabe-se que muitas vivem na ilegalidade. A cultura da sonegação as faz preferir fugir desses fomentos à cultura e mesmo dos benefícios que a Lei de Incentivo lhes proporciona, tornando esses programas mera formalidade burocrática, sem um real impacto social.

As dificuldades ainda perpassam pela burocracia que se tem de enfrentar para começar o processo de ação de um projeto em si, quando aprovado. Isto se torna mais um dos grandes desmotivadores para investimentos em projetos culturais, inclusive na arena municipal, o que contribui sobremaneira para a precariedade e diminuta quantidade de projetos efetivamente desenvolvidos neste nível. Brant (2009) destaca bem esta situação quando fala:

Tem sido difícil a adaptação à nova realidade do mercado cultural brasileiro, obrigado a “correr o chapéu” nas grandes empresas, cujos interesses, em

sua maioria, não lhes impõem o compromisso. Esse projeto cabe ao poder público exercer (BRANT, 2009, p. 4).

Além do mais, conta-se com outros fatores. A queixa maior de muitos proponentes é que eles não conseguem captar recursos, não conseguem fechar patrocínio. As empresas fecham-lhes as portas, pois muitas vezes não conseguem sequer chegar para conversar sobre o projeto com algum dirigente. Outras vezes também falta boa vontade dos empresários em escutar os proponentes. Mas isto acontece com frequência porque muitos proponentes não levam o projeto a sério, não se comprometem efetivamente com seu patrocinador, deixando-o na mão, sem prestação adequada de contas, documentação em dia, etc., fazendo com que o mesmo perca a confiança e credibilidade em projetos culturais vindouros²⁷.

Contente (apud GOMES, 2002) afirma que as negociações nas relações culturais, entre empresários e produtores, ainda são muito amadoras, descompromissadas de contratos formais, descaracterizando, sobretudo a importância e qualidade do trabalho desse produtor cultural. "É preciso conscientizar que a educação não está desvinculada da arte", relata.

Gallindo (apud GOMES, 2002) partilha da idéia de que "todo patrocinador necessita ser educado a entender que produção cultural não é gasto e sim investimento". E que este investimento perpassa inclusive pela qualificação do produtor cultural, ou seja, aquele cidadão a quem denominamos de artista, artesão, etc. Este reconhecimento sedimenta, preserva e mantém todo um patrimônio histórico e de herança cultural que uma comunidade ou uma população busca para perpetuar sua identidade. A fala de um dos sujeitos da pesquisa revela bem o significado do que seria educar um patrocinador:

[...] Essa dificuldade de chegar diante do empresário. Às vezes eles não querem, má vontade. A gente já fez muitas palestras para as empresas e têm muitas ainda que não têm realmente conhecimento, então é preciso que o proponente chegue até a empresa com todo o material, que esteja bem fundamentado em relação a Lei Tó Teixeira Guilherme Paraense, quer dizer, tem que ter uma boa apresentação, porque isso é importante [...] (ENGOBO, 2009).

²⁷ Interpretação feita a partir da fala de um dos sujeitos da pesquisa.

Os problemas com os incentivos só tendem a mostrar como as políticas de cultura estão desatreladas da sociedade e das demais políticas públicas fundamentais, como a de educação, por exemplo. Elas deveriam buscar uma sedimentação estrutural dos vários agentes de desenvolvimento que compõem a cultura: Estado, comunidade, patrimônio e a própria herança cultural de um povo.

Durand (2001) ressalta também que, no Brasil, não se tem ideia exata de quantas prefeituras possuem secretarias que funcionem efetivamente na mobilização da cultura. De quantos projetos estão sendo apoiados e desenvolvidos a contento e de como a indústria cultural local promove e estimula estes projetos, respeitando tanto as manifestações populares, como o apoio aos critérios governamentais de encorajamento a essa cultura.

Esta situação de desinformação deixa uma lacuna de atraso nesta área na maior parte do país. Lacuna esta, ocasionada principalmente pela falta de educação artística, cultural, de um povo. Durand explica que:

[...] para transformar um frequentador ocasional em um apreciador regular de cultura, é preciso pensar a prazo mais longo. [...] Acontece que o pouco que se faz é desarticulado de uma visão mais abrangente, incapaz de dimensionar necessidades no tempo e no espaço e de articulá-las às diretrizes de política de educação, de cooperação internacional, de lazer e turismo, de fomento ao artesanato, de desenvolvimento regional, etc. (DURAND, 2001. p.68).

Além do mais, pensar no apreciador da cultura como um consumidor costumeiro de um produto qualquer, simplesmente para ampliar público, torna a cultura um equivocado conceito de educação e transformação social. Desmerece inclusive o mérito artístico dos verdadeiros representantes da cultura, banalizando-os dos seus propósitos de reais transformadores de uma sociedade, pois Cultura leva à inclusão social e ao desenvolvimento econômico.

Entretanto, dentro deste cenário pessimista em que os incentivos culturais são tidos como mecanismos nefastos de fomento à cultura, ainda colhem-se bons frutos desta ação.

A cultura, além de representar um alto valor desenvolvimentista do país, segundo o próprio ex-ministro Gilberto Gil, carrega em seu bojo um potencial

econômico capaz de transformar o Brasil, como já o transformou, em uma das principais economias a ser mais percebida e aproveitada (PALESTRA..., 2005). Daí, a derivação dos incentivos; eles foram criados como uma alternativa para incrementar esta forma de produção econômica.

É inegável na cultura brasileira, tão regada a uma mestiçagem plurimanifesta, que seu formato seja expresso ao mundo de forma diferenciada. Porquanto, o ex-ministro Gil reforça esta tese quando fala que:

O processo de formação do Brasil e da sociedade brasileira tem como marca principal a mestiçagem, ou seja, a mistura e a reciclagem permanente de valores, referências, sentimentos, signos e raças. Esta mestiçagem produziu aqui uma cultura tão intensa quanto diversa. E fez das múltiplas expressões culturais do nosso povo o principal fator de diferenciação e de valorização do país no mundo globalizado (PALESTRA..., 2005, p. 1).

Esta dimensão plural da cultura alarga as possibilidades de crescimento e geração de trabalho e renda, na medida em que as pessoas adquirem produtos e serviços oriundos da manutenção de um paradigma cultural que fomenta o mercado e que o poder público estimula.

Para Brant (2009) isso não representa o desaparecimento futuro dos pequenos produtores culturais. Estes, ao contrário, passarão necessariamente a entender cada vez mais o processo de gestão e *marketing* de negócios envolvido neste sistema, visando o melhoramento de seus produtos. Sentir-se-ão motivados a desenvolverem mais ainda seu potencial criativo, tanto para a confecção dos seus produtos e serviços, quanto para inserção num mercado mais competitivo e de difícil acesso.

Portanto, são evidentes os efeitos positivos das leis de incentivos culturais para o mercado. Sua proposta de criação, num momento extremamente desfavorável às instituições culturais, era exatamente chamar o setor privado para uma participação mais efetiva na área da cultura, visando o interesse público. Proposta louvável quando o Estado não conseguisse dar conta, eficazmente, de toda a dinâmica e diversidade que a cultura abrange, quando tratamos de um país como o Brasil, de tão largas extensões continentais. No entanto, os benefícios e resultados positivos só poderiam efetivamente funcionar se o Estado cumprisse

satisfatoriamente seu papel constitucional: “de planejador, regulador e fiscalizador da sociedade, implementando uma política capaz de separar o joio do trigo, listando ações e projetos considerados de interesse público” (BRANT, 2009, p. 1).

Mas, quanto dos efeitos positivos dos incentivos culturais é aplicável à realidade do Polo Cerâmico de Icoaraci? No capítulo III, verificou-se os incentivos culturais, enquanto política pública de cultura municipal, se aplicam ou não à necessidade de fomento e valorização da cultura do artesanato em cerâmica, oriunda das raízes marajoaras. Se este mecanismo de financiamento se coaduna com a realidade cultural que vem sendo desenvolvida na comunidade de Icoaraci e se efetivamente possa impulsionar o desenvolvimento daquela região.

CAPÍTULO III: O POLO CERÂMICO DE ICOARACI À LUZ DOS INCENTIVOS CULTURAIS

Icoaraci, também chamado carinhosamente de “Vila Sorriso”, é um distrito distante cerca de 20 km de Belém (figura 12), que conta com uma população estimada em 300 mil pessoas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. De acordo com a diretoria da ADIC, Icoaraci está contando atualmente com um dos metros quadrados mais caros da Região Metropolitana de Belém. Isso significa que o nível de valorização imobiliário do Distrito está aumentando, que antes era considerado somente um lugarejo onde se encontravam mais pessoas das classes C, D e E.



Figura 12 – Mapa da Região Metropolitana de Belém
Fonte: MAPA DE ICOARACI (2007).

Um dos projetos que estão sendo realizados para a valorização de Icoaraci são as melhorias das vias de acesso ao Distrito. Estas vias estão sendo revitalizadas em toda sua extensão, sendo que uma delas já conta com diversos condomínios fechados de alto luxo, o que valoriza sobremaneira todo seu trecho até Icoaraci. São pessoas que estão ficando mais próximas do Distrito com um nível

socioeconômico mais alto, portanto mais exigentes, fazendo com que necessariamente ele se desenvolva para atender esta classe crescente.

Além disso, projetos estão sendo elaborados para vários bairros de Icoaraci, com o objetivo de melhorar o nível de qualidade de vida daquelas pessoas. Bairros como Cubatão estão sendo aplicados R\$ 56 milhões, através da parceria do governo federal com o governo estadual via Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). O bairro do Paracuri também está sendo revitalizado. Bairro este que é referência na produção ceramista icoaraciense e dono de uma riqueza cultural peculiar ditada pelas especificidades da tradição e dos hábitos locais (DINIZ E DINIZ, 2007).

Nestes bairros estão sendo implantadas melhorarias para tentar sanar, mormente, um dos grandes problemas que assolam Icoaraci: as baixadas, as invasões, os alagados, os igarapés e as várzeas, embora alguns destes façam parte da topografia de Icoaraci.

Um dos sujeitos menciona sobre este desenvolvimento do Distrito:

Na rodovia Augusto Montenegro, estão se fixando condomínios, [...] então Icoaraci que antes era o local onde vinham remanejadas as famílias, na maioria carentes de Belém, [...] hoje é o inverso, está vindo hoje dezenas de condomínios na rodovia Augusto Montenegro ou edifícios de até 10 andares lá. Aqui na orla já começa o primeiro grande empreendimento é um edifício de 15 andares de frente para a baía, também trazendo pessoas de um nível intelectual, economicamente melhorado e isso financeiramente que vai realmente aumentar a nossa renda *per capita* aqui em Icoaraci. Também temos o projeto hoje da melhoria da rodovia Augusto Montenegro e a Artur Bernardes está sendo revitalizada [...]. Diante disso, nós temos ainda, no âmbito de Icoaraci, precisamente um projeto chamado Cubatão que agora é o Taboquinha, que vai tirar da humilhação cerca de mil famílias que vão ser contempladas com casas no Cubatão que era um grande buraco, um lago em que as pessoas moravam em cima da água. Hoje, com o projeto, são aplicados 56 milhões de reais no Taboquinha, através da parceria do PAC, do governo Federal com o governo Estadual e nós temos ainda o Paracuri que é o grande, a mina da argila está no Paracuri; também lá estão sendo implantadas quase que mil residências com investimento de 56 milhões de reais que vai também melhorar o grande problema nosso aqui de Icoaraci que são as baixadas, é os lagos, é os igarapés, é as várzeas são aqui o nosso maior problema de infraestrutura. Com esses quase 200 milhões; temos o Fé em Deus que já está em operação também lá vão ser 200 residências lá e também vai melhorar a questão da autoestima da comunidade com a melhoria do aspecto de infraestrutura (INAJÁ, 2009).

A economia do Distrito de Icoaraci é baseada no Parque Industrial com atuações nos ramos da pesca, madeira, marcenaria e palmito. Contudo, o

artesanato cerâmico de Icoaraci é uma das economias que mais se destacam por seu reconhecido potencial turístico. Esta economia apresenta características de um Arranjo Produtivo Local (APL), que num contexto econômico poderia ser fomentado como diferencial competitivo da economia local.

Um APL apresenta características peculiares importantes para a economia paraense. Segundo Diniz e Diniz (2007), seguindo as especificações da Redesist²⁸, destacam que o Polo Cerâmico apresenta bem definido estas características, a saber:

i) **aglomeração produtiva com uma certa especialidade** – as unidades produtivas de uma dada atividade produtiva, independentemente de seu grau de formalidade, exploram um ou mais produtos com características muito próximas; ii) **espacialidade local** – em uma espacialidade definida, que pode ser um município, uma região metropolitana ou um Estado, essas unidades produtivas de alguma forma interagem; iii) **cooperação** – criam-se vínculos sistêmicos entre as unidades daquele aglomerado naquele espaço, havendo alguma forma de coordenação ou não; iv) **aprendizado formal ou não** – o que explicaria a dinâmica do processo “bem-sucedido” de inovações, entendido como a base do desenvolvimento e da competitividade adquirida por aquela aglomeração, que lhe asseguram um papel de destaque na economia daquela espacialidade local. (DINIZ; DINIZ, 2007, p. 174-75)

Entretanto, na prática, esta economia não está sendo fomentada na medida de sua importância, principalmente cultural. Este artesanato faz parte do contexto cultural amazônico, mas nem por isso recebe o apoio necessário do poder público. Deste, nenhum incentivo cultural foi ou é dado à comunidade de artesãos até então.

Os incentivos culturais fazem parte da proposta maior do governo de incentivar a cultura, quaisquer que sejam suas formas de manifestação. O artesanato cerâmico de Icoaraci é um tipo de manifestação cultural popular, que, segundo Albuquerque Júnior (2007), perpassa pelo entendimento de todo um processo de construção de sua legitimidade, ou seja, o quanto ao longo da história da cultura, uma classe dominante, validou a produção cultural de uma classe oriunda das camadas populares.

²⁸ Rede de Pesquisa em Sistemas e Arranjos Produtivos e Inovativos Locais, ligada ao Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Seguindo nesta linha de pensamento, Santos (2007) assim reforça:

É importante ressaltar que a própria elite cultural da sociedade, participante de suas instituições dominantes, é que desenvolve a concepção de cultura popular. Esta é assim duplamente produzida pelo conhecimento dominante. Por um lado porque, na formação de seu próprio universo de legitimidade, muitas manifestações culturais são deixadas de fora. Por outro lado porque é o conhecimento dominante que decide o que é cultura popular (SANTOS, 2007, p. 55).

Ora, se toda cultura popular decorre obrigatoriamente de uma legitimação da classe dominante, o artesanato cerâmico icoaraciense, sendo uma cultura popular, necessariamente teria de ganhar também esta legitimação. Os incentivos, sendo mecanismos culturais de financiamento criados a partir desta classe dominante, chegariam apenas com a necessária acuidade ao artesanato de Icoaraci com a eficácia que fosse determinada por esta classe.

Portanto, diante desses dois aspectos peculiares do Polo Cerâmico de Icoaraci – ser um APL e uma cultura popular - a realidade dos incentivos para o Distrito de Icoaraci, deveria chegar por estes caminhos e se estivesse atrelada a diversos fatores – que são as políticas de retaguarda que devem fazer parte de todo o processo de implantação de qualquer política pública. No caso do artesanato de Icoaraci as políticas de educação, de infraestrutura, dentre outras - para que houvesse o seu incremento, no que concerne ao artesanato ceramista em Icoaraci.

3.1 A Realidade do Polo Cerâmico de Icoaraci

A realidade do artesanato cerâmico em Icoaraci apresenta em seu arcabouço as mesmas características do artesanato em geral. Diniz e Diniz (2007) dão uma definição bem precisa destas características:

[...] pouca e rudimentar utilização de equipamentos e máquinas; divisão de tarefas, quando existe, baseada no gênero, os homens assumindo as tarefas manuais mais pesadas, enquanto as mulheres assumem funções ligadas ao acabamento e à decoração (DINIZ; DINIZ, 2007, p. 175).

Estas características do artesanato, baseadas em Santos *et al.* (apud DINIZ E DINIZ, 2007) fragilizam a capacidade administrativa e gestora dos artesãos, que coordenam os trabalhos de produção, assim como os resultados desta prática, a

saber, que são as baixas “produtividade e qualificação de mão-de-obra”. Essa realidade é mencionada por um dos sujeitos:

O mestre "X" não tem condições de suprir o mercado, eu acredito que ele deve fazer no mês para cá umas 30 panelas de barro, entendeu, que fica aqui. Então, hoje em dia nós estamos querendo conseguir recursos, para fazer o curso, botar artesãos para fazerem a panela que vai ao fogo para gente poder exportar, quer dizer o mercado lá fora está aberto, só que a gente não tem ainda como fabricar em alta escala, entendeu, se fosse fabricar no máximo 100 por mês nós teríamos, só que eles querem muito mais, aí quer dizer não dá [...] (TUXÁUA, 2009).

Para a realidade dos incentivos culturais, este grupo acaba representando pouca expressão, quando nem eles mesmos têm a diligência do processo cultural que seus ofícios envolvem. Falta-lhes uma estrutura organizacional mais elaborada, onde as pessoas tivessem a preocupação maior e a iniciativa primeira de ao menos começar a pensar em preparar projetos na área da cerâmica, tendo em vista o fomento desta atividade cultural, via incentivos, ofertadas pelo governo.

Há com isso, a diminuição de suas capacidades competitivas para promoção da cultura ceramista que não é valorizada na medida de sua dimensão. Os próprios artesãos tratam este processo de reprodução cultural como uma mera atividade laborativa de sustento familiar, adquirida por repasse de geração. Diante desta explanação, compreende-se a realidade em que os artesãos de Icoaraci se encontram. A atividade ceramista representa, para muitas famílias da região, única fonte de renda àquelas pessoas que “abraçaram” o ofício. As falas abaixo assim destacam:

[...] a nossa tradição aqui ela vem de pai para filho, a nossa cultura aqui em Icoaraci eu acredito que deve ter em torno de 150 anos quando iniciou com os alguidares e tijolos [...] é como eu tô dizendo, alguns que dá para contar nos dedos tem essa preocupação, outros não. A grande maioria se preocupa mais com a venda, [...] para sobreviver e outros com a venda normal de comércio, no que pode ganhar em cima. (TUXÁUA, 2009).

[...] subsistência com certeza, porque queira ou não queira o pessoal tá realmente vivendo disso. A fonte de renda deles é só essa. Em torno de 500 a 600 famílias, só aqui no bairro do Paracuri, dependem da cerâmica [...] (ANANATUBA, 2009).

Daí o fator significado histórico da atividade ceramista ter pouca relevância na realidade que os artesãos de Icoaraci vivenciam. É como Jesus (1999) destaca; a arte marajoara teve sua perpetuação em função não do significado ou resgate histórico que os traços, os motivos, as formas e a aura de significado que

cada peça trazia em sua essência, mas por um embevecimento, por um encantamento das formas visuais, pelo que somente estava sendo visto esteticamente, pelo que é bonito visualmente. Foi assim com Mestre Cabeludo ao se encantar com as gravuras das cerâmicas marajoaras e seus traços, destacados no livro de Raimundo Moraes.

