

AÇÕES DE PUBLICIZAÇÃO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DA LEI PAULO GUSTAVO NO ESPÍRITO SANTO

Ruan Souza Peres¹

Arthur Fiel²

RESUMO

O referido artigo teve como objetivo a análise metodológica e a coleta quantitativa das maneiras e meios utilizados a fim de efetivar a publicização da Lei Paulo Gustavo no estado do Espírito Santo. Para isso foi feita a análise e coleta de dados das principais fontes oficiais de comunicação dos Órgãos MINC e SECULT/ES, juntamente com a análise das chamadas públicas postadas por meio do Mapa Cultural do Espírito Santo. Com isso foi comprovado a quantificação dos municípios capixabas que efetivamente publicaram seus editais da LPG, para além disso a análise das redes sociais dos Órgãos supracitados demonstra o esforço, especialmente do Órgão capixaba, de evidenciar a LPG para a população interessada, com enfoque nos fazedores de cultura. Ao fim todos os dados coletados foram aglutinados em forma de tabelas. Esse estudo foi publicado dentro do livro “ECONOMIA E POLÍTICA(S) DO AUDIOVISUAL”, com selo da Proex, cujo lançamento está previsto para 26/11/2024.

Palavras-Chave: Políticas públicas, Lei Paulo Gustavo, Cinema, Produção Audiovisual, Cinema Capixaba

INTRODUÇÃO

A Lei Complementar 195/2022, popularmente conhecida como Lei Paulo Gustavo (LPG), representou e ainda representa um marco significativo no arcabouço legal de incentivo à cultura brasileira. A LPG foi criada como uma lei emergencial em resposta aos danos sofridos pelo setor cultural decorrentes da pandemia de Covid-19, destinando um montante de R\$3,865 bilhões de reais para todo o território nacional a ser dividido entre Estados, Municípios e o Distrito Federal. Historicamente, trata-se do maior valor destinado ao fomento à cultura já visto no Brasil. Tal valor é oriundo dos superávits do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e do Fundo Nacional de Cultura (FNC), destinando, respectivamente, 2,7 bilhões de reais ao setor audiovisual, correspondente a cerca de 71% do total dos recursos, e 1,065 bilhões de reais às demais áreas culturais.

Para ter acesso aos recursos oriundos da LPG, Estados e Municípios precisaram solicitar o repasse desses valores apresentando um plano de ação ao Ministério da Cultura através do

1 Graduando em Cinema e Audiovisual na Universidade Federal do Espírito Santo. E-mail: ruansouzaperes@gmail.com

2 Orientador e coautor, responsável pelo desenho da pesquisa. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1468-5958>. E-mail: arthur.fiel@ufes.br

Sistema Nacional de Cultura (SNC). Para tanto, uma série de medidas de publicização foi adotada pelo MINC para conscientizar e incentivar Estados e Municípios a apresentarem o plano a ser adotado em seus territórios. Sobre os valores a serem repassados para os Estados e Municípios, vale ressaltar que sua divisão ocorreu mediante análise de dados relativos ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), como também ao quantitativo populacional de cada um dos entes federativos inscritos. Para atingir tal objetivo, o Ministério da Cultura contou com o apoio e parceria de entidades como o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Cultura, órgão hoje presidido pelo Secretário de Cultura do Espírito Santo, Fabrício Noronha, como também entidades de força e movimentação cultural no âmbito dos municípios, possibilitando aos menores entes o acesso a informações e orientações para a devida apresentação de seus planos de ação, como também para a implementação da referida Lei e repasse dos recursos aos seus respectivos destinatários, os agentes culturais.

DESENVOLVIMENTO

Partimos de uma discussão referente ao sentido e significado do conceito do princípio da publicidade e sua presença na esfera pública. Em síntese, esse conceito refere-se à obrigação da administração pública de divulgar e proporcionar acesso às informações relevantes para a população acerca de seus atos e decisões administrativas, abrangendo legislações, projetos de lei, campanhas, entre outros. Segundo Moreira (2003), todo cidadão tem o direito constitucional ao acesso à informação referente às atividades da administração pública. No que diz respeito à democratização do acesso à informação referente a assuntos de interesse público, Justen Filho (2012) sinaliza que é, especificamente nesse âmbito, que entra em vigor o princípio da publicidade, proporcionando constitucionalmente ao cidadão a possibilidade de ter ciência dos atos administrativos.

“A Administração Pública possui em suas raízes características de uma cultura do sigilo e manutenção do poder de império. Embora tenham ocorrido importantes mudanças – como, por exemplo, o aperfeiçoamento do conteúdo das decisões, a aproximação dos cidadãos com o Estado, a justiça administrativa propiciada pela valorização do processo administrativo - não podemos ignorar que alguns aspectos da conduta administrativa ainda conservam traços desse seu passado autoritário.”

(FERREIRA, 2012 p. 23)

Portanto os meios de publicização do Poder Público não podem nem devem estar enraizados a métodos ultrapassados, pouco acessados ou impopulares, pois desse modo estaria violando o direito constitucional do acesso à informação estabelecido pelo princípio da publicidade na Administração Pública, além de estar em desacordo também com a própria LAI. Assim sendo, a existência de perfis de prefeituras, secretarias e outros órgãos da administração pública se tornam obrigatórios em plataformas de comunicação de massa como demonstração de progresso tecnológico e social, mas, principalmente, para a efetivação da LAI. Desse modo, buscando atender aos objetivos estabelecidos pelo projeto de Iniciação Científica do qual decorre este estudo, nossos principais objetos de análise foram as páginas principais (site oficial) e redes sociais do MinC e da SECULT/ES, uma vez que ambas se mostraram os portais principais de divulgação sobre a Lei Paulo Gustavo. Assim, a partir de agora buscaremos discorrer sobre o papel de ambos os órgãos perante o setor cultural e de que modo agiram e publicizaram seus atos para a publicização da LPG no Estado do Espírito Santo.