Assim, como o processo de reprodução partiu deste ponto²⁹ e tornou-se lucrativo, a fidedignidade dos traços históricos da cerâmica marajoara também se tornou somente lembranças. Hoje, a verdadeira arte cerâmica indígena, desenvolvida no Marajó, pouco se encontra no Polo Cerâmico. Os grandes mestres, estudiosos e reprodutores fidedignos desta arte, que ainda encontram-se vivos, mesmo eles, não mais se atêm a reproduzir somente estas peças marajoaras, que são caras. A preocupação maior dos atuais artesãos está em produzir as peças cerâmicas icoaracienses, que têm valor comercial mais em conta e por isso vendem mais rápido e melhor. A fala abaixo descreve este contexto:

[...] também o artesão não vai ficar o tempo todo só copiando, ele tem que criar alguma coisa porque só a cerâmica marajoara, ela se torna um tanto cara. Porque a cerâmica marajoara são aquelas réplicas encontradas dessas peças que estão no museu, então as réplicas são muito mais caras do que essas que são vendidas [...] (ANANATUBA, 2009).

Talvez este fator histórico, ou seja, a ausência da memória histórica do povo marajoara entre os artesãos possa configurar-se como um dos aspectos que fazem com que os incentivos culturais não tenham se tornado a tônica do Polo. Como destaca Brant (2009), os incentivos culturais, via leis de renúncia fiscal, para a realidade do Polo, não é fonte atrativa para o empresariado, pois não apresenta valor significativo no que concerne ao *marketing* cultural. Entretanto, é uma manifestação artístico-cultural que poderia se promover via fundos culturais, disponibilizados pelo governo, porém o município ainda não adota este tipo de mecanismo financeiro cultural. Existem propostas para incentivar esta cultura municipal, inclusive pela Lei Tó Teixeira, via fundos. A fala abaixo de um dos sujeitos demonstra esta possibilidade:

²⁹ O marco inicial foi mestre Cabeludo, como já relatado anteriormente, que se encantou esteticamente com os traços marajoaras, porém, sem o compromisso de um resgate histórico.

Eu já estou discutindo com o nosso presidente aqui da FUMBEL pra gente aumentar, para nós começarmos a trabalhar um fundo. Ainda não foi criado um fundo, um fundo de arrecadação. Vamos dizer, as empresas elas podem, vamos dizer do ISS deles e do IPTU, vamos tirar 0,5% de exercícios anteriores que é arrecadado. Esses 0,5%, vamos dizer que deu 2 milhões; esses 0,5% cai pra uma conta do fundo; aí nós vamos trabalhar a separação pra cada um deles. Vamos distribuir valores em cima do que foi avaliado [...] (ENGOBO, 2009).

No contraponto desta afirmativa, porém, a estilização dos traços feitos nas peças cerâmicas de Icoaraci, poderia ser um fator de incremento via incentivos culturais. Ou como destaca Benjamin (apud JESUS 1999), que relata o quanto a reprodução é importante, pois “coloca a cópia do original em situações impossíveis para o próprio original” (BENJAMIN apud JESUS, 1999, p. 7). Em função disso, Jesus (1999) discute que há um paradoxo quando fala que a autenticidade de uma obra, ao mesmo tempo em que se emancipa no processo de reprodução, ela perde seu valor de autenticidade, porque esta autenticidade fica sem sentido quando ela se reproduz, ou seja, autêntico mesmo, só se não houvesse formas de copiá-la, de evocá-la, pois toda imitação, reprodução, demanda literalmente perda de autenticidade. Só é autêntico quando uma coisa é única, irreproduzível.

Assim sendo, a cerâmica de Icoaraci torna-se autêntica na medida em que os artesãos do Distrito inventam traços novos, ao gosto de sua criatividade, fazendo do Polo Cerâmico de Icoaraci um local de significativa originalidade cultural. Porém, como já afirmava Carvalho (1989) em seus estudos e que ainda retrata uma realidade atual:

O conhecimento dos artesãos sobre a cultura cerâmica é justamente nosso grande problema. Acredito que entre aproximadamente os 200 artesãos que somos aqui em Icoaraci, 5% conhece a cerâmica. O que devemos fazer é mostrar que ele deve conhecer o que está fazendo para valorizar seu trabalho. (PAIVA apud CARVALHO, 1989, p. 41).

Esta realidade do artesão ceramista icoaraciense, oblitera suas possibilidades de engrandecimento tanto cultural quanto mercadológico. Sua ansiedade, segundo relato dos entrevistados, em querer logo aprender a arte somente na prática para logo vender, sem a preocupação inicial com a teoria que vai dar embasamento maior até mesmo à sua capacidade criativa, desconecta-o do valor cultural que sua atividade poderia exercer não só junto ao empresariado – mobilizando-o a patrociná-las – como em toda sociedade, que indiretamente

cobraria ações mais contundentes do poder público a respeito de uma riqueza cultural regional tão paraense.

Mas isto ocorre porque, segundo o próprio relato de alguns entrevistados, o nível educacional da maioria dos artesãos é baixo. Muitos sequer completaram o ensino fundamental:

O artesão em sua maioria, quase em sua totalidade, ele tem uma escolaridade muito baixa, então ele não tem como correr atrás de incentivos, projetos, então ele é estritamente produtor. (ARUÃ, 2009).

Como pode ser observado, esta falta de preparo do artesão, em pensar e elaborar um projeto, perpassa pela ausência de um suporte educacional de base que, via de regra, deveria ser fornecido através das políticas públicas educacionais. Além disso, a preparação de um projeto em si necessita de treinamento e capacitação para sua elaboração e isto não é oferecido a nenhum artesão de Icoaraci e nem mesmo eles sabem onde procurar.

O SEBRAE, que é uma instituição privada que oferece capacitação para elaboração de projetos, inclusive culturais, o faz mais via demanda. Esta demanda ocorre de duas maneiras: o SEBRAE vai até a comunidade, no caso a comunidade artesã, e verifica quantos têm interesse em aprender a elaborar projetos culturais. Outra forma é a própria comunidade dirigir-se ao SEBRAE e solicitar um curso de capacitação para elaboração de projetos culturais. Desta forma seria possível observar um provável aumento no número de projetos encaminhados à FUMBEL quando da abertura do edital da Lei Tó Teixeira. Vejamos a fala de um dos sujeitos:

[...] talvez esteja mais um... problema que esteja muito aí, de realmente de capacitar pessoas que possam realmente ir atrás desses recursos que o governo disponibiliza. Muitas vezes acabam voltando porque ninguém foi atrás, porque ninguém elaborou um projeto ou então se elaborou um projeto, o projeto não estava de acordo com o exigido pelos editais. [...] o SEBRAE ele pode vir a capacitar para esse tipo de ação [...] porque depende da demanda e depende do projeto... Dentro do projeto de atendimento; pode haver uma capacitação disso, para elaboração de projetos. [...] por exemplo, às vezes o SEBRAE vai até a comunidade, ele identifica... Às vezes, acontece do próprio SEBRAE ir atrás e mobilizar e desenvolver o projeto; acontece também. (CARAIPE, 2009).

Entre os entrevistados da categoria dos artesãos, nenhum deles comentou se houve alguma vez algum tipo de capacitação para elaboração de

projetos culturais. Donde se conclui que eles nunca receberam qualquer suporte deste tipo de algum órgão do poder público, tanto municipal quanto estadual, voltado à captação de recursos, e mais ainda direcionado à Lei Tó Teixeira. O que eles citam são projetos na área produtiva ou projetos sociais desenvolvidos ou a serem ampliados junto à comunidade icoaraciense, envolvendo o aprendizado da arte cerâmica. Já entre os gestores, estes não citaram nada a respeito.

Diante do exposto, pode-se imaginar quão difícil fica o processo criativo dos profissionais do Polo Cerâmico de Icoaraci. Aliado ao baixo nível de escolaridade da maioria dos artesãos, ainda se conta com a falta de preparo em elaborar projetos para participarem dos editais de abertura, principalmente da Lei Tó Teixeira e o desconhecimento desta Lei municipal, além de outras leis voltadas à cultura, que pudessem mobilizá-los a ganhos de expressão cultural significativo no cenário da cultura paraense.

Entretanto, existem casos singulares. Uma parte de artesãos tem certa preocupação em estudar o que faz, pois sabe que o panorama histórico-cultural completa o diferencial na apresentação do produto para a venda. Mas ainda é só uma preocupação para a venda direta, sem a comercialização via incentivos, visando promoção cultural. O relato de um dos sujeitos esclarece bem isso:

[...] parte dos artesãos tem esse conhecimento; outra parte às vezes, faz a peça, mas tem pouco conhecimento sobre a origem, sobre o processo histórico, não estuda a peça, mas conhecer essa peça original, onde originou, como é que isso veio, onde foi que encontrou, [...] Isso é muito importante principalmente quando a gente viaja, como nós viajamos para feiras nacionais. Às vezes o cliente não está nem muito interessado na peça. Olha assim, acha aquela peça assim diferente, aí fica rodando, olhando a peça. Aí a pessoa se aproxima e conta a história da peça, fala da cultura, do valor cultural, a pessoa leva a peça na mesma hora. Então é uma experiência. No ano passado, no salão de turismo, muitas peças de Icoaraci estavam lá expostas e o povo só chegava, olhava e vendia pouco e, de repente, alguém começou a contar a história dessas peças, e não ficou nenhuma. Foram todas vendidas [...] (CUIA, 2009).

Mas curiosamente, estas estratégias didático-culturais bem criativas, como o exemplo do sujeito acima, caracterizam também um dos aspectos que fazem a produção ceramista manter-se viva culturalmente. Os entrevistados alegam que este mote está atrelado efetivamente às novas criações, aos novos *designs*, à estilização dos traços e ao preço mais em conta em relação às réplicas marajoaras.

Todos estes fatores poderiam ser aproveitados como mecanismos motivadores dos proponentes-artesãos do Polo Cerâmico aos seus futuros contribuintes incentivadores em apoio aos seus projetos culturais.

Corroborando desta ideia e citando Diniz e Diniz (2007) que assim enfatizam:

Fatores competitivos apontados pelas unidades produtivas como determinantes para manter sua capacidade competitiva [...] de produção, por ordem de importância, são [...]: desenho e estilo dos produtos, qualidade dos produtos, qualidade da matéria-prima, qualidade da mão-de-obra e capacidade de atendimento. (DINIZ; DINIZ, 2007, p. 184).

Seguindo a ordem de importância dos autores destacados, foi observado como os artesãos dão atenção à capacidade de atendimento. É preocupante. O relato do sujeito comentado há pouco, mostra que uma boa estratégia de atendimento interfere diretamente em suas produtividades, ou seja, quanto melhor o atendimento, maior o número de vendas, maior a produtividade, maior a variedade de produtos. Isto logicamente interfere diretamente no seu poder de inovação, pois obriga o artesão a ter que se tornar mais criativo e diversificado em seus produtos para atender a uma clientela cada vez mais crescente e exigente por ter sido bem atendida. Isto coaduna com uma das características de um APL informal, ressaltando o “caráter inovativo” que lhe define. Assim temos algumas falas:

[...] para manter vivo, as novas criações... tem que inovar. Os novos designs chamam atenção do turismo. Então quem compra mais peças originais são historiadores e conhecedores realmente da cultura que são mais os estrangeiros, já os brasileiros compram mais inovações [...] (TUXÁUA, 2009).

A inovação, sendo obra singularizada do artista, poderia ser considerada como um dos aspectos que torna a cerâmica do Polo viva culturalmente. Diniz e Diniz (2007) ressaltam este aspecto quando falam sobre riqueza cultural. Para estes autores, o caráter inovador das manifestações culturais populares, que muitas vezes apresentam singularidades regionais típicas, consonantes aos hábitos e tradições locais, é que criam a riqueza cultural de uma determinada região. No caso de Icoaraci, quem lhe dá esta riqueza cultural é o seu tradicional Polo Cerâmico.

Além disso, há o fato da cerâmica marajoara ter sido reproduzida em Icoaraci e este distrito já ter sido um Polo cerâmico antigo, de cerâmicas comuns,

lisas, somente utilitárias. Quando estas duas cerâmicas se juntaram, formou-se o mito em torno do nome Marajoara, já que toda reprodução foi feita em torno das cópias cerâmicas do povo marajoara, tornando-se também mais um aspecto relevante para manter viva culturalmente a produção ceramista e a subsistência das famílias envolvidas.

[...] o nosso artesão na maioria, como eu te digo, eles não fazem marajoara, mas, como vender cerâmica marajoara é coisa certa então ele faz um trabalho como esse. Mesmo a pessoa que vem comprar ela fala assim... toda a cerâmica que ela vê marrom, daquele jeito grosso, ela diz que é marajoara. Então, às vezes, nem parte direto do nosso artesão, parte do cliente que vem comprar. Ele chega e fala: - olha esse vaso marajoara! Eu quero esse vaso marajoara! [...] E aí o artesão foi vendo que a palavra mágica era Marajoara, entendeu. Então, ele pode fazer qualquer outro tipo de trabalho que vai ser vendido como marajoara [...] (IGAÇABA, 2009).

Porém, incrivelmente, falta às pessoas envolvidas com a produção ceramista de Icoaraci, a diligência com o esmero cultural para que os mecanismos de incentivos se façam presentes e a captação de recursos seja a rotina de suas relações com a iniciativa privada e mesmo com o poder público.

[...] eles não se interessam. Mesmo porque, é como eu te digo, eles fizeram um comércio daquilo... eu não quero ter associação, aí eles precisam da nossa, que eles não têm, aí eles têm que vir pra associação aí tu chama pra reunião, mas eu não posso, eu tô ocupado, eu tô produzindo... mas você tem que ser a parte social, tem que estudar, tem que saber o que tu tá fazendo [...] (IGAÇABA, 2009).

Houve, a partir de 95 para cá, a gente sentiu um crescimento muito grande. Mais pessoas promoveram... naquela época, até 90, eram poucos artesãos que existiam em Icoaraci, os donos de olaria. Aí o que aconteceu, algumas pessoas que já vinham aprendendo desde criança nas olarias começaram a criar sua própria independência, por isso que hoje em dia nós falamos que existem mais de 600, 700 famílias que dependem diretamente do artesanato só no bairro do Paracuri, do artesanato cerâmico. Por exemplo, ali na feira são 39 famílias de artesão em cerâmica, o saldo dessas 39 famílias é em torno de 39 olarias. Cada olaria dessas tem em torno de 5 ou 6 famílias que dependem dessa produção direta ou indiretamente. O artesanato ele cria muita coisa, não cria emprego, não tem condição de criar emprego, a gente cria o fator renda, oportunidade pra outras pessoas crescerem. (ANANATUBA, 2009).

A fala acima demonstra a forma como o trabalho do ceramista vem sendo tratada ao longo dos anos. Quando o ceramista icoaraciense, pelo seu padrão de vida não muito elevado, procura dar um tom trabalhista a sua arte, ele acaba caindo no que é chamado de informalidade, haja vista que não consegue “oficializar” seu empreendimento como pessoa jurídica e como manda o padrão capitalista para a formatação de uma empresa, ou seja, ter os lugares bem definidos de patrão e

empregado. Ele acaba absorvendo todas as funções para si como forma de minimizar custos e despesas, tentando, na medida do possível, obter alguma renda que dê sustentabilidade para si e para sua família, sem, no entanto, volver lucro pela sua baixa capacidade gestora e empresarial.

Diniz e Diniz (2007) destacam essa conformação:

O vínculo familiar é decisivo na relação de confiança que se estabelece para a transmissão do conhecimento, que permite dar continuidade à "tradição de família". Ao mesmo tempo, nas relações de trabalho, a autoridade e as formas de controle do trabalho são impostas muito mais pela própria hierarquia familiar do que por alguma imposição legal ou jurídica. Além disso, a ocupação de membros da família na atividade artesanal representa uma expansão da força de trabalho; [...] mais do que uma forma de aumentar o lucro a ser recebido, é uma forma de aumentar a renda familiar (DINIZ; DINIZ, 2007, p. 180).

Carvalho (1989) reforça essa visão quando, na época de seu estudo, já observava alguns aspectos relevantes que contribuíram para a situação atual dos ceramistas de Icoaraci: a valorização que os artesãos não davam ao seu trabalho; acomodação em seu estilo de vida e pouca conscientização do sentido de união. Estes fatores, invertidos, tornam-se ainda hoje, preponderantes para mobilizações conjuntas dos artesãos para que os mesmos "apareçam" perante o poder público e se façam presentes nas rodas de debates culturais estaduais e municipais.

[...] tem um detalhe muito importante, o artesão vive em função da entidade, se a entidade não se mexer, o artesão também não se mexe, mas ele tem conhecimento, mas não sabe se mobilizar. Vamos dar um exemplo: os sem-terra, os professores e assim por diante, são classes que se mobilizam. Você já viu alguma vez alguma mobilização de artesão? Nem eu que já estou no artesanato há tantos anos. (PAJÉ, 2009).

Em algumas etapas do processo produtivo, o comportamento desidioso de muitos artesãos compromete potencialmente não só sua maneira de viver como seu ofício e todo o contexto de uma manifestação cultural regional, que poderia ser ricamente explorada, inclusive via incentivos. Carvalho (1989) expressa isso a partir da fala de um dos sujeitos entrevistados em seu estudo.

A maioria dos artesãos não valoriza o seu trabalho [...] ele não se respeita, não se valoriza, a maioria trabalha de terça a sexta, no sábado vende aquelas peças e no mesmo dia já não tem mais um tostão. Quando não tem ninguém para vender procura a mim [...] e diz: tenho essa peça baratinha, estou sem um tostão em casa, você sabe, as crianças estão com fome [...] então ele vende a cinco cruzados na pechincha e a peça vale quinze ou vinte cruzados (SOUZA apud CARVALHO, 1989, p. 38).

Para a realidade dos incentivos, é imprescindível que haja lideranças organizadas, interessadas, envolvidas, comprometidas e engajadas na captação dos recursos para valorização de uma determinada manifestação cultural. Para o Polo Cerâmico de Icoaraci, esta realidade ainda é muito distante quando as associações, entidades e cooperativas fazem o papel mais de competidoras entre si do que de agregadoras de uma classe fragilizada pela sua própria condição social.

Aliado a este fator, ainda conta com outros desfavoráveis, procedentes das vicissitudes que a vida lhes impõe como são os casos das alterações climáticas. Carvalho (1989) enfatiza esta questão como sendo um dos fatores que, de certa forma, fomentam o comportamento desidioso de muitos artesãos. A fala de um dos sujeitos de sua pesquisa destaca esta questão:

O verão é a época que melhor vende, porque se faz hoje uma peça, amanhã ela já está secando e no outro dia está queimando. E no inverno passam até dez ou vinte dias para enxugar uma peça, este é o problema. O verão é nossa época de aproveitar, tendo feiras, guardando dinheiro para passar o inverno (SOUZA apud CARVALHO, 1989, p. 38).

Nestes últimos meses do primeiro semestre de 2010, fortes chuvas vêm acometendo a região Norte como um todo. Icoaraci foi uma das regiões que sofreram grandes desastres em função disso. No bairro do Paracuri, onde se encontra o Polo Cerâmico, por não dispor de qualquer infraestrutura adequada, os artesãos tiveram grandes perdas de mercadorias, devido aos alagamentos e às enchentes que prejudicaram sobremaneira seus estabelecimentos.

O fato do Polo Cerâmico de Icoaraci não ter minimamente uma infraestrutura que possa acomodar os artesãos, faz com que preocupações de caráter cultural fiquem relegadas a último plano. A necessidade de sobrevivência para a realidade do Polo precede qualquer outra característica de ordem social, educacional, cultural. Daí, que a realidade dos incentivos fica esquecida neste espectro de urgências sociais que a comunidade do Polo clama.

O desenvolvimento de Icoaraci, hodiernamente, encontra-se comprometido com investimentos em infraestrutura. Este desenvolvimento foi questionado entre os sujeitos tendo, ou não, alguma correlação com a produção do artesanato ceramista (exemplo: turismo, urbanização, etc.). Diante das respostas

sempre afirmativas, exemplos concretos foram dados pelos sujeitos desta influência do artesanato para o desenvolvimento do Distrito: a reurbanização da orla, o surgimento de novos empreendimentos como restaurantes, bares, pontos de venda diversos, etc. Atrelado a isto, os parques melhoramentos na infraestrutura como sinalização e asfaltamento nas tradicionais ruas onde se encontram as lojas de comercialização das peças, além da feira de artesanato da orla.

Vou te dar um exemplo, a Orla do Cruzeiro. Em 1996 a Orla do Cruzeiro não era nada, não existia. Existia uma praça lá que de noite os mendigos se reuniam, eram os gays, namorados não no bom sentido, porque lá era uma área deserta, abandonada. Hoje depois de 13 anos, você vê como Icoaraci se tornou em função daquela feira lá, porque a feira foi criada aqui no Liceu pela prof^a. Laís Aderne, que foi a fundadora daqui, então ela fundou a feira lá, com barraca de lona, depois veio o Edmilson como prefeito e resolveu fazer aquele melhoramento lá e resolveu também fazer a orla, então foi em função do artesanato ou não? Quer dizer que o artesanato já teve um impulso muito grande para que Icoaraci se tornasse o que é hoje em dia. Já temos uma planta de um prédio de 18 andares que vai ser construído naquela área. (PAJÉ, 2009)

Entretanto, tudo já poderia estar potencializado se o poder público tivesse a preocupação pregressa com a implantação de infraestrutura mais adequada à realidade local, urbanização, e melhoria da qualidade de vida da população icoaraciense. Projetos de melhoria existem como o PAC, do governo federal, como já mencionado e outros da esfera municipal, mas todos ainda em fase de discussão e muito pouco efetivamente postos em ação.

[...] a cerâmica marajoara, eu acho ela de grande potencial, de grande valor cultural, histórica, social é o que deve ser mais valorizada pelos órgãos estaduais, municipais e até federais, como um todo, porque para que os artesãos se sintam valorizados e que essa cultura possa ser demonstrada com maior qualidade dentro e fora do nosso Estado. Então eu acho que precisa de mais incentivos, tanto do setor privado quanto do público, para melhorar a qualidade e também a comercialização e manter o fator histórico principal, porque sabemos que tudo tem um processo histórico e esse processo histórico nós não podemos deixar morrer, (CUIA, 2009).

[...] uma visão turística diferenciada, e com isso que nós temos em mãos, precisa ser implementado. Essa visão que o SEBRAE quer fazer. A parceria com as associações para que transforme esta visão nossa rústica, primária, numa visão empresarial, porque o material que nós temos aqui ele ainda é *sui generis*, em termos de Brasil [...] o que falta são recursos [...] falta tecnologia, faltam recursos, falta condicionamento para exportar e o que está faltando é implemento de tecnologia; isso só vem através de recursos financeiros. Não adianta você ter a ideia; a ideia nós temos, mas só se ganha dinheiro quem tem dinheiro, só a ideia, só o projeto, não adianta (INAJÁ, 2009).

Dentre as práticas realizadas pelas pessoas envolvidas com a manutenção da produção ceramista, observou-se que os entrevistados, não têm um ponto de vista em comum acerca deste assunto, ou seja, não há um consenso entre as práticas. Elas parecem muito indefinidas e dispersas. Isto mostra que a classe de artesãos teve um crescimento com propósitos individualizados, singulares, ainda que semelhantes, dificultando o estabelecimento de uma visão mais sistêmica, onde se pudessem estabelecer determinantes próprios para melhor agregá-los.

Carvalho (1989) faz reconhecer este padrão quando destaca a fala de um dos sujeitos de sua pesquisa:

O maior problema dentro da classe artesã é a desunião. Parece que está no sangue. Será difícil enquanto ele não se conscientizar [...], pois, agindo dessa maneira só contribui para decadência do produto e da classe artesã [...] o artesão ainda não se conscientizou do problema dele e nem do seu papel na sociedade (SOUZA apud CARVALHO, 1989, p. 38-39).

No entanto, Diniz e Diniz (2007) destacam que esses artesãos mantêm uma similaridade quando, entre as práticas, a forma de comercialização se assemelha independente deste artesão estar configurado como pessoa física ou jurídica, ou seja, “as vendas são feitas diretamente ao consumidor, na maioria das vezes na própria casa ou na oficina do produtor, ou em mercados ou feiras” (p. 181).

Mas esta similaridade favorece em quase nada o movimento dos artesãos rumo a um destaque cultural maior. Esta prática semelhante entre os artesãos é recheada de desunião, rivalidade, individualismo e que num primeiro momento parece ser uma visão mercadológica, pois afinal de contas está se investindo no comércio da arte, mas falta o verdadeiro caráter empresarial-cultural que seus negócios poderiam render-lhes, principalmente se soubessem explorar o caminho dos mecanismos de incentivos culturais. A fala de um dos sujeitos demonstra este aspecto:

[...] eles estão realmente querendo mudar essa visão, visão de beira de Igarapé, falando realmente em linguagem nossa, paraense. O SEBRAE quer tirar o artesanato da beira do Igarapé e dar uma visão empresarial para eles. É por isso que eles vão fazer esse espaço aqui e estão os maiores interessados, eu vejo que não são nem a própria associação, [...] (INAJÁ, 2009).

Interessante observar que, mesmo não tendo esta ambiciosa visão de longo prazo, típica de um empreendedor, o artesão se orgulha do que faz. Esta é outra semelhança observada dentro das práticas desenvolvidas pelos artesãos do Polo. Isto porque justamente há um reconhecimento mais fora do Pará - e muito grande - que os faz continuar produzindo peças diferentes, com um olhar e um sentimento próprios de serem artesãos, como podemos verificar no relato abaixo:

O que a gente tem observado é que existe um orgulho muito grande dos artesãos pelo o que eles fazem. [...] Isso aí é em razão até da própria receptividade quando eles estão oferecendo o produto. A admiração das pessoas, principalmente as pessoas que vêm de fora ou quando eles vão para fora. Eles recebem um *feedback* muito grande, então, isso resulta num orgulho, num bom sentido, muito grande por essa forma de fazer artesanato e com isso eles procuram estar sempre fazendo produtos que sejam mais interessantes, na visão deles, que possa estar agradando esses compradores deles [...] (CARAIPE, 2009).

[...] A cerâmica produzida em Icoaraci ela é conhecida internacionalmente e isso faz com que seja um produto cultural ligado à exportação, então é importantíssimo para o artesão, ele se sente importante na medida em que seus produtos são comercializados, são admirados não só no Brasil como fora do Brasil. [...] divulgar tanto a cultura como todas as potencialidades turísticas do Estado do Pará [...] *marketing* do nosso produto (ARUÃ, 2009).

Daí a importância do Liceu de Artes e Ofícios (figura 13) na construção e manutenção desta formação cultural, produzida ao longo de gerações, e que em tempos passados eram concebidos no seio das próprias famílias.





Figura 13 – Fotografia do Liceu de Artes Mestre Raimundo Cardoso em Icoaraci
Fonte: acervo pessoal

Ficam desta maneira, marcadas em suas memórias, essas raízes culturais que lhes dão uma identidade própria, como destacado nesta fala:

[...] no tempo do meu avô, no tempo do meu pai, os filhos eram criados dentro da olaria [...] esse repasse acontecia normalmente como em toda comunidade pequena, que cresce com determinado trabalho, porque ali todos os filhos estão inseridos e começam a aprender naturalmente. Mas hoje em dia, que eu falo de uns 20 anos pra cá, nós começamos ter essa preocupação de preservar e então daí começa a preocupação inclusive do governo quando surge a PARATUR, quando surge o IDESP, que foi o primeiro em 1971, que publicou aquele livro. Aí depois o SINE já com essa preocupação de agregar os artesãos. Daí surge a COARTI em 1978, para fazer justamente, agregar esse artesão, dar um direcionamento. Só que esse crescimento foi desordenado no Paracuri; tudo que fazia vendia e todo mundo começou a fazer, fazer sem saber nem o que fazia, mas ia fazendo, porque tudo que fazia vendia e falava que era marajoara todo mundo compra, então por isso houve um crescimento desordenado. Aí, quando chega em 1996 é o grande marco entre o artesão, porque aí chega lá Isa Derne, uma proposta com a Terezinha Gueiros, Hélio Gueiros de se dar essa atenção pro artesão, de formar uma escola que foi o nosso Liceu de Artes e Ofícios Mestre Raimundo Cardoso. Então isso aí já nasce com uma proposta direcionada. Em 1999 pra 2000, também, antes disso, o SEBRAE começou já a trabalhar com a gente, a SETER (Secretaria do Trabalho), UNITRA (Universidade do Trabalho), SEBRAE, sempre já trabalhando junto para dar um direcionamento melhor. Aí já alguns artesãos, foram seis artesãos preparados dentro do Museu Emílio Goeldi, juntamente com o SEBRAE, para justamente estudar essas raízes culturais (IGAÇABA, 2009).

Mas a preocupação de conservar o ofício de artesão entre as gerações, de certa forma está se perdendo. Os jovens de hoje estão se desinteressando cada vez mais por esta arte. A fala de um dos sujeitos destaca esta questão:

[...] hoje em dia os jovens não têm tanto interesse em trabalhar com um produto que, de certa forma, precisa de muita concentração, de muita dedicação. Ele quer uma coisa mais rápida, entendeu, porque é um

aprendizado também lento, então o jovem hoje não quer se dedicar a aprender uma profissão que custe [...] (ARUÃ, 2009).

Este fator é altamente relevante quando se considera a realidade do Polo como “ponto de cultura” e sua capacidade de atrair investimentos a partir dos mecanismos de incentivos culturais. A nova geração da classe artesã, pelas facilidades que as novas tecnologias oferecem, poderia conseguir criar alternativas que, atreladas a estímulo e motivação, ampliaria seu leque de possibilidades na promoção, divulgação, valorização e reconhecimento da arte cerâmica icoaraciense como verdadeiro referencial da cultura paraense.

No entanto, Gonçalves (2005) destaca que a modernidade faz com que a nova geração se apresente com uma nova modalidade de identidade. Melhor dizendo, a identidade moderna, que é destacada principalmente entre os jovens de hoje e que está ligada a:

Aceleração brutal do capitalismo, a midiatização crescente do social, os processos de urbanização, uma crise epistemológica generalizada que contamina também o campo da arte e adjacências, a globalização, a instalação do consumo e do mercado como elementos centrais na estruturação dos espaços públicos e privados atuais, aliada ao surgimento das novas tecnologias de comunicação. (GONÇALVES, 2005, p. 71-2).

O artesanato cerâmico icoaraciense não foge a esta regra. A fala abaixo resume esta assertiva:

[...] Nós já vimos muitos meninos desses se perderem tudo na droga, porque é muito mais fácil vender uma “peteca” ali na esquina do que fazer uma peça [...] (IGAÇABA, 2009).

Ou seja, a globalização faz com que a nova geração invista no “dinheiro fácil”, ao invés de investir na arte do Polo. Mas porque o ofício não lhes mostrou rentabilidade suficiente que pudesse suscitar manifestações familiares, em cadeia, de orgulho pelo ofício, e gerador de vultosos ganhos, capazes de proporcionar um padrão de vida adequado às famílias. Fato este exemplificado pelos seus antecessores.

Nem mesmo a relevância da *Internet* como importante ferramenta mercadológica, foi suficiente para convencer a nova geração do Polo Cerâmico de Icoaraci a investir satisfatoriamente no trabalho de produção cerâmica. As novas

gerações já operam em sua vida cotidiana, com mudanças comportamentais provocadas pelo processo de globalização. Daí elas tendem a mudar não só o perfil de valorização das culturas locais como imediatizam os processos, visto que hoje a expressão *"The Time is Money"* está cada vez mais forte, mais marcante na economia planetária.

Tecnologias cada vez mais avançadas, maior volume de informações em menor tempo disponível, tudo leva a um maior distanciamento da Arte de vivenciar a Arte. No Polo Cerâmico de Icoaraci esta realidade está cada vez mais evidente quando a fala dos entrevistados revela uma realidade:

[...] muitos filhos de artesãos, de acordo que a pessoa vai estudando, vai tendo um grau de estudo maior, ela quer algo melhor, não quer mais ser artesão, prefere procurar outras áreas, mas também não deixa de ser realmente um artesão, porque muitos é incluído no artesanato, às vezes na força, para poder ajudar a família [...] todos os grandes artesãos aí, nenhum incentiva o seu filho. Às vezes obrigam como forma de renda, mas incentivar não. (TUXÁUA, 2009).

[...] os programas sociais do Estado ou do município eles acontecem assim, por exemplo, [...] abre inscrição para os mais de sessenta cursos que tem lá, [...] os cursos são de 40 horas. Com 40h tem certos tipos de coisa que a pessoa aprende, mas tem certos tipos de coisa que a pessoa não aprende em 40 horas. É insuficiente. Então termina o curso, eles dão o certificado, a pessoa se formou e tal... A pessoa não tem como usar aquele curso que ele aprendeu como base para ele trabalhar, como base para ele se empregar, e até para gerir seu próprio negócio; ele não tem como. [...] Primeiro ele não tem uma arte sólida dentro dele [...] O curso estabelecido em 40h ou 100h ou 150h, então esse curso de 40h ele existe dentro de um programa que quer mostrar pra pessoa que existe uma coisa, mas ele não quer incluir a pessoa naquilo, ele só quer mostrar. [...] Porque o aluno, ao aluno em si ele na realidade ele é um analfabeto, ele analfabeto dentro daquilo que ele vai aprender, então ele tem que começar do zero pra ir dando seguimento, né. E subindo degrau por degrau. Às vezes ele sobe um e desce dois. [...] Então nas olarias, as pessoas, desde o dia que elas chegam lá, elas já começam a ganhar. Elas não vão lá só pra aprender. Ele tá lá pra ganhar dinheiro, trabalhando, tá produzindo. Quando ele não está produzindo naquela área, ele tá na outra: carregando lenha, fazendo um carreto, produzindo uma peça, dessa forma ele está se desenvolvendo e todas às vezes que ele tem uma oportunidade de fazer aquilo, que chamamos de aprendizagem, ele vai pra lá. Ele então fica na olaria dois, três anos até aprender. A partir daí ele se torna dono de si [...] (PAJÉ, 2009).

Como pode ser observado na fala acima de um dos sujeitos o processo para tornar-se um artesão, ou podemos ainda dizer um artista da cerâmica, é lento. Os cursos promovidos pelas instituições públicas e congêneres são o que podemos dizer, para "inglês ver". Daí o desinteresse da nova geração para tornar-se um

artífice da arte cerâmica, quando até mesmo o poder público tem pressa nos resultados.

Como a iniciativa privada pode então interessar-se em patrocinar uma categoria que, *a priori*, não está germinando suas sementes futuras? E nem mesmo o poder público incentiva este processo de não-germinação das novas gerações de forma até mesmo explícita, quando não dá suporte suficiente para uma instituição como o Liceu de Artes e Ofícios, que em tese deveria iniciar o processo de formação educacional de futuros artesãos-artistas.

Os mecanismos de incentivos culturais carregam em seu bojo uma alternativa de inclusão social. Quando a iniciativa privada resolve apoiar a obra de um artista através de algum tipo de mecanismo de financiamento, ela de certa forma permite que este artista retire não só o seu sustento deste mister como permite a sua valorização e o reconhecimento de sua cidadania, dando àquele cidadão um valor pessoal irrevogável, ainda que não seja seu principal objetivo.

A inclusão social, estabelecida pelo artesanato cerâmico é feita a partir da mão-de-obra que o artesão desprende desde o manuseio da matéria-prima ainda em seu estado bruto até quando plena em sua forma e significado passa, para as mãos do comparador. É o que os artesãos, em sua linguagem coloquial, denominam: "o levantar de uma peça até a sua venda". Este viés laboral que o artesanato lhe proporciona, oferece uma oportunidade diferenciada ao artesão quando o insere dentro de um sistema casado de comercialização e saber tradicional, produzindo-lhe rendimentos.

Via de regra, o ser humano deseja ser remunerado pelo que faz; pelo que produz. Isto lhe dá um lugar no seu meio, pois ele se sente inserido socialmente, como revelado nas falas dos sujeitos abaixo:

[...] Eu tenho um diretor da COARTI que era um menino perigoso. Ele tava de 15 anos, ele traficava, ele roubava, ele só fazia coisa que não prestava. Hoje em dia ele é um diretor da COARTI. (IGAÇABA, 2009).

[...] Eu acho que a questão da inclusão social ela vem exatamente a partir de quando a pessoa é admitida no trabalho, né. Porque a gente sabe que a luta de quase todas as pessoas é chegar no mercado de trabalho, né. Isso acontece com todos os níveis, começando do analfabeto até o grau superior. Então, se as pessoas, se elas têm um problema muito sério para

entrar no mercado de trabalho, então quando ela entra no mercado de trabalho, ela já começa a se sentir valorizada, né. Como nosso trabalho ele é um trabalho assim, que valoriza a pessoa que tem o ofício, que tem o talento, que tem o ofício. No caso, as pessoas valorizadas dentro do artesanato, geralmente é o oleiro, é o forneiro, geralmente o desenhista e no caso também, quem faz trabalho com a pintura. Agora, o mais importante dentro deste setor é realmente aquele que aprende a produzir a peça, o levantador de peças. Porque este cidadão, ele praticamente é a base de todo o artesanato, porque é a partir dele é que os outros vão dar continuidade o que ele inicia. Normalmente quando ele aprende, ele se estabelece. Tem muitos oleiros que ficam... Trabalham até ficar fora de combate, não tem mais resistência, mais força, então por isso deixam de trabalhar. Mas tem muitos que eu posso citar, digamos assim, dos 28 oleiros que já aprenderam comigo, um desses 28, eu devo ter... tem mais ou menos uns 22 que são proprietários, que... Então eles aprenderam e conseguiram também a se tornar proprietários. Tem alguns que não se tornaram proprietários até hoje vendendo a mão-de-obra de trabalho deles, mas de qualquer forma eles estão também dentro daquele mercado, né. Eles não estão fora do mercado, estão dentro (PAJÉ, 2009).

Da fala do sujeito acima infere-se que os artesãos criam uma peça com o fim único de venda. Explicando melhor; o que se espera do processo natural de um artista é que ele crie sua obra pelo prazer de criar e não com o intuito único de vendê-la. Se vender, muito bem, mas o mérito e o prazer da criação não se perdem, caso não seja vendido. Isto foi observado em alguns mestres-artesãos de Icoaraci, porém, não é o que ocorre com a grande maioria dos artesãos do Polo. Suas criações são envoltas unicamente no valor retornável que elas podem oferecer e não no prazer do processo de criação. Eis porque muitos destes artesãos têm seus interesses individualizados e com vistas somente no seu sustento, ficando o valor cultural de sua atividade em segundo plano.

Não é que não se deva correlacionar cultura à economia, muito pelo contrário. A cada dia, o potencial econômico que a cultura tem trazido para a economia do país é enorme e não se pode desprezar esta área de investimentos. O MinC descortina a todo instante esta seara fértil, assim como os grandes marketeiros culturais, empresariais e produtores culturais. Além disso, a cultura deveria fazer parte do manancial de atributos da cidadania, obrigatoriamente fornecidos pelo Estado como garantias fundamentais do cidadão.