O âmbito tangente desta pesquisa se mostra necessário para a análise do alcance entre a conexão “fonte de fomento - fazedor de cultura” dentro do cenário de 100% de adesão da LPG em todo o território capixaba. A publicização ganha destaque a fim de possibilitar ao proponente uma comunicação clara, facilitada e acessível. Em termos de acessibilidade, analisamos os canais oficiais de maior popularidade: sites oficiais e Instagram, individualmente, tanto da SECULT/ES quanto do MINC. Os referidos órgãos foram entidades responsáveis pela efetiva divulgação da LPG para a população capixaba e geral. Para tanto foi realizado um recorte temporal para a análise das redes³, a fim de identificar publicações relevantes para a publicização da LPG. Para isso, fizemos um arquivo na nuvem a fim de armazenar e organizar os dados coletados, os separando por data e catalogando o conteúdo tanto imagético, como audiovisuais e textuais. Buscamos encontrar posts relacionados a: esclarecimentos sobre o que é a LPG, quem pode participar e como; workshops e momentos para esclarecimento de dúvidas, tanto para gestores como para população em geral interessada em acessar os recursos da legislação; avisos sobre datas e prazos que variam desde a abertura e encerramento do período cadastral até limites para o envio de prestação de contas ou relatórios; atualizações sobre a efetividade na aplicação e recebimento dos valores descritos nas linhas; e, por fim, anúncios sobre o lançamento dos resultados parciais e definitivos. Para isso realizamos uma busca por palavras-chave e hashtags, como: Lei Paulo Gustavo e #LPG, além da busca visual, analisando os grafismos e cores recorrentes nos materiais gráficos e nos editoriais da LPG.

3 De Maio de 2023 até Agosto de 2024 no caso do MinC e de Abril de 2023 até Agosto de 2024 para a SECULT/ES

No que diz respeito aos sites oficiais, iniciamos nossa pesquisa a partir de uma busca pelos termos “Lei Paulo Gustavo” e “LPG”, tanto no site do Ministério da Cultura, como no site oficial da SECULT/ES. Acerca disso, vale apontar que, no que diz respeito ao domínio do MINC, uma página específica para a Lei Paulo Gustavo foi criada. Nela, diversas informações foram, progressivamente, apresentadas, à medida que avançavam as discussões e orientações públicas sobre a legislação referenciada, conforme já indicado. Nesta página, em especial, uma ampla gama de informações foram publicadas, tornando-a, assim, a principal referência sobre a legislação a nível nacional. Suas publicações eram dirigidas tanto às gestões públicas de cultura, como também aos fazedores de cultura e à toda população. Ainda sobre os sites, tornou-se relevante também realizarmos buscas no Mapa Cultural do Espírito Santo, plataforma pela qual foram lançados todos os Editais da Secretaria de Cultura do Estado do Espírito Santo (SECULT/ES), como também uma parte considerável dos editais municipais. O Mapa Cultural do Espírito Santo (<https://mapa.cultura.es.gov.br>), baseado no modelo de Mapa utilizado pelo próprio MINC e diversos outros Estados, foi reformulado no ano de 2023 e publicizado também para os municípios o adotarem como plataforma de publicação de suas chamadas, algo que ainda está em processo de efetivação – acerca disso, veremos adiante a quantificação de municípios capixabas que utilizaram o mapa para o lançamento de suas chamadas.

A pesquisa se mostrou efetiva para seus objetivos principais: Monitorar as redes sociais e canais de comunicação oficiais do MINC e SECULT/ES observando as estratégias de divulgação utilizadas em relação a LPG; Analisar, quantificar e categorizar as ações de publicização da LPG dentro do Estado do Espírito Santo e Acompanhar os lançamentos de chamadas públicas pelos municípios capixabas. Quantificamos um total de 167 posts sobre a LPG, entre fotos, reels e carrosséis dentro do Instagram do MINC, a SECULT/ES por outro lado apresentou 74,5% a menos de posts totais, realizando a soma de 40 publicações no período analisado, das quais encontramos: 30 fotos, 6 carrosséis e 4 reels.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A respeito desse artigo, é notável os meios de publicização utilizados pelos órgãos supracitados, e que são melhor desenvolvidos no artigo em si. O esforço da SECULT/ES em ter uma espécie de autonomia e originalidade para com seus posts é algo notável, mas em paralelo sua perceptível discrepância numérica em publicações, em comparativo com o MINC, é alarmante, especialmente com um período temporal comprido no espaçamento entre os posts realizados. Torna-se necessário a realização de uma revisão criteriosa e minuciosa dos conceitos

envolvidos na elaboração das estratégias de comunicação empregados por estes e outros órgãos públicos no que diz respeito à publicização de suas ações. Juntamente, se mostra necessária a elaboração de um planejamento que tenha por objetivo uma divulgação mais robusta, abrangente e detalhada, alimentando o perfil oficial do órgão de modo continuado e com recorrência programada. No entanto, também ressaltamos a necessidade de realização de novos estudos que busquem mensurar o impacto efetivo dessas ações nas especificidades e distintas categorias presentes nos artigos da legislação.

REFERÊNCIAS

JUSTEN FILHO, Marçal. **Curso de direito administrativo**. 8a Ed. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 309

MOREIRA, Egon Bockmann. **Processo Administrativo: Princípios Constitucionais e a Lei 9.784/1999**. 2a Ed. São Paulo: Malheiros. 2003. p. 125.