Na Grécia Clássica, a arte sempre estava atrelada à ideia de utilidade. E sua cerâmica, essencialmente utilitária, foi exportada para quase todo o mundo antigo. Simis (2007) faz uma afirmação acerca deste aspecto quando destaca a correlação entre cultura e atividade econômica:

[...] a cultura é um direito e, nesse sentido, é muito mais que uma atividade econômica, embora a economia da cultura tenha hoje um papel importante na geração de empregos. Os direitos sociais são aqueles que dizem respeito a um mínimo de bem-estar econômico, [...] Mas, para concretizá-los é preciso admitir um grau maior de intervenção do Estado na vida dos cidadãos [...] O mesmo pode-se dizer em relação à cultura. [...] (SIMIS, 2007, p. 2).

Ora, se cultura é um direito do cidadão, se tem um papel importante como atividade econômica e o Estado tem o dever sobre este conjunto, isto quer dizer que parte da carência do artesão do Polo Cerâmico de Icoaraci, demanda da ausência e descaso do poder público com esta comunidade. Os artesãos têm dificuldade de correlacionar sua atividade de subsistência ou de renda com a questão cultural justamente por falta de uma consciência cultural. Falta-lhes a “cultura” do pensar no artesanato como um bem cultural, de responsabilidade do Estado e direito deles como cidadãos, bastando para que isso funcione, vontade política, principalmente.

Simis (2007) reforça esta ideia, quando realça que a classe política em geral sempre deu pouca atenção à área cultural, seja em qualquer uma de suas manifestações. Além disso, a autora destaca estudos realizados desde 1982, que enfatizam:

Passados, mais de 20 anos, é significativo que embora a política cultural tenha se transformado e ganho tantos estudos empíricos e teóricos, nas ciências sociais - na área das políticas públicas - é ainda um tema senão desconhecido, ao menos desconsiderado. (SIMIS, 2007, p. 1).

Registrou-se este descompromisso político com a cultura quando gestores da área tentaram ser entrevistados. A grande maioria não se dispôs a querer participar sequer da entrevista da pesquisa, procurando diversos subterfúgios para não concedê-la. A intenção era registrar suas opiniões acerca da dinâmica do artesanato do Polo Cerâmico de Icoaraci. Pelas respostas, possivelmente se poderia averiguar o nível de tensão que estes gestores dispunham para que houvesse registros de viabilização dos incentivos culturais ao Polo.

Mas a realidade mostrada é outra, ou melhor, não mostrada. É uma realidade escondida por detrás de gestores que nada sabem e se sabem, fazem questão de não declararem e/ou nada fazerem. Diferente do que é afirmado pelos diversos meios de comunicação, ou seja, de que os incentivos funcionam em todas as suas formas, inclusive fomentando as diversas manifestações populares.

Este aspecto pode ser atribuído a uma herança histórica de pouca valorização às questões culturais. O processo de colonização do Brasil criou de certa forma, uma relação paternalista entre o Estado e a população. Com o advento do neoliberalismo as relações mudaram, mas os costumes ainda permaneceram enraizados em muitas vertentes. O exemplo disso, as inúmeras pessoas no Brasil que se beneficiam do programa bolsa-família inadequadamente. O Estado nesta política, sempre procura brechas para se desresponsabilizar de obrigações próprias; a população, desinformada, perde força de requisição e luta social e a cultura, distanciando-se do seu lugar de prerrogativa inerente ao cidadão.

Assim, Estados e Municípios são responsáveis diretos nesta busca da valorização das culturas relacionadas intimamente com as práticas locais. Isto é um direito assegurado inclusive pela Constituição Federal, como relata Cunha Filho (apud VIANA, 2008):

[...] no corpo de toda a Constituição espalham-se direitos culturais que, pelo conteúdo, nenhum intérprete, com o mínimo de sensibilidade, pode negar-lhes o *status* de fundamental. Isto porque se referem a aspectos subjetivos de importância capital, por vezes de individualidade, por vezes de grupo e também de toda a Nação, no que concerne à questão da chamada identidade cultural. Desconhecer isto é atentar contra os princípios adotados por nossa República, incluindo a dignidade humana. (CUNHA FILHO apud VIANA, 2008. p. 15).

Políticas públicas de educação, com currículos voltados a conhecer a realidade paraense e sua riqueza cultural, no contexto amazônico, seriam um dos pontos de partida para essa valorização tão propalada. Porém, esta valorização é muito pouco debatida, ainda mais quando não se tem uma implementação efetiva. Essas políticas, associadas ao forte potencial turístico da região trariam mais investimentos e um maior reconhecimento da cultura produzida em Icoaraci, traduzindo-se em benfeitorias não só para os próprios artesãos, mas para o Distrito como um todo.

Daí então poderia se começar a pensar em incentivos culturais à realidade do Polo, pois já estaria incrustado no inconsciente coletivo daquela comunidade o sentido de cultura, o saber do que seria cultura como direito social que lhe é próprio, que lhe faz parte. Assim como a saúde e a educação são tão

naturais na vida, pensar em cultura e trabalhar em cultura começaria a ser algo salutar para a qualidade de vida de quem vive do trabalho do Polo Cerâmico.

Apesar de ainda se encontrar grande número de artesãos com baixa escolaridade na comunidade do Polo, a educação já começou a ser uma realidade mais evidente em suas vidas. A fala dos sujeitos nos informa que já há uma melhoria no grau de instrução entre eles e de como este aspecto vem trazendo inclusive maiores benefícios à comercialização dos seus produtos:

[...] Eu posso dizer que melhorou as peças dos artesãos, melhorou a condição, melhorou o relacionamento entre os artesãos com as pessoas que vêm direto aqui comprar, vamos dizer, direto com o turista. Antes, vamos dizer assim, eles não se vestiam bem, o artesão lidava com o turista do jeito que ele estava, se ele estava só de short, sem camisa, nada, assim ele lidava. Hoje em dia ele já mudou, o pessoal que atende em loja, já se veste melhor, entendeu, pelo menos uma camiseta, uma bermuda; ficar bem mais apresentável, já fala melhor, já batalhei muito na mente deles de tirar rancores [...] (TUXÁUA, 2009).

[...] tem que estudar, ele poderia contribuir muito mais. Uma pessoa que é instruída ela vai instruir seus filhos, [...] (IGAÇABA, 2009).

Na fala do último sujeito, há o destaque para a questão do conhecimento, a partir do estudo, para o desenvolvimento do artesão como profissional mais empreendedor e comercial e a preocupação do repasse entre as gerações. Estas acabam sendo uma das condições porque os incentivos culturais não se fazem presentes na realidade do Polo e nem sequer parte qualquer tipo de iniciativa dos próprios artesãos para que os mesmos tornem-se rotina em seus projetos pessoais.

3.2 Os Incentivos Culturais no Cotidiano do Polo Cerâmico de Icoaraci

Da relevância do significado dos incentivos culturais sobre a comunidade artesã, imprime-se os seguintes comentários. Os questionamentos perpassam pela compreensão se os incentivos tiveram reflexos diretos/indiretos nas pessoas envolvidas com a produção ceramista marajoara de Icoaraci. As reflexões foram elaboradas em cima de determinadas palavras, a saber: **incentivos culturais** e **reflexos**. Nas respostas dos sujeitos, verificou-se primeiramente certa confusão na compreensão exata do sentido do termo incentivos culturais. A maioria entendeu principalmente a palavra incentivos como simples sinônimo de ajuda, apoio, que era o que eles minimamente recebiam do governo na forma de *stands* em feiras, entre

outros pequenos apoios. Enquanto que de fato o enfoque principal eram os incentivos na forma de fomento, subsídio, via leis de incentivo.

Segundo a Academia Brasileira de Letras (2008, p. 696), a palavra incentivo significa “aquilo que incentiva; incitamento, estímulo, encorajamento”. Se formos observar bem, o termo significou a mesma coisa tanto na compreensão de alguns sujeitos quanto na expressão da palavra no enunciado da questão do roteiro de entrevista. O diferencial é que na prática, muito dos incentivos efetivamente recebidos do governo pelas pessoas envolvidas com a produção ceramista, não passaram de meros apoios esporádicos, voltados, por exemplo, ao transporte de peças para eventuais feiras ou eventos de caráter regional ou nacional, e nem sempre atendidos em sua totalidade, como as falas dos sujeitos assim o traduzem:

[...] essas exposições que têm. Nós temos três exposições no ano, que o governo banca, aí eles dão caminhão pra levar, agora nós vamos pra Recife, mas não tá tendo caminhão porque o governo cortou tudo. [...] O apoio é só assim na marra e a gente tem que brigar senão a gente não consegue. Ano passado nós perdemos duas feiras melhores que era a da Providência no Rio, porque quem pagava era a prefeitura e a PARATUR. Não pagou. O SEBRAE também não, aí nós ficamos. (IGAÇABA, 2009).

[...] pra conseguir, como eu tava conversando, uma feira fora do Estado, o governo de outros estados aí eles dão até ônibus. Na época que tinha o Arte Pará aqui em Belém vinha comitiva de vários estados, com ônibus fretado, pago pelo próprio Estado e nós aqui, o nosso Estado, do governo Almir Gabriel hospedava essas pessoas... o artesão quando vai pra lá ele tem que pagar tudo. O máximo que a gente consegue é através do SEBRAE... é o *stand*, mas passagem, estadia é tudo por conta do próprio artesão; aí é complicado. É como eu tava falando, às vezes a gente recebe um telefonema: olha vai ter uma feira no Rio Grande do Sul, tal dia assim, e o cara fica louco pra ir porque tem uma oportunidade de venda, ganhar algum dinheiro, mas não vai porque não tem na hora o capital para investir, [...] (ANANATUBA, 2009).

Afora isso, outros entendimentos que os sujeitos tiveram acerca dos incentivos. Banco do Cidadão, Desenvolvimento Regional Sustentável do Banco do Brasil, Banco do Povo, são apenas alguns exemplos do que eles consideraram como incentivos culturais dados pelo governo. Na verdade, estas são instituições que fazem parte das políticas de microcrédito oferecidas pelo governo, como forma de geração de trabalho e renda, democratizando o acesso ao crédito.

As políticas de acesso ao microcrédito não fazem qualquer distinção em particular quando oferecidas. São abertas a qualquer cidadão que tenha algum tipo de trabalho autônomo e queira incrementar seus negócios para gerar trabalho e

renda. Na verdade este tipo de apoio não é exclusividade para o artesão. O governo não tem uma preocupação específica com esta classe. Além disso, não está configurado, em momento algum, incentivo cultural nestas propostas nem há qualquer cunho cultural neste intento.

Um dos programas que deveria ser viabilizado para os artesãos seria o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), criado pelo Decreto nº 91, de 21 março de 1991 (Anexo F). Entretanto, na realidade do Polo Cerâmico de Icoaraci, este programa sequer foi citado pelos artesãos. O que ainda foi citado foi o antigo Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato (PNDA), criado pelo Decreto nº 80.098, de 8 de agosto de 1977, antecessor do PAB, porém, nenhuma ação mais concreta foi efetivamente verificada.

Vale reforçar que o incentivo cultural que está sendo abordado, é o incentivo eminentemente produzido a partir das leis de fomento à cultura, criadas pelo MinC e difundidas entre os entes federativos. São aqueles incentivos culturais que perpassam pelo processo de mecenato, doação e patrocínio, adotado nas Leis *Rouanet* (federal), *Semear* (estadual) e *Tó Teixeira* (municipal).

Algumas falas deixam bem claro este imbróglio criado pelos sujeitos:

[...] nós temos o DRS, o Banco do Povo que a gente fez essa proposta como forma de empréstimo. Então o SEBRAE com vários cursos, a SETER promovendo nosso artesanato lá fora. A gente leva exposições lá pra fora, então é isso que acontece. [...]. (IGAÇABA, 2009).

[...] pouca coisa, só tem a SETER que a gente tem uma parceria, tem uma aproximação. Existe agora o Banco do Cidadão que também o pessoal empresta algum dinheiro lá pra aumentar a produção, pra melhorar a produção, pra compra de equipamentos, mas ainda é muito pouco. Perto de outros Estados que agente vê por aí, é muito pouco [...] num percentual não chega a 5% (ANANATUBA, 2009).

Outra questão a ser colocada é a participação do SEBRAE no entremeio dos artesãos, no entendimento dos incentivos culturais. Para muitos a participação desta entidade é bastante bem-vinda; já para outros representa problemas de diversas ordens, principalmente jurídico-financeiros. Este desencontro fez com que surgissem percepções diversas acerca do papel do SEBRAE. Uma delas foi de que ele é um dos grandes incentivadores culturais da produção ceramista de Icoaraci.

Na verdade, esta entidade tem a missão essencialmente empreendedora, o que desfoca do propósito dos incentivos culturais, que visa fomentar a cultura através dos mecanismos de financiamento de isenção fiscal às empresas, dentre outros. Os discursos dos sujeitos acerca do SEBRAE são destacados abaixo:

[...] o SEBRAE incentivou aqui de duas formas, uma pra incentivar outra pra desistir. No sentido de dar continuidade, por exemplo, ele promoveu alguns cursos que ensinaram as pessoas à prática da venda, com atendimento ao freguês, atendimento de venda. Outro que também teve um grande efeito sobre os artesãos foi de como desenvolver uma pauta e dentro dessa pauta você saber quanto você gastou para produzir essa peça e quanto você pode vender essa peça. Até uma questão econômica. (PAJÉ, 2009)

[...] o SEBRAE é nosso parceiro, a gente sempre faz cursos desde o atendimento lá na feira, na parte da venda, até de produção, pra produzir mais, pra comercialização, na queima, tudo isso o SEBRAE nos orienta [...]. (ANANATUBA, 2009).

Outras falas abaixo destacam bem o caráter empreendedor desta entidade, que estabeleceu parceria com os artesãos.

[...] o SEBRAE nos atendimentos coletivos. Eu comecei a falar, a gente trabalha com uma metodologia que chama Gestão Estratégica Orientada para Resultados que é o GEOR. Existe todo um manual de como que a gente constrói esses atendimentos coletivos e dentro dessa... Essa metodologia, ela preconiza que haja uma construção junto com o público-alvo das ações, que vão ser incluídas no projeto e quando foi feito, no caso, nos últimos projetos que houveram, houve essa metodologia. Foi feito uma... Foi feito várias reuniões. O último foi encerrado ano passado. Produtos artesanais de Icoaraci e foram feitas essas reuniões e foram chamadas as pessoas que estavam e assinaram um pacto, uma contratualização que a gente chama, então a gente normalmente... É ouvido, pelo menos é isso que a metodologia preconiza e esse último projeto foi feito. O que ocorreu, foram oferecidas capacitações, só que não houve participação; antes eu não sei te informar, agora, esse último foi feito dessa forma [...] não houve muito interesse na participação das associações, mas mesmo assim o projeto foi até o final; as capacitações foram oferecidas e não houve muita participação, mas os projetos são para acontecer dessa forma; eles são formatados para atender um grupo, estabelecer objetivos e delimitar quais são as ações que vão ser feitas para atingir aqueles objetivos; é tudo muito prático, da ação ao resultado e aí é feito um cronograma; esse cronograma é executado ao longo do ano e tem o atendimento individual que se um artesão tiver necessidade de alguma demanda ele vem até o SEBRAE e o SEBRAE vê quais são as possibilidades de atender, mas aí é uma iniciativa do próprio artesão ou da associação e aí tem uma coisa que funciona muito aqui; como o SEBRAE vem trabalhando há muitos anos lá, a gente, quando oferece uma capacitação, eles já sugerem e que não querem mais fazer de novo, mas na verdade, esses cursos foram todos pactuados com eles, no planejamento junto com eles (CARAIPIÉ, 2009).

O SEBRAE em si, [...] como ele trabalha realmente com empreendedorismo, [...] quanto a questão de gênero, esse projeto que a gente trabalha lá em Muaná é muito forte essa questão de gênero. São mulheres artesãs e a gente trabalha inclusive, o SEBRAE tem capacitação voltada para a mulher

empreendedora que vai reforçar a autoestima dessa mulher artesã; então, o SEBRAE ele dá foco, quanto a isso também e sempre procura também gerar qualidade de vida, melhorar a geração de ocupação e renda, é importante o artesanato (CARAIPIÉ, 2009).

[...] O SEBRAE está tentando socorrer, está tentando trazer, mas como eu digo saindo daquela visão pequena, primária dando uma visão em que vai atingir mais pessoas, que vai realmente fazer com que, uma visão mais macro com pessoas especializadas, com pessoas preparadas, com pessoas capacitadas que possam ter, inclusive, um aumento da comunidade porque a comunidade nesses projetos fica totalmente fora (INAJÁ, 2009).

Entretanto, “nem tudo são flores”. Como já foi dito, alguns artesãos não estabeleceram boas relações com o SEBRAE e acreditam que esta Instituição não está efetivamente interessada em ajudar os artesãos, mas utilizar-se dos elementos deles (imagens, recursos, produtos) para, de alguma forma, se promover ou se expandir. Vejamos alguns discursos:

[...] Na parte negativa a gente pode dizer o seguinte: de que forma o SEBRAE apresentou um projeto que veio se tornar negativo ao artesão? Nós fomos agraciados em 2001, com uma verba que veio da Vale do Rio Doce para o artesanato de Icoaraci. Nessa época, foi feita uma grande reunião no Tabor e foi mostrado para os artesãos um valor na ordem financeira de 700 mil reais. Era muito dinheiro na época. Esse dinheiro seria investido em benefícios para os artesãos, então os artesãos tinham que apresentar um projeto ou pelo menos um pedido, que o SEBRAE ia fazer um projeto, de que forma ia ser aplicado esse dinheiro. O SEBRAE apresentou em princípio alguns cursos de cultura da cerâmica marajoara e também um site para que essa cultura fosse difundida e prometeu dentro do pedido dos artesãos que montaria uma central de beneficiamento e distribuição e também um laboratório que seria o laboratório de design, para que todo artesão adentrasse no laboratório e lá conseguisse produzir através de desenhos gráficos o que seria produzido na sua oficina. Isso aí nunca foi cumprido. Foi uma decepção para os artesãos. Compraram um prédio na 3ª Rua, uma empresa não deu conta do serviço e o prédio tá lá parado até hoje. Um elefante branco (PAJÉ, 2009).

Ao tratar sobre os reflexos dos incentivos culturais suscitados nas pessoas envolvidas com a produção ceramista, concluímos que efetivamente estes incentivos culturais não geraram qualquer reflexo nas pessoas, porque de fato nunca existiram. Ora, se os incentivos culturais não existiram, as pessoas desconheciam seus efeitos e as consequências que, de fato, estes incentivos poderiam produzir efetivamente naquela realidade. Se uma pessoa nunca viu algo ou nunca ouviu falar de determinada coisa, não sabe o que é. Portanto, não saberá identificar quaisquer efeitos/reflexos que esta determinada “coisa” pode ou não produzir.

Mas nunca existiram porque, como já foi comentado, falta a consciência do sentido de cultura para a comunidade do Polo. Falta os artesãos se valorizarem como artistas paraenses e seus trabalhos serem tratados como bem cultural importante para a regionalidade do Estado.

Entretanto, não se pode deixar de mencionar que o desenvolvimento de Icoaraci acarretou diversas repercussões, em maior ou menor grau, nas pessoas envolvidas com a produção ceramista. Dentre os exemplos têm-se: melhoria na produção e comercialização das peças; incremento na renda das famílias dos artesãos; alguma melhoria na infraestrutura como colocação de placas de sinalização e asfaltamento de algumas ruas, na categoria de reflexos diretos.

Entre os reflexos indiretos, acerca do desenvolvimento do Distrito, detectou-se sentimento de valorização profissional (mesmo não sendo suficiente), melhoria da qualidade de vida, da educação, inclusão social da comunidade artesã e manutenção do valor cultural da arte cerâmica icoaraciense. Contudo, todos estes fatores vêm diretamente relacionados a outros mais diretos já mencionados: os microcréditos das instituições bancárias, o apoio do SEBRAE, as políticas públicas de educação, etc., mas nenhuma ação que partisse diretamente dos incentivos culturais.

[...] olha, pelo que eu sei incentivos culturais nós ainda não tivemos, entendeu. Já teve apoio aqui, por exemplo, o parlamentar X precisa mandar tantas canecas pro município Y aí repassa por aqui, mas não é um incentivo para a gente, é um incentivo pros de lá, só fez uma compra. Vamos dizer assim o Banco do Brasil que diz trabalhar com a gente que é o DRS, aí vamos dizer assim o DRS às vezes lança. O Banco do Brasil, ajudou tantos artesãos, atingiu com tantos mil, mas não. Como eu disse pro gerente olha se ele pedir para mim, olha eu tô com uma coruja na mão eu quero que cada artesão fabrique 100 corujas, aí ele paga o nosso preço aqui de mercado, ele está comprando igual a outro cliente qualquer, ele não está nos dando incentivo cultural, incentivo cultural era se ele desse e não levasse algo de retorno, mas não, tudo eles levam e compram normal, mas todos dizem que estão incentivando o artesão e eu prego dizendo que não (TUXÁUA, 2009).

[...] é uma pergunta um pouco complicada [...] eu tenho visto poucos incentivos principalmente nessa área de Icoaraci. [...] não tenho visto muitos incentivos (CUIA, 2009).

Quando se perguntou sobre o significado cultural da atividade ceramista marajoara para o artesão a partir dos seus conhecimentos (ou nenhum), sobre os incentivos culturais, as respostas encontradas ratificaram o que foi dito

anteriormente. A atividade ceramista só pode gerar significado cultural para os artesãos, primeiro se eles tivessem conhecimentos mínimos sobre o histórico da arte marajoara. Segundo, como já havia sido dito, o senso de cultura como direito do indivíduo, ainda não é uma realidade inerente a natureza artístico-comercial do artesão do Polo, ficando os incentivos culturais de certa forma atrelados a este fator quando aquela comunidade, tendo noção do seu valor cultural, possivelmente procuraria esta alternativa para ampliar seu leque de possibilidades de promoção.

Entretanto, a realidade do Polo é o que as diversas falas discorrem sobre este assunto:

Olha, a maioria dos artesãos, eles não têm conhecimento do que eles estão fazendo. Dos incentivos pior ainda, porque muitos levantam uma peça, sabem o nome daquela peça, mas não sabem o significado, nem de onde veio e nem por que ele está fazendo aquilo, sabe que ele tem que produzir, só isso [...]; a maioria que eu tô te dizendo [...] é mais de 90% (TUXÁUA, 2009).

[...] pra nós que temos o conhecimento, pra nós é muito importante, a gente trabalhar com a marajoara, a gente pesquisar, a gente vender porque ela tem um valor muito maior. [...] então tu conhecer, tu dominar isso é muito melhor pra ti, é muito melhor para a Terra, pro meio ambiente, pra tudo! Tu sabe que a ignorância é a pior coisa que existe, é o câncer [...] Eles não se interessam, mesmo porque é como eu te digo, eles fizeram um comércio daquilo [...] Olha, se eu mostrar um vaso desse aí ele não faz, eu vou mandar ele fazer um vaso desse aqui, ele é danado, ele olha, ele copia tudinho, ele faz, mas pergunta o que é isso? Ele não sabe, porque não tem conhecimento; não estuda, não pesquisa, ele não sabe, ele sabe fazer, ele copia, ele é copista. [...] Então o Programa de Artesanato Brasileiro (PAB) vai dar uma carteirinha para o artesão a nível nacional, mas eu não posso dar essa carteirinha pro cara que não é artesão, eu tenho cara que é só copista, tem o cara que só pinta, ele não é artesão. O conceito de artesão é aquele que transforma a matéria-prima em arte, domina todos os processos e tal... Se se enquadrar dentro desse negócio eu tenho que dar a carteira pro cara, se ele chegar aqui demonstrar, fazer a peça aí eu vou ter que dar, fora disso não (IGAÇABA, 2009).

Não sei se vocês sabem, mas a maioria dos artesãos são pessoas leigas, [...] Você participar de uma assembléia, pra gente colocar pra todo mundo uma idéia nova, todo mundo tem medo de arriscar [...] O artesão ele acha que é o seguinte doou aquele espaço ali, algumas pessoas que ficaram, vendem razoavelmente bem, mas acham que aquilo ali é suficiente, não querem arriscar mais, [...] (ANANATUBA, 2009).

A maioria dos artesãos não tem noção dos incentivos culturais para o setor, ele não tem conhecimento, na maioria. [...] Então não tem um trabalho cultural, (ARUÃ, 2009).

Geralmente o artesão não tem nenhum conhecimento, pra isso aí existe as associações; tem 1 cooperativa e 2 associações (PAJÉ, 2009).

Diante destas falas acima, não fica difícil entender quão óbvias se tornam as respostas dos sujeitos acerca dos incentivos culturais à sua realidade.

Quando se questionou acerca das propostas de fomento que os artesãos poderiam ter para a produção ceramista em Icoaraci, as respostas, de uma maneira geral, não se diferenciaram entre os poucos gestores que se dispuseram a colaborar com a pesquisa, com os demais respondentes.

As propostas foram bem objetivas e concretas. Todas direcionadas à habilidade de fomentar a produção ceramista, com direcionamento voltado ao soerguimento das capacidades de trabalho e renda.

No conteúdo de cada resposta, os incentivos culturais não foram citados. A preocupação com a preservação cultural, a valorização do artesanato como manifestação popular cultural da região, dentre outras preocupações deste cunho, vêm atreladas diretamente à comercialização e suas variantes. A ênfase continua sendo na política de microcréditos como sendo, principalmente, a mola propulsora para o desenvolvimento dos artesãos. Mas o restante das ações estruturantes, que deveriam ficar a cargo do poder público, dentro de uma política de desenvolvimento maior de todo o complexo do Polo Cerâmico, deixa a desejar e muito, pois até o momento, os investimentos foram pífios, que refletissem melhorias diretas na qualidade de vida dos artesãos.

Delegar responsabilidades para os artesãos, de forma individualizada, “redime” o Estado de sua responsabilidade cabal de, efetivamente, gerar desenvolvimento à população. E no Distrito de Icoaraci, a cerâmica, secularmente, sempre foi um meio de sobrevivência para a população mais carente. Esta realidade ainda não mudou, só se aprimorou, e que o poder público insiste em manter, e não incrementar.

As falas abaixo destacam o que os sujeitos entenderam ser as propostas de fomento à produção ceramista:

[...] buscar parceria na prefeitura, junto ao poder público para ajudar os artesãos e essa capacitação para que possa vender internacionalmente, possa abrir mercado [...] porque ia abrir um grande mercado para nós [...] (TUXÁUA, 2009).

[...] o SEBRAE deve fazer uma coisa que o pessoal ainda não sabe [...] foi criada agora a federação de artesanato que engloba todas as associações não só aqui de Icoaraci, mas de Belém e do interior do Estado. Então essa federação ela vai ter esse poder de discutir com o próprio governo

municipal, federal, estadual e até com empresas privadas também um incentivo maior, verba para incentivar o artesanato tanto na produção, quanto na criatividade, mas a parte principal é na comercialização. Eu quero fazer um curso que quando eu chegue no final tenha condição de produzir mais e vender mais e aí eu produzindo mais e vendendo mais, não adianta eu produzir e não ter pra quem vender [...] (ANANATUBA, 2009).

No momento só o Banco do Brasil está atuando junto ao setor. [...] O BASA tem uma atuação muito recente, para ser preciso tem menos de 1 mês que o BASA entrou com um projeto aqui em Icoaraci e que uma grande quantidade de artesãos já está sendo beneficiado com empréstimos para a produção e para reforma de estabelecimentos, compra de equipamentos. Então esse empréstimo está acontecendo e é um trabalho que tem menos de 1 mês que foi iniciado (ARUÃ, 2009).

Não, não existem não, porque todas as propostas que chega com o artesão ou que o artesão busca, ele busca uma proposta para o seu estabelecimento de trabalho, ou seja, para a produção e hoje estamos atravessando uma fase de que a produção só sobrevive sob o comércio. (PAJÉ, 2009).

[...] É importante para nós a questão da matéria-prima, por exemplo, já estamos cercados de matéria-prima; tem pra todos os lados. Aqui em Icoaraci tem pouco, mas estamos cercados, tem matéria-prima pra todo lado. Então pra isso aí, precisamos comprar uma caçamba ou um barco, de 10 toneladas pra ir buscar a argila mais adiante um pouco, pra trazer pra cá, entendeu? Mas isso é o de menos. Agora o que eu vejo necessidade na minha realidade, é a gente conseguir recursos pra fazer a princípio um entreposto num centro maior, ou no Rio de Janeiro, São Paulo que ele até sugeriu o Paraná, pois estava perto das duas capitais do sul, perto das capitais do sudeste e tava perto também do centro-oeste. Então o que seria o entreposto? Adquire-se ou através de compra ou aluguel, um estabelecimento para capacidade de X produtos em um determinado centro, ou Rio ou São Paulo ou de uma dessas cidades aí, como eu te disse, ele sugeriu Curitiba. Lá então, se coloca o nosso produto, daqui vai todo esse produto classificado, em quantidade suficiente para venda. Ao invés de eu mandar uma peça dessa aqui, eu vou mandar 100 ou 200 e lá, nós vamos ter uma equipe de vendedores desses produtos. Essa equipe vai atender o mercado das proximidades então quando eu mandar daqui pra lá esse produto, esse produto já sai pago para o artesão, o artesão já recebeu aqui pra incentivar a produção dele porque se eu for mandar pra lá pra vender depois pra pagar ele quando vender a mercadoria ele não quer nem ceder o produto. Então, é um investimento um pouco maior não; negócio de 1, 2, 3 mil reais não. É um investimento maior. Então se na realidade se acontecer isso, então eu posso lhe garantir que o artesanato vai ter uma vida bem mais longa e economicamente muito melhor para o oleiro, para o artesão, muito melhor pra família do artesão, e até gerar emprego em outra região; não e só gerar emprego aqui, mas gerar emprego em outra região. Trazer recursos de lá pra cá porque quando eu mando produto daqui pra lá eu quero dinheiro de lá pra cá. Vai ser uma via de mão dupla, o banco vai me trazer dinheiro e eu vou trazer dinheiro pro banco (PAJÉ, 2009).

[...] tem a questão do CREDPARÁ que muitas entidades vêm pegar crédito para poder fomentar seus trabalhos, [...] (CUIA, 2009).

[...] voltando a realidade nossa, o que tem que fazer é com essa iniciativa do SEBRAE, dos órgãos públicos e privados, nós conclamarmos as associações de artesanato para que se juntem e tenham uma visão de tecnologia, empresarial para que melhore essa condição e nós tenhamos uma visão de propulsão de renda tanto para eles como para nossa comunidade (INAJÁ, 2009).

Quanto aos tipos de políticas públicas de cultura que o município pode estar direcionando para o artesanato ceramista no Distrito de Icoaraci, as respostas foram unânimes. O abandono do poder público municipal em relação ao Polo Cerâmico de Icoaraci é evidente. Isto reforça o fato de que os governos preferem deixar tudo como está, forçando os artesãos a recorrerem às políticas de microcrédito, conforme já mencionado, como alternativa para manutenção de sua subsistência e consequentemente da atividade produtiva local. Vejamos as falas:

Até onde eu sei, nenhuma, eu desconheço, nada [...] ao tempo que eu vivencio, eu desconheço [...] o projeto do PAC ele não é especificamente para atingir os artesãos, inclusive a gente tava em guerra com PAC porque o canal que tem aqui da Livramento, ele passa direto e vai dar na nossa área lá na APA; dá bem na frente. O trabalho do PAC vai fazer duas pistas do lado do canal que dá no rio principal e lá pára... aí a gente diz para quê duas pistas entrando na nossa área? Não é um impacto ambiental? [...] eles tinham que ouvir a gente. Até hoje ainda não ouviram; nós já fizemos reuniões com a prefeitura, a prefeitura disse que isso era com o Estado, já procuramos o Estado através da COHAB; eles desconhecem o projeto. Voltamos de novo na prefeitura e fizeram uma reunião com a gente aqui, a qual não falaram nada do projeto, só disse que as pessoas que tivessem na área atingida iriam ser beneficiadas, somente isso e o projeto em si não foi mostrado para gente. Aí como a gente soube? A gente soube através da imprensa quando a imprensa apertou. Aí foi que eles disseram como ia ser executado o projeto; aí foi que nós vimos e começamos a brigar, porque era o nosso medo da via ir até a nossa área ambiental. (TUXÁUA, 2009).

No município eu não conheço nenhuma, [...] (IGAÇABA, 2009).

Existe realmente por parte do governo que é o SETER que tem esse objetivo de melhorar a vida do artesão no Estado do Pará como um todo. O governo federal está engajado nessa federação. Aí a parte municipal é como eu te falei, não existe nada [...] Não existe. Eu participei da implantação da lei to Teixeira lá na Praça Waldemar Henrique, na época que o presidente da FUMBEL ainda era o Dr. Marcio Meira, meu amigo, a gente ligou pra lá, só que a partir daí, a gente não consegue nada [...] Segunda-feira nós vamos lavar lá a feira, vamos fazer umas pinturas nos bancos, já tá programado o mutirão da SOAMI a gente mandou um ofício pra lá, mas até agora nós não tivemos resposta, é difícil trabalhar com a prefeitura [...] (ANANATUBA, 2009).

Não, nenhum. Do meu conhecimento não. (ARUÃ, 2009).

Eu nem sei te dizer. Existe assim, o SETER, que é do governo do Estado, lá eles têm uma política lá dentro voltada para o artesanato, só que essa política, ela não atende as necessidades do artesão e é como tem o programa do governo federal que é o Programa Nacional do Desenvolvimento do Artesanato, que atende em parte. Então, eu acho que o caminho mais curto que tem seria em torno das próprias entidades. As próprias entidades se mobilizando e sair correndo em busca de recursos (PAJÉ, 2009).

Não existe. O que existe é o movimento de algumas instituições, inclusive já houveram dois seminários de políticas públicas para o artesanato paraense, mas está em pauta de discussões, não tem nada efetivo assim [...] No ano passado que teve assim de tentativa mais próxima de uma política pública para tentar resolver o problema de Icoaraci em relação a cerâmica foi a

questão da doação de uma terra para a criação de uma APA aí chamaram CODEM, chamaram a polícia militar, o SEBRAE foi chamado mas assim tudo na seção da discussão (CARAIPE, 2009).

[...] tem, tem políticas públicas para geração de emprego e renda no geral, não específica tá. Tem sim propostas de política para trabalho e renda e eles estão inseridos dentro, só que alguns benefícios eles não tem né. Existem vários, questão de carteira do artesão, a valorização do artesão através de sua carteira [...] (CUIA, 2009).

Quando foram questionados acerca dos incentivos culturais como representação de alguma mudança no desenvolvimento do artesanato cerâmico em Icoaraci, as respostas giraram em torno de possibilidades, caso houvesse a influência dos incentivos no desenvolvimento do artesanato de Icoaraci. A fala a seguir demonstra bem o que significa isso:

[...] se tivesse incentivo, tu queres dizer. Se houvesse incentivos culturais eu acho que haveria sim (TUXÁUA, 2009).

Outrossim, dentre os discursos que expressam bem como os incentivos culturais poderiam causar promissoras mudanças, principalmente quando estes incentivos advêm dos fundos de investimento do governo, por exemplo o FNC, tem-se:

[...] a cultura, o artesanato são dinâmicos, então, você não pode viver só no passado. A partir desse conhecimento, dessa pesquisa do passado, você vai produzindo coisas mais atuais [...] esse dinamismo faz com que a cultura ceramista se perpetue, siga adiante, não seja interrompida. (ARUÃ, 2009).

Os incentivos culturais, se bem aplicados, contribuiriam sobremaneira para que toda essa cultura dinâmica se fortalecesse cada vez mais, não desanimando seus construtores, mantenedores e perpetuadores desse dinamismo: os artesãos. Porém a realidade vigente é o que a fala abaixo nos mostra:

Eu costumo dizer que eu já trabalho há 19 anos com cerâmica e a gente, num certo momento, vem com toda garra, vem com toda disposição e depois você percebe que as coisas não acontecem como a gente gostaria que acontecesse ou na velocidade que a gente gostaria. E isso aí vai cansando, a gente vai se desestimulando e as pessoas vão se acomodando. [...] As coisas custam a acontecer. Agora mesmo, os artesãos aqui; a gente vem conversando bastante. Nós tínhamos uma expectativa muito grande de que Belém fosse uma das sedes da Copa do Mundo, eu já estava planejando em, como temos 5 anos ainda pela frente, até o início da copa, reformular a loja, em fazer uma série de reformas mesmo que a gente ficasse endividado, mesmo a custo de empréstimos, mas a gente visualizava ou tinha idéia que esse retorno viria com certeza. Então seria uma coisa mais ou menos programada, você faria um investimento no momento, durante esse período, e teria certeza que futuramente isso seria revertido em lucros que daria para pagar esses investimentos. A gente teve

a decepção de que Belém não vai ser a sede da Copa, então hoje eu já me sinto completamente sem disposição de investir, de continuar com esse trabalho de cerâmica porque a gente não percebe que as coisas andam. A gente tem consciência, a gente tem lido nos jornais e assistido na mídia em geral que faltou apoio maciço do governo do Estado ou mais precisamente da governadora Ana Júlia no sentido que a Copa viesse pra cá, então isso é muito frustrante (ARUÃ, 2009).

Mesmo os engajados, os dedicados e reconhecidos mestres-artesãos, desanimam-se tamanho é o descaso do poder público com a comunidade do Polo Cerâmico. Isto quer dizer que mecanismos de financiamento da cultura como os incentivos culturais tornam-se propostas altamente elitizadas para a hodierna realidade do Polo. Envolve setores empresariais, onde sua marca e lucro estão em jogo; e boa vontade política, onde a cultura ainda não chegou num patamar de importância tão estratégico, que volte os olhos do governo de forma efetivamente interessada para este setor, principalmente quando se trata de região Norte.

Atrelado a todo este contexto, o Polo Cerâmico de Icoaraci, apesar de seu reconhecido potencial turístico e contexto histórico-cultural, é uma manifestação de cultura popular. Isto significa que sua valorização deve efetivamente partir também e não menos significativamente do seio de sua comunidade, ou seja, de todo o Distrito de Icoaraci, para que o próprio Distrito seja o primeiro vendedor-chave da verdadeira cultura ceramista marajoara-icoaracience. Assim, valorizando-se, respeitando seus artistas e criadores deste rico artesanato cerâmico, a comunidade ganha respaldo sociocultural e novos olhares, tanto governamentais como de outras caras regionais do Brasil e do mundo.

CONCLUSÃO

A Cultura no Brasil ainda hoje representa um tema a ser desbravado. Para a Região Norte, esta realidade é ainda mais contundente. A globalização, mesmo dispondo de inúmeras facilidades de acesso a desenvolvimentos diversos e a vários locais do mundo, não pode açambarcar todos os matizes de diversidades e necessidades que grupos de seres humanos, em diferentes localidades, precisam aprimorar e mesmo vivenciar como garantia fundamental de mundivivência. A cultura representa uma dessas necessidades.

A humanidade é extremamente variada em sua essência como em sua expressão. Isto quer dizer que em cada lugar onde exista um determinado número de pessoas, haverá uma cultura reinante. Esta grandiosidade da cultura ainda não foi compreendida pelas pessoas que podem fomentá-la e mesmo disseminá-la. Falta o despretenso interesse altruísta, de desenvolver a cultura onde ela nasceu, ou seja, no seio da sociedade, despertando todos para a consciência maior da importância da "criação" da cultura na vida do Homem em seu cotidiano.

Muito já se ganhou em processo valorativo da cultura no Brasil. Do período getulista ao regime militar, a cultura era tratada de forma mais homogênea e uniformizada. Porém, no período de Collor a FHC, a cultura ganhou nova versão: mercadoria; e a política cultural reforçou a submissão da cultura à lógica do mercado. No governo Lula, a diversidade cultural ganha ares mais variados onde as desigualdades procuraram ser vistas mais naturalmente sob os olhares de suas necessidades locais, focando a democratização cultural.

Este discurso foi que tentou permear a política deste governo, em manter-se o “lugar de diálogos” e não de mera formação de grupos isolados. Ainda hoje está se procurando dar valor a chamada “hibridização cultural”, típica da diversidade cultural bastante mesclada que é a do Brasil.

Nessa conjuntura, foi se formatando uma nova forma de valorização das culturas populares, tão aquém das ditas eruditas, sempre em primazia quando o assunto era cultura. A sociedade civil então veio ganhando cada vez mais participação nesse contexto, na medida em que aqui e acolá suas manifestações

artístico-culturais foram ganhando espaço. Mas um espaço ainda tímido, perto do que poderia ser dito o ideal para a sociedade como um todo e não somente para uma parcela, que ainda encontra-se determinando os moldes do que seja cultura popular.

A cultura ainda não se tornou tema estratégico e de base da economia nacional. A realidade dos incentivos culturais mostra bem quão responsável o Estado está pelo fomento da criação e divulgação artística para o desenvolvimento da sociedade. A Lei *Rouanet* já sofreu alterações e a política dos incentivos culturais, a todo o momento, está sendo questionada, porque ainda não se achou a medida, o ponto, em que possa se considerar todas as diversidades que o país abrange.

Neste estudo, foi observado que os incentivos culturais são um fato remoto à realidade do Polo Cerâmico de Icoaraci. Primeiro porque estes incentivos carregam em seu núcleo, a veia elitista, marginalizando outras manifestações artísticas aquém do padrão mercadológico e uniformizado de *marketing* cultural. Segundo, porque, por questões político-ideológicas, eles estão mais dispostos a servir aos interesses do setor privado, com a política de Estado Mínimo adotada pelo sistema neoliberal, do que propriamente suprir as necessidades da sociedade quando o assunto é cultura. E terceiro porque cumpre somente o pseudo-papel do Estado, que seria em se “preocupar” com a cultura, sem, no entanto, carregar o escopo de responsabilidade que mister lhe é convencionado, marginalizando toda uma gama de expressões artísticas, de um todo cultural brasileiro vasto mas até mesmo desconhecido.

A realidade do Polo Cerâmico em Icoaraci é mais um exemplo do descaso com que o Estado brasileiro continua tratando a cultura, principalmente a nortista. As raízes históricas deste descaso continuam se ramificando em toda a arena governamental para as condições brasileiras de ainda hoje.

Como agravante deste processo, existe a formatação com que foi sendo configurado o Polo Cerâmico de Icoaraci. Ele passou de um simples Polo cerâmico utilitário para um Polo cerâmico artístico, sem, no entanto, carregar em sua consistência, a aura verdadeiramente artística que, por exemplo, um mestre artífice,

criador de cultura carrega em sua veia. Este fator ainda prejudica o grande desenvolvimento estrutural do Polo Cerâmico quando seus componentes, os artesãos, perdem-se na função artista-vendedor ou vendedor-artista, desmembrando a sua função, o seu ofício do valor cultural que lhes é próprio.

Atrelado a estes fatores, existem as vivências sociais cotidianas da comunidade artesã do Polo. O velho clichê - “unidos venceremos” - não é a realidade entre os artesãos do Polo. Por estas disputas internas na comunidade, muitas vezes veladas por situações diversas, as lutas conjuntas não ganham força, muito menos o governo torna-se pró-ativo por uma voz que ele não escuta.

Só o fator renda não poderia ser o centro das atenções do Polo. Entretanto, suas produções giram quase que exclusivamente em torno de um motivo secundário à criação artística. Políticas de Cultura são as que menos são pensadas para e pela comunidade. Políticas de Emprego e Renda são a tônica do processo que move o Polo. No entanto, a imagem iconografada nacional e internacionalmente é de uma riqueza cultural altamente cultivada e explorada.

Enfim, dentre lacunas observadas na realidade do Polo, os incentivos culturais ficam relegados a último plano ou mesmo esquecidos. Alternativas mais urgentes e emergenciais que mexam no complexo estruturante do Polo, assim como remodelamento contínuo de mudança comportamental-social daquela comunidade, deveriam prevalecer entre as “preocupações” do poder público.

Assim, os mecanismos de financiamento poderiam ser pensados como um direcionamento àquela realidade cultural. E a cultura começasse verdadeiramente a tornar-se o motor principal e o pano de fundo de todo o cenário do Polo Cerâmico. O artesão e seu trabalho seriam então o produto corolário da construção do projeto de uma verdadeira Política Pública de Cultura naquele Distrito, alusiva a todo o Estado do Pará.

REFERÊNCIAS

A HISTÓRIA de Icoaraci. **Icoaraci: Polo do artesanato da Amazônia**, Belém, 2000/2005. Disponível em: <<http://www.icoaraci.com.br/historia.htm>>. Acesso em: 23 abr. 2008.

A RIQUEZA marajoara é tema de livro e curso em Belém. **O Liberal**, Belém. 05 ago. 2007. Caderno Troppo, p. 1.

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz. Gestão ou gestação da cultura: algumas reflexões sobre o papel do estado na produção cultural contemporânea. In: RUBIM, Antonio A. C. & BARBALHO, A (orgs.). **Políticas culturais no Brasil**. Coleção Cult. Salvador: EDUFBA, 2007.

ALGUNS dados divulgados em 2008, pelo IBGE, sobre a realidade cultural brasileira. **Ministério da Cultura**, Brasília, DF, 10 fev. 2009. Disponível em: <<http://mais.cultura.gov.br/2009/02/10/434/>>. Acesso em 19.08.2009.

APRESENTAÇÃO de Projetos Culturais. **Ministério da Cultura**, Brasília, DF, 17 out. 2008. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/10/17/apresentacao-de-projetos-culturais/>>. Acesso em: 17 ago. 2009.

BARBALHO, Alexandre. Políticas culturais no Brasil: identidade e diversidade sem diferença. In: RUBIM, Antonio A. C. & BARBALHO, A (orgs.). **Políticas culturais no Brasil**. Coleção Cult. Salvador: EDUFBA, 2007.

BELÉM (Município). Decreto municipal nº 35.416, de 25 de junho de 1999. Regulamenta a lei nº 7.850, de 17 de outubro de 1997, que dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais para a realização de projetos culturais do município de Belém. **Secretaria Municipal de Assuntos Jurídicos** [da] Prefeitura Municipal de Belém, Belém, PA, 2 jul. 1999. Disponível em: <http://www.belem.pa.gov.br/semaj/app/Sistema/view_lei.php?id_lei...>. Acesso em: 15/04/2010.

BELÉM (Município). Lei ordinária nº 7.850, de 17 de outubro de 1997. Dispõe sobre incentivo fiscal para realização de projetos culturais ou esportivos, amadores, no âmbito do município de Belém. **Secretaria Municipal de Assuntos Jurídicos** [da] Prefeitura Municipal de Belém, Belém, PA. 22 out. 1997. Disponível em: <[http://www.cbtm.org.br/scripts/site.dll/..%5Carquivos%5C08-03-PREFBEL-LEI7850-INCENTIVOCULTURAEESPORTE\(00\).pdf](http://www.cbtm.org.br/scripts/site.dll/..%5Carquivos%5C08-03-PREFBEL-LEI7850-INCENTIVOCULTURAEESPORTE(00).pdf)>. Acesso em: 15/04/2010.

BOLÁN, Eduardo Nivón. **La política cultural**: temas, problemas y oportunidades. México: Colección intersecciones (16). 2006, 175 p.

BRANT, Leonardo. Leis de incentivo e políticas culturais privadas. **Brant Associados**: São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.brant.com.br/>>. Acesso em: 11 dez. 2009.

BRASIL. Congresso Nacional. Projeto de Lei (2009). Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Profic, e dá outras providências. **Casa Civil da Presidência da República**, Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/consulta_publica/programa_fomento.htm>. Acesso em: 17 ago. 2009.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 dez. 1991. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8313cons.htm>. Acesso em: 26 jan. 2010.

CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas. In: RUBIM, Antonio A. C. & BARBALHO, A (orgs). **Políticas culturais no Brasil**. Coleção Cult. Salvador: EDUFBA, 2007.

CÂMARA votará PL do vale-cultura até outubro. **Ministério da Cultura**, Brasília, DF, 27 ago. 2009. Disponível em: <<http://blogs.cultura.gov.br/valecultura/2009/08/12/o-que-o-vale-cultura/>>. Acesso em 19 dez. 09.

CARVALHO, Telma Maria Pinto Carvalho. **Artesanato cerâmico de Icoaracy**. 1989. Trabalho apresentado na disciplina Métodos e Técnicas de Pesquisa, Curso de Educação Artística, Centro de Educação Técnica do Estado do Pará, Belém, 1989.

CASTRO, Leonardo. A cultura indígena marajoara. Índios no Pará. **Pará Histórico**. Pará, 2009. Disponível em: <<http://parahistorico.blogspot.com/2009/02/indios-no-para.html>>. Acesso em: 22. abr. 2009.

CERÂMICA Icoaraci. **Icoaraci: Polo do artesanato da Amazônia**, Belém, 2000/2005. Disponível em: <http://www.icoaraci.com.br/ceramica_icoaraci.htm>. Acesso em 20 jul 2009.

DALGLISH, Lalada. Mestre Cardoso: a arte da cerâmica amazônica. **Prefeitura Municipal de Belém**. Secretaria Municipal de Educação. Belém: SEMEC, 1996. 85 p.

DICIONÁRIO ESCOLAR DA LÍNGUA PORTUGUESA. **Academia Brasileira de Letras**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2. ed., 2008, 1312 p.

DINIZ, Marcelo Bentes; DINIZ, Márcia Jucá Teixeira. Arranjo produtivo do artesanato na região metropolitana de Belém: uma caracterização empírica. **Novos Cadernos NAEA**. Belém, v. 10, n. 2, p. 173-208, dez. 2007.

DURAND, José Carlos. **Cultura como objeto de política pública**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

FEITOSA, Angélica. Lei Rouanet: mudanças em debate. O Povo, ceará, 22 mai. 2009. **Ministério da Cultura**. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2009/05/22/lei-rouanet-mudancas-em-debate/>>. Acesso em: 13 set. 2009.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2. ed. rev. aum, 1986, 1838 p.

FIGUEIREDO, Napoleão. Arqueologia da bacia amazônica. In: **INSTITUTO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL DO PARÁ - IDESP**. Exposição feira do artesanato do Pará: arte popular do Pará. Belém: IDESP, 1973. 180 p.

FIGUEIREDO, Silvio Lima; TAVARES, Auda Piani. **Mestres da cultura**. Belém: EDUFPA, 2006.

FUMBEL divulga projetos da Lei Tó Teixeira. **Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo – ABRAJET PARÁ**, 24 mar. 2009. Disponível em: <<http://abrajetpara.blogspot.com/2009/03/fumbel-divulga-projetos-da-lei-to.html>>. Acesso em: 17 ago. 2009.

FUMBEL entrega certificados das leis Tó Teixeira e Guilherme Paraense. Notícias. **Prefeitura de Belém**, [2006]. Disponível em: <http://www.belem.pa.gov.br/portal/new/index.php?option=com_content&view=article&id=7964:fumbel-entrega-certificados-das-leis-to-teixeira-e-guilherme-paraense&catid=58:notiscias&Itemid=71>. Acesso em: 17 ago. 2009.

FUNDAÇÃO João Pinheiro. Experiências de financiamento à cultura em municípios de Minas Gerais: gastos públicos, aparato institucional e mecanismos de incentivos. **Centro de Estudos Históricos e Culturais**, Belo Horizonte, 2007. 152 p.

FUNDO Nacional de Cultura (FNC): projetos audiovisuais. **Ministério da Cultura**, Brasília, DF, 11 dez. 2007. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/categoria/apoio-a-projetos/mecanismos-de-apoio-do-minc/lei-rouanet-mecanismos-de-apoio-do-minc-apoio-a-projetos/projetos-audiovisuais-lei-rouanet-mecanismos-de-apoio-do-minc-apoio-a-projetos-mecanismos-de-apoio-do-minc-apoio-a-projetos/projetos-audiovisuais-fundo-nacional-de-cultura-fnc-lei-rouanet-mecanismos-de-apoio-do-minc-apoio-a-projetos-mecanismos-de-apoio-do-minc-apoio-a-projetos/>>. Acesso em: 17 ago. 2009.

GARDINI, André; FUJIYOSHI, Sílvia. Sítios desprotegidos significam história ameaçada. Reportagens. Arqueologia. **Com Ciência**. Brasil, 10 set. 2003. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/reportagens/arqueologia/creditos.shtml>>. Acesso em: 23 mai. 2008.

GIL, Gilberto Moreira. **Por uma nova arquitetura de investimento cultural**. In: **BRANT, Leonardo**. O investimento cultural privado, por Gilberto Gil. Culturaemercado. [02 jul. 2009]. Brant Associados: São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.brant.com.br/>>. Acesso em: 17 dez. 2009.

GOMES, Adolfo (2002). **Incentivos não chegam a todos**. Disponível em: <<http://www.oparaense.com>>. Acesso em: 14. nov. 2008.

GONÇALVES, Márcio Souza. Minorias, identidade e virtualidade. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005, 219 p.

GUIMARÃES, Larissa. Orquestra sinfônica brasileira lidera captação pela lei Rouanet. **Folha de São Paulo online**, 11 dez. 2008. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/12/11/orquestra-sinfonica-brasileira-lidera-captacao-pela-lei-rouanet/>>. Acesso em: 10 jun. 2009.

GUIMARÃES. Júnior. **A monografia do mega distrito**. Belém - Pará: Delta, 1996.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Sistema de informações e indicadores culturais**, 2003. Rio de Janeiro, 2006. 124 p.

INSTITUTO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL DO PARÁ - IDESP. **Exposição feira do artesanato do Pará: arte popular do Pará**. Belém: IDESP, 1973. 180 p.

INVESTIMENTO privado para a cultura. **O Liberal**, Belém, n. 32.344, 31 dez. 2008 e 01 jan. 2009. Caderno poder, p. 4.

JESUS, Luiz Roberto Vieira de. **A arte marajoara na época de sua reprodutibilidade técnica**. Belém: UFPA, [ca. 1999]. Disponível em: <<http://www.ufpa.br/decom/roberto.pdf>>. Acesso em: 03. mar. 2009.

JUNIOR, Manoel Lino de S. Proposta de reformulação da lei de incentivo e fomento corrobora Fundo Nacional da Cultura. Fundo Nacional da Cultura. **Umarizal em Dia**, 14 abr. 2009. Disponível em: <<http://umarizalemDia.blogspot.com/search?q=R%24+290+milh%C3%B5es+do+fundo>>. Acesso em: 25 nov. 2009.

KLEIN, Richard G. **O despertar da cultura: a polêmica teoria sobre a origem da criatividade humana**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

KNOPP, Glauco da Costa; DARBILLY, Leonardo Vasconcelos Cavallier. Reflexões sobre políticas culturais para o desenvolvimento local. **Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD**, 2007. 14 p.

LEIS municipais de incentivo a cultura. Grupo 1: fomento e incentivo à cultura. **Código de Ideias**. 10 nov. 2005. Disponível em: <http://codigodeideias.blogspot.com/2005/11/grupo-1-fomento-e-incentivo-cultura_10.html>. Acesso em: 14. nov. 2008.

MAPA de Icoaraci. **Dricobel**, Belém, dez. 2007. Disponível em: <www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=59871...> Acesso em: 20 jan. 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 6 ed., 7. reimpr., 2009, 315 p.

_____. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 7 ed., 2. reimpr., 2009, 277 p.

MINAYO, Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 25 ed. rev. e atual., 2007, 108 p.

NEVES, Eduardo Góes. **Arqueologia da Amazônia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. 86 p.

_____. Resquícios arqueológicos confirmam presença de povos antigos na Amazônia: depoimento. [26 de novembro, 2006]. São Paulo: Repórter Eco. Entrevista concedida a Márcia Bongiovanni.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007, 182 p.

ORIGEM do nome Icoaraci. **Icoaraci: Polo do artesanato da Amazônia**, Belém, 2000/2005. Disponível em: <http://www.icoaraci.com.br/historia_nome.htm>. Acesso em: 24 abr. 2008.

PALESTRA do ministro Gilberto Gil no II fórum brasileiro sobre as agências reguladoras. **Ministério da Cultura**, Brasília, DF, 15 mar. 2005. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2005/03/15/palestra-do-ministro-gilberto-gil-no-ii-forum-brasileiro-sobre-as-agencias-reguladoras/>. Acesso em: 09 jul. 2009.

PARTICIPAÇÃO e transparência. Nova lei de fomento à cultura. **Ministério da Cultura**, Brasília, DF, [2009].

PIME - Net BRASIL: (2008) Ecologia A floresta tropical da Amazônia. Disponível em: <<http://www.pime.org.br/imagens/mapa.jpg>>. Acesso em 22 abr. 2009.

PORTO, Marta. Cultura para a política cultural. In: RUBIM, Antônio A. C. & BARBALHO, A. (orgs.). **Políticas culturais no Brasil**. Coleção Cult. Salvador, 2007.

RANDS, Maurício. Lei de fomento à Cultura. Jornal do Commercio, Pernambuco, 02 jun. 2009. **Ministério da Cultura**. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2009/06/02/lei-de-fomento-a-cultura/>>. Acesso em 23 abr. 2010.

REPRESENTANTES do BID visitam Polo cerâmico de Icoaraci. Notícias. Prefeitura de Belém. Disponível em: <http://www.belem.pa.gov.br/portal/new/index.php?option=com_content&view=article&id=6876:representantes-do-bid-visitam-polo-ceramico-de-icoaraci&catid=58:notiscias&Itemid=71>. Acesso em: 15 jul. 2009.

REVISTA VER-O-PARÁ. **Icoaraci: os encantos da vila sorriso**. Belém, ano. 15, n. 35, jun/jul. 2007.

RODRIGUES, L. F. R. **Incentivos Fiscais: Uma reflexão sobre a baixa utilização em projetos socioculturais**. 2005. 55f. Monografia (MBE em Responsabilidade Social e Terceiro Setor) - Instituto de Economia. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007, 14 reimp. 89 p. (Coleção Primeiros Passos; 110).

SCHAAN, D. P. **A linguagem iconográfica da cerâmica marajoara** 1996. 232 f. Dissertação (Mestrado em História – Área de Concentração Arqueologia) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto alegre. 1996.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA. Departamento Nacional. **Estudos das leis de incentivo à cultura**. v. 1. Brasília: SESI/DN, 2007. 204 p.

SIMIS, Anita. A política cultural como política pública. In: RUBIM, Antônio A. C. & BARBALHO, A (orgs.). **Políticas culturais no Brasil**. Coleção Cult. Salvador: EDUFBA, 2007.

SOUZA, Márcio. **Breve história da Amazônia**. São Paulo: Marco Zero, 1994.

UNESCO, Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. Paris, 2005, 20 p.

VIANA, Márcia Sucupira. **O processo de implantação do I sistema de cultura do município de Fortaleza**. 2008. 117f. Dissertação (Mestrado Profissional em Planejamento e Políticas Públicas). Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2008.

WANDECK, Renato (2000). **Cerâmica marajoara**: Ilha de Marajó-Pará. Disponível em:

<http://www.ceramicanorio.com/artepopular/ceramicamarajoara/cer%C3%A2mica_marajoara.htm>. Acesso em: 31 dez. 2008.

FONTES CONSULTADAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

CONDURÚ, Marise Teles; MOREIRA, Maria da Conceição Ruffeil. **Producao científica na universidade**: normas para apresentação. 2. ed. rev. e atual. Belém: EDUEPA, 2007. 130 p.

FERNANDES, Francisco. **Dicionário de sinônimos e antônimos da língua portuguesa**: de acordo com a ortografia oficial brasileira. 43. ed. rev. e ampl. Por Celso Pedro Luft. São Paulo: Globo, 2005.

MELO, Telma Marylanda Silva de (Org.). **Manual de Normalização**. Fortaleza: UECE, 73 p.

ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto. **A entrevista na pesquisa qualitativa**: mecanismo para validação dos resultados. Belo Horizonte: Autêntica, 1. ed., 1. reimp., 2008, 107 p.

SILVA, José Maria da; SILVEIRA, Emerson Sena da. **Apresentação de trabalhos acadêmicos**: normas e técnicas. Petrópolis, RJ: Vozes, 4. ed., 2009. 215 p.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Roteiro de entrevistas

1. Como você acha que a cultura cerâmica marajoara se insere no meio dos artesãos: subsistência ou significado histórico? Isto pode ser considerado como um dos aspectos que faz a produção ceramista marajoara de Icoaraci manter-se viva culturalmente?
2. Que práticas realizadas pelas pessoas envolvem a manutenção da produção ceramista marajoara de Icoaraci para manter-se viva culturalmente?
3. A atividade ceramista dá significado e promove a inclusão social do artesão? Houve alguma forma de inclusão a partir de algum projeto social?
4. Como você acha que o artesão contribui para a valorização da diversidade cultural a partir de sua prática?
5. Os incentivos culturais tiveram reflexos diretos/indiretos nas pessoas envolvidas com a produção ceramista marajoara de Icoaraci?
6. Qual o significado cultural da atividade ceramista marajoara para o artesão a partir dos seus conhecimentos (ou nenhum), sobre os incentivos culturais?
7. O que significa a cerâmica marajoara para os gestores de cultura?
8. Que propostas de fomento os artesãos têm para a produção ceramista em Icoaraci?
9. Que tipos de políticas públicas de cultura o município está direcionando para o artesanato ceramista no Distrito de Icoaraci?
10. Os incentivos culturais representam alguma mudança no desenvolvimento do artesanato cerâmico em Icoaraci?
11. O desenvolvimento de Icoaraci representa alguma correlação com a produção do artesanato ceramista? (exemplo: turismo, urbanização, etc.)

APÊNDICE B - Categorias teóricas e empíricas

CULTURA CERAMISTA MARAJOARA	REPRESENTAÇÕES (SENTIDOS) DA CULTURA	INCENTIVOS CULTURAIS
P1: Como você acha que a cultura cerâmica marajoara se insere no meio dos artesãos: subsistência ou significado histórico? Isto pode ser considerado como um dos aspectos que faz a produção ceramista marajoara de Icoaraci manter-se viva culturalmente?	P3: A atividade ceramista dá significado e promove a inclusão social do artesão? Houve alguma forma de inclusão a partir de algum projeto social?	P8: Que propostas de fomento os <u>(GESTORES)</u> artesãos têm para a produção ceramista em Icoaraci?
P2: Que práticas realizadas pelas pessoas envolvem a manutenção da produção ceramista marajoara de Icoaraci para manter-se viva culturalmente?	P4: Como você acha que o artesão contribui para a valorização da diversidade cultural a partir de sua prática? (GESTORES)	P9: Que tipos de políticas públicas de cultura o município está direcionando para o artesanato ceramista no Distrito de Icoaraci?
	P5: Os incentivos culturais tiveram reflexos diretos/indiretos nas pessoas envolvidas com a produção ceramista marajoara de Icoaraci?	P10: Os incentivos culturais representam alguma mudança no desenvolvimento do artesanato cerâmico em Icoaraci?
	P6: Qual o significado cultural da atividade ceramista marajoara para o artesão a partir dos seus conhecimentos (ou nenhum), sobre os incentivos culturais? (ARTESÃOS)	
	P7: O que significa a cerâmica marajoara para os gestores de cultura? (GESTORES)	
	P11: O desenvolvimento de Icoaraci representa alguma correlação com a produção do artesanato ceramista? (exemplo: turismo, urbanização, etc.)	

ANEXOS

ANEXO A – Termo de consentimento livre e esclarecido

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE ORIENTAÇÃO CIENTÍFICA
COMITÊ CIENTÍFICO DE ÉTICA DA UEPA

“TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO”**TÍTULO - A REALIDADE DOS INCENTIVOS CULTURAIS NO POLO CERÂMICO DE ICOARACI**

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Almeida Barbalho **Aluno:** Marcelo Souza Martins

Este documento tem por finalidade garantir-lhe um direito fundamental que deve nortear o agir do pesquisador em termos profissionais por meio de condutas e de comportamentos moralmente humanizados, por respeitar os princípios basilares da Bioética, que são os princípios da autonomia, da beneficência e da justiça.

Garantia de Liberdade: Sua participação neste estudo é absolutamente voluntária. Dentro desta premissa, todos os participantes são absolutamente livres para, a qualquer momento, negar o seu consentimento ou abandonar a pesquisa se assim o desejar, sem sofrer qualquer tipo de coação. Mediante a sua aceitação, espera-se que compareça nos dias e horários marcados e, acima de tudo, siga as instruções determinadas pelo pesquisador responsável, quanto à segurança durante a realização das avaliações e/ ou procedimentos de intervenção.

Despesas e Compensações: As despesas porventura acarretadas pela pesquisa serão de responsabilidade do pesquisador, não havendo por outro lado qualquer previsão de compensação financeira. Também não haverá nenhum pagamento por sua participação. Em caso de dúvidas ou perguntas, queira manifestar-se a qualquer tempo, para explicações adicionais, dirigindo-se ao pesquisador.

Garantia de Acesso: Em qualquer fase do estudo você terá pleno acesso ao profissional responsável pelo mesmo, nos locais e telefones indicados, tanto para esclarecimentos, como em decorrência de qualquer problema ocorrido durante os exercícios.

Direito de Confidencialidade: Os dados colhidos na presente investigação serão utilizados para subsidiar a confecção de artigos científicos. O pesquisador utilizará os dados e o material coletado somente para esta pesquisa. O responsável pela pesquisa garante a total privacidade e estrito anonimato dos participantes, quer no tocante aos dados, quer no caso de utilização de imagens, ou outras formas de aquisição de informações. Garantindo desde já a confidencialidade, a privacidade e a proteção da imagem e a não estigmatização do participante, escusando-se de utilizar as informações geradas pelo estudo em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades, inclusive em termos de auto-estima, de prestígio ou de quaisquer outras formas de discriminação.

Direito de Acessibilidade: O autor deste trabalho se compromete a fornecer-lhe os dados específicos colhidos no transcurso da presente pesquisa, bem como em entregar-lhe pessoalmente os resultados conclusivos da mesma, como uma forma humana de agradecimento por sua participação voluntária neste estudo. Mesmo assim, queira manifestar-se sempre que julgar necessário, no sentido de obter qualquer tipo de informação desejada.

Quanto ao estudo: Este trabalho de pesquisa visa investigar os reflexos que os incentivos culturais geram nas pessoas envolvidas com a produção ceramista marajoara na valorização da diversidade cultural de Icoaraci. O que você precisa fazer é autorizar o pesquisador e participar da pesquisa, respondendo a 11 (onze) perguntas abertas a serem realizadas durante a entrevista sobre incentivos culturais relacionados à cerâmica marajoara em Icoaraci. Para evitar constrangimento e preocupação de que suas respostas sejam divulgadas, deixo claro que as informações obtidas têm como única finalidade a pesquisa e, seu nome, permanecerá no anonimato. Os resultados obtidos serão agrupados de forma generalizada e não individual.

Descrição de Riscos e Desconfortos: Não há, seja remota, a possibilidade de ocorrer algum tipo de risco ou desconforto durante a entrevista.

O Orientador da pesquisa é o Prof. Dr. Alexandre Almeida Barbalho, que pode ser encontrado pelo fone: (85) 8814-0806, pelo período da manhã.

Caso não seja encontrado, poderá ser contactado o mestrando Marcelo Souza Martins nos telefones (91) 8883-6340 ou (91) 4009-9516 (manhã).

Assinatura e carimbo do Orientador
 Nome: Prof. Dr. Alexandre Almeida Barbalho
 End: Av. Alvaro Correia, 455, apto 602 – Fortaleza/CE
 Fone: (85) 8814-0806

CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro que li as informações acima sobre a pesquisa, sinto-me esclarecido sobre o conteúdo da mesma, assim como seus riscos e benefícios. Declaro, ainda, que aceito participar da pesquisa, cooperando com a coleta de dados para o projeto.

Belém, ____/____/2009.

Assinatura do sujeito entrevistado

ANEXO B – Lei nº 8.295, de 30 de dezembro de 2003.

Dispõe sobre a criação do Fundo Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural da Cidade de Belém – Fundo Monumenta Belém e dá outras providências.

O PREFEITO MUNICIPAL DE BELÉM

A Câmara Municipal de Belém estatui e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. Fica criado o Fundo Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural da Cidade de Belém – Fundo Monumenta Belém, de natureza contábil-financeira, sem personalidade jurídica própria, vinculado à Fundação Cultural de Belém – FUMBEL, e gerido pelo Gabinete do Prefeito, com o objetivo de financiar as ações de preservação e conservação de áreas submetidas à intervenção do Projeto Ver-Belém, desenvolvido e implantado no âmbito do Programa Monumenta.

Parágrafo único. Para os fins desta Lei, define-se por projeto o conjunto das áreas públicas, edificações e monumentos agregados pelo contexto de ações de recuperação dos seus valores históricos e culturais no âmbito do Programa Monumenta.

Art. 2º. O Fundo Monumenta Belém contará com um Conselho Curador, com a seguinte composição:

I – chefe de Gabinete do Prefeito;

II – representante do Ministério da Cultura;

III – representante do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN;

IV – representante do órgão municipal do patrimônio;

V – dois representantes do empresariado, indicados na forma dos estatutos da entidade de classe respectiva, sendo um do comércio, situado na área de investimento ou de influência do projeto, e outro da indústria local de turismo receptivo;

VI – dois representantes da comunidade da área de investimento ou de influência do projeto, um dos quais, morador do local, e outro, artesão ou ativista cultural;

VII – um representante das organizações não-governamentais ligadas à preservação do patrimônio histórico e à promoção à cultura.

Parágrafo único. A presidência do Conselho Curador será exercida por um de seus membros, eleito para um mandato de dois anos, vedada a reeleição e devendo a escolha recair, alternadamente, entre os representantes do setor público e os representantes do setor privado.

Art. 3º. O Fundo Monumenta Belém será gerido pelo Gabinete do Prefeito, que se sujeitará à supervisão e às normas gerais editadas pelo Conselho Curador.

§ 1º A aplicação das receitas orçamentárias vinculadas ao Fundo Monumenta Belém far-se-á por meio de dotação consignada na lei orçamentária municipal.

§ 2º O orçamento do Fundo Monumenta Belém integrará o orçamento do Município.

Art. 4º. Constituirão receitas do Fundo Monumenta Belém:

I – transferências anuais de recursos orçamentários do município;

- II – recursos de convênios, acordos e outros ajustes;
- III – contrapartidas de convênios aportados ao município;
- IV – receitas decorrentes da aplicação dos recursos financeiros disponíveis;
- V – aluguéis, arrendamentos e outras receitas provenientes de imóveis;
- VI – produtos de alienação de imóveis adquiridos com recursos do Fundo;
- VII – receitas provenientes de serviços e eventos diversos;
- VIII – doações e outras receitas.

Parágrafo único. Os recursos provenientes das receitas relacionadas no *caput* deste artigo serão depositados e movimentados, obrigatoriamente, em conta específica a ser aberta e mantida em instituição financeira oficial.

Art. 5º. Os recursos vinculados ao Fundo Monumenta Belém serão aplicados, mediante decisão do Conselho Curador, na preservação e conservação das áreas públicas, edificações e monumentos submetidos à intervenção do Projeto Ver-Belém.

§ 1º Na hipótese de os recursos existentes excederem o montante destinado ao atendimento dos objetos descritos no *caput*, os saldos disponíveis serão aplicados na recuperação, preservação e conservação de outros bens, na seguinte ordem de prioridade:

- a) monumentos tombados por decisão de autoridade federal e localizados na área do projeto;
- b) imóveis de interesse histórico situados na área do projeto;
- c) imóveis e monumentos situados na área de influência do projeto, nas mesmas condições neste estabelecidas.

§ 2º Os novos investimentos relacionados com os bens descritos no parágrafo anterior buscarão assegurar retorno financeiro, com vistas a propiciar fontes de receita para o Fundo.

§ 3º Os recursos do Fundo Monumenta Belém poderão ser utilizados para compor fundo de aval destinado à recuperação e reforma de imóveis privados tombados ou inventariados pelo patrimônio histórico, sendo prioritários aqueles situados na área do projeto e sua área de influência e, em havendo disponibilidade, para os demais imóveis tombados ou inventariados existentes no município.

Art. 6º. Correrão por conta dos recursos alocados ao Fundo Monumenta Belém os encargos sociais e demais ônus decorrentes da arrecadação desses recursos.

Art. 7º. Ao Conselho Curador do Fundo Monumenta Belém compete:

- I – estabelecer as diretrizes e os programas de alocação de todos os recursos do Fundo Monumenta Belém, segundo critérios definidos nesta Lei e em consonância com a política nacional de preservação do patrimônio histórico e cultural;
- II – acompanhar e avaliar a gestão econômica, financeira e social dos recursos e o desempenho dos programas realizados;
- III – apreciar e aprovar os programas anuais e plurianuais do Fundo Monumenta Belém;

IV – pronunciar-se sobre as cotas relativas à gestão do Fundo Monumenta Belém antes do seu encaminhamento aos órgãos de controle interno e externo para fins legais;

V – adotar as providências cabíveis para correção de fatos e atos do gestor que prejudiquem o desempenho e cumprimento das finalidades no que concerne aos recursos do Fundo Monumenta Belém;

VI – aprovar seu regime interno.

Art. 8º. Ao gestor do Fundo Monumenta Belém compete:

I – praticar todos os atos necessários à gestão do Fundo, de acordo com as diretrizes e programas estabelecidos pelo Conselho Curador;

II – expedir atos normativos relacionados à gestão e à alocação dos recursos do Fundo, após aprovação do seu Conselho Curador;

III – elaborar programas anuais e plurianuais de aplicação dos recursos, submetendo-os, até 30 de outubro do ano anterior, ao Conselho Curador;

IV – submeter à apreciação do Conselho Curador as contas relativas à gestão do Fundo.

§ 1º Os programas anuais e plurianuais de aplicação dos recursos deverão discriminar as aplicações previstas na área do projeto.

§ 2º O gestor deverá dar pleno cumprimento aos programas anuais em andamento, aprovados pelo Conselho Curador, sendo que eventuais alterações somente poderão ser processadas mediante prévia anuência desse colegiado.

Art. 9º. O controle orçamentário, financeiro, patrimonial e de resultados será efetuado pelo Conselho Curador, na forma que dispuser o regimento, e pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 10. Fica o Poder Executivo autorizado a estabelecer as medidas necessárias para ajustar os instrumentos do Fundo à Lei Orçamentária Anual, mediante ato administrativo.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito Municipal de Belém, 28 de fevereiro de 2003.

Edmilson Brito Rodrigues
Prefeito Municipal de Belém.

ANEXO C – Lei nº 8.336, de 8 de julho de 2004

Cria o Programa Municipal de Incentivo ao Folclore e ao Artesanato e dá outras providências.

O PREFEITO MUNICIPAL DE BELÉM

A CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM estatui e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. Fica criado o Programa Municipal de Incentivo ao Folclore e ao Artesanato – Pró-Arte.

Art. 2º. O Pró-Arte tem como objetivo:

I – Apoiar a produção artesanal de mercadorias e obras de arte e registrar seus autores;

II – formar e aperfeiçoar artesãos;

III – incluir ensinamentos sobre artesanato e folclore no currículo escolar;

IV – divulgar as regiões produtoras de artesanato e promover festas comemorativas, feiras e eventos;

V – apoiar as organizações autônomas e cooperativas de artesãos e grupos folclóricos e incentivar sua criação e suas iniciativas;

VI – promover o registro documental das manifestações folclóricas de nosso povo;

VII – criar espaços para exposição e vendas da produção artesanal municipal.

Art. 3º. As ações governamentais relativas à implementação e à gerência do programa de que trata esta Lei contarão com a participação de representantes do setor.

Art. 4º. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação.

Art. 5º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito Municipal de Belém, 8 de julho de 2004.

Edmilson Brito Rodrigues

Prefeito Municipal de Belém

ANEXO D – Lei nº 7.850, 17 de outubro de 1997³⁰

Dispõe sobre incentivo fiscal para realização de projetos culturais ou esportivos, amadores, no âmbito do Município de Belém.

A CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM estatui e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. Fica o Poder Executivo Municipal autorizado a instituir, no âmbito do município de Belém, incentivo fiscal para realização de projetos culturais ou esportivos amadores, a ser concedido à pessoa jurídica ou física, residente no município de Belém.

§ 1º O incentivo referido neste artigo equivalerá ao recebimento de Certificado de Incentivo Fiscal, expedido pelo Poder Público e correspondente ao valor atualizado pelo Executivo Municipal.

§ 2º Os portadores dos certificados poderão utilizá-los para pagamento dos impostos sobre serviços de qualquer natureza (ISS) e sobre a propriedade predial e territorial urbana (IPTU) até o limite de vinte por cento do valor devido a cada incidência de tributos.

§ 3º (Vetado).

Art. 2º. Os investimentos dos contribuintes incentivadores dos projetos culturais ou esportivos amadores poderão ser efetivados através de doações, financiamentos e patrocínios.

Parágrafo único. Em nenhuma hipótese a doação, financiamento ou patrocínio poderá ser destinado pelo contribuinte a:

- a) pessoa jurídica da qual seja sócio, acionista ou dirigente;
- b) pessoa física que seja parente até o terceiro grau.

Art. 3º. Para os objetivos desta Lei, consideram-se projetos culturais ou esportivos amadores:

I – incentivos à formação artística, cultural e esportiva através da concessão de bolsas de estudos, pesquisa ou trabalho, no Brasil ou no exterior, a artistas, técnicos e atletas das áreas cultural e esportiva amadora, residentes no município de Belém;

II – incentivo à descoberta e formação de atletas através de iniciação esportiva;

III – concessão de prêmios em concursos, festivais e competições promovidas pelo município de Belém, a produções culturais, artísticas, técnicos, equipes, atletas e técnicos nelas envolvidos ou que se destaquem em atividades culturais ou esportivas amadores;

IV – edição de obras relativas às ciências, artes e esportes amadores, em geral;

V – produção de discos, vídeos filmes e outras formas de reprodução fonovideográficas de caráter cultural ou esportivo amador;

VI – patrocínio de exposições, feiras, festivais e espetáculos de cunho artístico, cultural ou esportivo amador;

³⁰ Publicada no DOM nº 8.630, de 22/10/97. Regulamentada pelo Decreto nº 35.416, de 25/06/99.

VII – patrocínio de espetáculos folclóricos regionais, visando ao seu resgate e preservação;

VIII – patrocínio de atletas e equipes de esporte amador;

IX – restauração de obras e bens móveis de reconhecido valor cultural ou esportivo, desde que acessíveis ao público;

X – construção, restauração e equipagem ou manutenção de espaços físicos próprios às atividades artísticas, culturais ou esportivas, desde que de propriedade de entidades sem fins lucrativos e de reconhecida utilidade pública;

XI – construção, restauração ou equipagem de jardins botânicos, parques zoológicos, sítios ecológicos e arqueológicos de importância sociocultural;

XII – construção, restauração ou manutenção de praças e logradouros públicos;

XIII – construção de monumentos que visem preservar a memória histórica, cultural ou esportiva do Município, do Estado ou do País;

XIV – fornecimento de passagem para o deslocamento de artistas, bolsistas, pesquisadores, conferencistas, atletas, técnicos e predadores físicos, residentes no município de Belém, quando em missão de cunho cultural ou esportivo amador, no País ou no exterior, assim reconhecido pelos Poderes Públicos Municipais, Estaduais ou Federais;

XV – custeio de transportes e seguro de obras de valor cultural destinadas à exposição ao público;

XVI – doação de bens móveis ou imóveis e obras de valor cultural ou esportivo a museus, bibliotecas, arquivos e outras entidades culturais ou esportivas de acesso público, cadastradas na Secretaria Municipal competente;

XVII – doação de arquivos, bibliotecas e outras coleções particulares, que tenham significado especial em seu conjunto, a entidades culturais ou esportivas amadoras de acesso público;

XVIII – doação de material didático-esportivo, como uniformes e equipamentos, que valorizem atividades desportivas amadoras;

XIX – doações financeiras a entidades culturais ou esportivas;

XX – criação, organização, equipagem ou manutenção de grupos culturais e equipes esportivas amadoras em qualquer modalidade.

Art. 4º. Entende-se como doação a transferência definitiva de numerários, bens móveis ou imóveis.

§ 1º O doador será beneficiado pelo incentivo fiscal mediante instrumento de doação a ser inscrito no Registro de Títulos e Documentos, respeitando caráter de irrevogabilidade do ato e inalienabilidade e impenhorabilidade do objeto doado.

§ 2º A Prefeitura Municipal de Belém poderá delegar competência para realização de perícias para apurar a autenticidade e o valor do bem doado.

§ 3º Quando a perícia avaliar o bem doado por valor menor ao declarado pelo doador, para efeitos fiscais prevalecerá o valor atribuído pela perícia.

Art. 5º. Fica criado junto aos órgãos municipais competentes um Comitê de Avaliação formado por técnicos da Administração Municipal e representantes de entidades de classe, ligadas ao setor cultural ou esportivo, quando for o caso.

§ 1º O Comitê terá por finalidade avaliar os projetos apresentados, principalmente o que diz respeito a seus aspectos orçamentários.

§ 2º O Comitê será composto por oito membros, sendo quatro indicados autonomamente pelas entidades de classe, representativas dos setores culturais ou esportivos, e quatro indicados pelo Executivo Municipal, todos de comprovada idoneidade e reconhecida notoriedade na área cultural.

§ 3º Os membros do comitê terão mandato de um ano, podendo ser reconduzidos por mais um mandato, período no qual não será permitida a apresentação de projetos, prevalecendo esta proibição até um ano após o término do mandato.

§ 4º Terão prioridade os projetos apresentados que já contenham manifestação escrita da intenção dos contribuintes incentivadores de participar do programa.

Art. 6º. Para a obtenção do Certificado de Incentivo Fiscal, deverá o empreendedor apresentar ao Comitê cópia do projeto cultural ou esportivo amador, explicitando os objetivos e recursos financeiros envolvidos, para fins de fixação do valor do incentivo e posterior fiscalização.

Parágrafo único. O Comitê de Avaliação terá um prazo mínimo de trinta dias para apreciar e formular parecer sobre cada projeto, contados da data de apresentação do mesmo.

Art. 7º. Os produtores e participantes de projetos culturais ou esportivos a serem beneficiados deverão estar regularmente inscritos em suas respectivas entidades de representação de classe ou profissional, legalmente estabelecidas e vinculadas às atividades culturais.

Art. 8º. Aprovado o projeto, o Executivo Municipal autorizará e providenciará a emissão dos respectivos certificados para obtenção de incentivo fiscal, também no prazo máximo de trinta dias.

Art. 9º. Os certificados referidos no § 1º do art. 1º desta Lei terão, para sua utilização, validade de um ano a contar de sua expedição, adotada correção mensal pelos mesmos índices aplicados na correção do IPTU.

Art. 10. Além das sanções previstas em Lei, será multado em dez vezes o valor do incentivo o empreendedor que não comprovar a correta aplicação do disposto nesta Lei, por dolo, desvio de objetivos ou de recursos.

Art. 11. As entidades de classe representativas dos diversos segmentos da cultura ou esporte amador poderão ter acesso, todos os níveis, à documentação referente aos projetos culturais ou esportivos beneficiados.

Art. 12. As obras e resultados dos projetos culturais ou esportivos beneficiados serão apresentados, prioritariamente, no âmbito do município de Belém, devendo constar a divulgação do apoio institucional da Prefeitura Municipal de Belém.

Art. 13. Nenhuma aplicação de benefícios fiscais previstos nesta Lei poderá ser feita através de qualquer tipo de intermediação ou corretagem.

Art. 14. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de Belém, 17 de outubro de 1997.

Edmilson Brito Rodrigues
Prefeito Municipal de Belém

ANEXO E – Decreto municipal nº 35.416, de 25 de junho de 1999.

Regulamenta a Lei nº 7.850,17 de Outubro de 1997, que dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais para a realização de Projetos Culturais do Município de Belém.

O PREFEITO MUNICIPAL DE BELÉM, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo art. 94, inciso V, da Lei Orgânica do Município.

DECRETA:

Art. 1º - Fica concedido incentivo fiscal a pessoas físicas e jurídicas contribuintes do Imposto Sobre Serviços - ISS e do Imposto Sobre a Propriedade Territorial Urbana – IPTU domiciliadas no Município de Belém mediante o patrocínio de projetos culturais e/ou esportivos amadores, nos termos da Lei nº 7.850, de 17 de outubro de 1997.

§ 1º - O incentivo fiscal de que trata o caput deste artigo corresponderá a redução de até 20% (Vinte por Cento) do valor devido a título de ISS ou IPTU, conforme tabela em anexo.

§ 2º - O montante dos recursos disponíveis para utilização como incentivo fiscal não excederá o valor correspondente a 0,5% (Meio por Cento) da receita do ISS e do IPTU no ano fiscal anterior.

Art. 2º - As atividades culturais e esportivas amadoras suscetíveis de incentivo fiscais são as seguintes:

I - Incentivos à formação artística, cultural e esportiva através da concessão de bolsas de estudo, pesquisa ou trabalho, no Brasil ou no exterior a artísticas, técnicos e atletas das áreas esportivas amadoras ou culturais, residentes no município de Belém;

II - Incentivos à descoberta e formação de atletas através da iniciação esportiva;

III - Concessão de prêmios em concursos, festivais e competições promovidos pelo Município de Belém;

IV - Edição de obras relativas às ciências, artes e esportes amadores em geral;

V - Produção de discos, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográfica de caráter cultural ou esportivo amador;

VI - Patrocínio de exposições, feiras, festivais e espetáculos de cunho artístico, cultural ou esportivo amador;

VII - Patrocínio de espetáculos folclóricos regionais;

VIII - Patrocínio de atletas e equipes do esporte amador;

IX - Restauração de obras e bens móveis públicos ou tombados, de reconhecido valor cultural ou esportivo;

X - Construção, restauração, aparelhamento ou manutenção de espaços físicos próprios às atividades artísticas, culturais ou esportivas de propriedade do Município ou de entidades sem fins lucrativos reconhecidas como de utilidade pública;

XI - Construção, restauração ou manutenção de jardins botânicos, parques zoológicos, sítios ecológicos e arqueológicos de importância - sócio-cultural;

XII - Construção, restauração ou manutenção de praças e logradouros públicos;

XIII - Construção de monumentos que visem preservar a memória histórica, cultural ou esportiva do Município de Belém, do Estado do Pará e do País;

XIV - Custeio de transporte para deslocamento de artistas, bolsistas, pesquisadores, conferencistas, atletas, técnicos e preparadores físicos, residentes e com atividades culturais ou esportivas no Município de Belém, assim reconhecidos pelos poderes públicos municipais, estaduais e federal, quando em missão no país e no exterior;

XV - Custeio de transporte e seguro de obras de valor cultural destinadas à exposições ao público;

XVI - Doações de bens móveis e imóveis a museus, bibliotecas, arquivos públicos e entidades culturais ou esportivas sem fins lucrativos e de acesso ao público;

XVII - Doação de material didático-esportivo, uniformes e equipamentos que valorizem atividades esportivas amadoras;

XVIII - Doações financeiras às entidades culturais e esportivas sem fins lucrativos;

XIX - Criação, organização, aparelhamento e manutenção de grupos culturais e equipes esportivas amadoras em qualquer modalidade.

Art. 3º - Os projetos culturais e esportivos deverão ser submetidos à apreciação de um comitê de avaliação constituído por 4 (quatro) representantes do Poder Executivo Municipal e 4 (quatro) representantes de entidades do setor cultural e esportivo amador, com a seguinte composição:

I - 1 (um) representante da Fundação Cultural do Município de Belém;

II - 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Finanças;

III - 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Assuntos Jurídicos;

IV - 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Educação;

V - 2 (dois) representantes do setor cultural e artístico;

VI - 2 (dois) representantes do setor de esporte amador.

§ 1º - Os representantes dos setores culturais, artísticos e esportivos amadores serão indicados ao Chefe do Poder Executivo Municipal pelas entidades de classe devidamente registradas perante os órgãos competentes.

§ 2º - Os integrantes do comitê de avaliação serão nomeados por decretos, para exercer o mandato de um ano, podendo ser reconduzidos uma única vez, por igual período.

§ 3º - Os membros do comitê de comissão não farão jus a remuneração pelo exercício das atividades previstas neste decreto, sendo a respectiva participação considerada serviço público relevante.

Art. 4º - Os projetos deverão observar a seguinte organização:

I - Apresentação;

II - Justificativa;

III - Objetivos gerais e específicos;

IV - Metas a atingir, sempre que possível, quantificadas;

V - Meios de divulgação;

VI - Prazo de execução;

VII - Plano de aplicação dos recursos financeiros e utilização dos recursos humanos, sob a forma de planilhas, com definição das etapas e períodos de execução, acompanhado do respectivo cronograma físico-financeiro.

§ 1º - O cronograma físico-financeiro, expressão gráfica do desenvolvimento do projeto, indicará o período de execução de cada etapa e o respectivo valor.

§ 2º - O projeto deverá conter a solicitação do incentivo fiscal, podendo o produtor já apresentar manifestação escrita de intenção de eventuais contribuintes incentivadores.

§ 3º - A Secretaria Municipal de Educação - SEMEC e a Fundação Cultural do Município de Belém - FUMBEL, quando solicitadas, poderão prestar assessoria técnica à elaboração dos projetos.

Art. 5º - Aos projetos deverão ser anexados:

II - Por produtores pessoa jurídica:

a) atos constitutivos, suas atualizações, devidamente registrados, e prova da apresentação legal;

b) inscrição no cadastro nacional de pessoas jurídicas do Ministério da Fazenda;

c) inscrição no cadastro municipal (IPTU e ISS);

d) certidões negativas fornecidas pelas fazendas públicas municipal, estadual e federal;

e) projeto artístico ou esportivo;

f) formulário fornecido pelo comitê de avaliação;

g) planilha de custos e cronogramas de desembolsos de recursos;

h) autorização expedida pelo órgão próprio de proteção ao direito autoral, quando for o caso;

i) comprovação da existência das instalações e do aparelhamento técnico adequado e disponível para a execução do projeto, quando for o caso;

j) termo de compromisso de que nos meios de divulgação e nos produtos artísticos e eventos esportivos contará, obrigatoriamente, o registro de que o projeto é patrocinado pelo incentivo fiscal criado pela Lei nº 7850/97;

l) indicação, quando for o caso, de que o produto será objeto de comercialização;

m) declaração formal, sob as penas da lei, que:

1 - em caso de pessoa jurídica com fins lucrativos, nenhum membro efetivo ou suplente do conselho de cultura do Município de Belém participa da entidade;

2 - em caso de pessoas jurídicas sem fins lucrativos, nenhum membro do conselho de cultura do Município de Belém participa da entidade;

3 - não se encontram, entre os beneficiários do projeto, os próprios contribuintes incentivadores, seus sócios, titulares de empresas coligadas ou controladas, cônjuges, parentes ascendentes, colaterais ou afins em primeiro grau;

4 - não utilizará produtos ou serviços remunerados do respectivo, contribuinte incentivador, para fins de realização do projeto cultural correspondente;

5 - pelo menos 30% (trinta por cento) do valor previsto para pagamento de pessoal, destinar-se-á à remuneração de técnicos, artistas e produtores residentes, no mínimo há um ano no Município de Belém.

Art. 6º - Os contribuintes incentivadores dos projetos artísticos, culturais e esportivos amadores, pessoas físicas ou jurídicas, deverão apresentar os seguintes documentos:

I - declaração ou qualquer outra manifestação escrita de intenção de participar do programa;

II - cédula de identidade e inscrição no Ministério da Fazenda, se pessoa física;

III - atos constitutivos a suas alterações, devidamente registradas, inscrição no Ministério de Fazenda e prova de representação legal, se pessoa jurídica;

IV - inscrição no cadastro fiscal do Município;

V - formulário de investimento, fornecido pelo comitê;

VI - prova do exercício regular de atividade econômicas;

Art. 7º - Compete ao comitê de avaliação:

I - receber e analisar os documentos relacionados nos artigos 5º e 6º deste decreto;

II - aprovar os projetos culturais e esportivos amadores considerados aptos a receberem os incentivos fiscais;

III - notificar os proponentes não habilitados para, no prazo de 30 (trinta) dias, apresentarem documentos faltantes, esclarecimentos adicionais ou adequações dos projetos culturais ou esportivos;

IV - determinar o percentual de incentivo fiscal incidente sobre os projetos aprovados, com base na tabela anexa a este decreto;

V - encaminhar à SEFIN o cronograma de desembolso dos recursos destinados à produção dos projetos aprovados, para fins de emissão dos respectivos certificados de incentivo fiscal;

VI - publicar no Diário Oficial do Município a relação dos projetos aprovados, informando títulos, pessoas responsáveis, valores envolvidos e prazos de validade das autorizações, respeitando a prioridade para os projetos que contenham manifestação inscritas de contribuintes incentivadores em participar do programa;

VII - acompanhar e avaliar a execução dos projetos aprovados, através de funcionários públicos municipais especialmente requisitados dos órgãos que possuam integrantes no comitê;

VIII - fiscalizar o prazo de entrega do projeto;

IX - decidir pela proibição de novas habilitações de pessoas que não executaram os projetos aprovados, no ano seguinte ao término do prazo estipulado para conclusão, informando aos órgãos competentes;

Parágrafo Único - Das decisões do comitê de avaliação cabem os seguintes recursos:

I - pedido de reconsideração ao próprio comitê, devidamente fundamentado, no prazo de 15 (quinze) dias;

II - recursos ao Prefeito Municipal, no prazo de 10 (dez) dias, a contar da ciência da decisão do pedido de reconsideração, desde que o requerente tenha obtido pelo menos 3 (três) votos a favor da reconsideração.

Art. 8º - Os recursos financeiros de incentivo aos projetos aprovados pelo comitê de avaliação serão liberados mediante a assinatura de convênios entre os produtores e a SEMEC ou a FUMBEL, observada a competência específica, com interveniência dos contribuintes incentivadores.

§ 1º - Os convênios deverão observar as disposições da Lei nº 8.666/93 e, ainda:

a) as peculiaridades dos projetos;

b) a obrigatoriedade de vinculação de que o projeto é incentivado pela Lei nº 7.850/97 e das logomarcas da Prefeitura Municipal de Belém, dos órgãos envolvidos e do(s) contribuinte(s) incentivador(es).

§ 2º - Os produtores terão o prazo máximo de 90 (noventa) dias, após a utilização dos recursos recebidos, para prestarem conta junto ao Tribunal de Contas dos Municípios.

Art. 9º - Os produtores que obtiverem projetos aprovados pelo comitê de avaliação só poderão ser novamente beneficiados pelos incentivos de que trata a Lei nº 7.850/97, se comprovarem a conclusão e execução de projetos anteriores, bem como, a aprovação das respectivas prestações de contas junto ao Tribunal de Contas dos Municípios.

Art. 10 - Estão sujeitos à pena de multa no valor equivalente à 10 (dez) vezes ao do investimento cultural ou esportivo amador, os produtores que não comprovarem a realização dos projetos aprovados e tenham obtido os recursos necessários pela concessão do incentivo fiscal.

§ 1º - A decisão de aplicar penalidade de que trata este artigo será tomada pelo comitê de avaliação.

§ 2º - O montante global dessas multas será recolhido aos cofres públicos do Município.

Art. 11 - Os procedimentos administrativos necessários ao cumprimento deste decreto serão dispostos mediante Resolução dos órgãos participantes do comitê de avaliação.

Art. 12 - Este decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 13 - Revogam-se as disposições em contrário.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE BELÉM, em 25 de junho de 1999.

EDMILSON BRITO RODRIGUES

Prefeito Municipal de Belém

ANEXO F – Decreto Federal nº 91, de 21 de março de 1991

Institui o Programa do Artesanato Brasileiro e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto no art. 57 da Lei nº 8.028, de 12 de abril de 1990, DECRETA:

Art. 1º Fica instituído no Ministério da Ação Social, sob a supervisão da Secretaria Nacional de Promoção Social, o Programa do Artesanato Brasileiro, com a finalidade de coordenar e desenvolver atividades que visem valorizar o artesanato brasileiro, elevando o seu nível cultural, profissional, social e econômico, bem assim desenvolver e promover o artesanato e a empresa artesanal.

Art. 2º O Programa do Artesanato Brasileiro contará com recursos provenientes do orçamento do Ministério da Ação Social e de outras fontes alternativas.

Art. 3º O Ministério da Ação Social expedirá as instruções necessárias à execução do disposto neste Decreto.

Art. 4º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se o Decreto n.º 80.098, de 8 de agosto de 1977, e os arts. 1º, 2º, 3º, 5º e 8º do Decreto n.º 83.290 de 13 de março de 1979.

Brasília, 21 de março de 1991; 170º da Independência e 103º da República.

FERNANDO COLLOR
Margarida Procópio

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 22.3.1991.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)