

# As Leis de Incentivo e a Realidade do Artesão do Polo Cerâmico de Icoaraci/PA

## *Autores:*

**Marcelo Souza Martins**

- Mestre em  
Planejamento em  
Políticas Públicas

**Alexandre Almeida**

**Barbalho** – Doutor em  
Comunicação –  
Universidade Federal  
da Bahia - UFBA

## Resumo

Este trabalho analisa as Leis de Incentivo e a realidade do artesão do Polo Cerâmico de Icoaraci (PCI), tendo como principal objetivo avaliar se as leis de incentivo à cultura, enquanto política pública, trouxeram alguma forma de contribuição para os artesãos do PCI. As opiniões de líderes dos artesãos, mestres-artesãos e de alguns gestores culturais compuseram o cenário que originou o desenvolvimento desta perspectiva acerca da relação entre as leis de incentivo e a realidade de uma das culturas regionais ícone do Estado do Pará. As leis de incentivo valorizam manifestações culturais legitimadas por uma classe dominante, a qual determina o que pode ser considerado cultura de elite e cultura popular. A cerâmica de Icoaraci, sendo uma cultura popular, para que conseguisse ter destaque via leis de incentivo, precisaria primeiro passar pela legitimação desta classe. O que foi observado neste estudo é que as leis de incentivo ainda não se adequam à realidade do Polo, pois, em sua dinâmica, esta região apresenta necessidades tão emergenciais, que o fomento do imperativo cultural inerente à sua proposta artística, fica relegado a segundo plano. Este aspecto é visível quando a grande maioria dos entrevistados não conseguiu sequer identificar o significado dos Incentivos Culturais, objeto das leis de incentivo. Fica, portanto, claro que as leis de incentivo para o Polo não ganham relevância quando comparadas às emergenciais políticas de emprego e renda e de educação. E por conseguinte, as políticas de cultura voltadas ao Polo ficam ainda assentadas a um plano quase onírico de concretização.

**Palavras-chave:** Políticas Públicas. Incentivos Culturais. Artesanato Cerâmico.

## **Abstract**

This paper analyzes the incentive laws and reality Artisan Ceramic Polo Icoaraci (PCI), with the primary objective of evaluating whether laws to encourage culture, as a public policy, brought some form of contribution to the artisans of the PCI. The opinions of leaders of artisans, master craftsmen and some cultural managers constructed the scenario that led to the development of this perspective on the relationship between the incentive laws and the reality of a regional cultures icon of Pará State Laws incentive value cultural legitimized by a ruling class, which determines what can be considered elite culture and popular culture. The ceramic Icoaraci, being a popular culture, that could be highlighted via incentive laws, would first go through the legitimization of this class. What was observed in this study is that the incentive laws do not fit the reality of the Polo, because in its dynamics, this region presents as emergency needs, the promotion of cultural imperative inherent in his artistic proposal, is relegated to the plane. This is visible when the vast majority of respondents could not even identify the meaning of Incentives Cultural object incentive laws. It is therefore clear that the incentive laws for the Polo does not become relevant when compared to emergency employment policies and income and education. And therefore, the culture policies aimed at Polo are still settled on a plan to achieve almost dreamlike.

**Keywords:** Public Policy. Cultural incentives. Ceramic crafts.

## Introdução

As Leis de Incentivo são uma realidade no campo cultural. Elas 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 cultural-comunitário de um povo (SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA, 2007).

No Brasil sempre houve alguma forma de fomento às atividades artístico-culturais, pois, 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. Estes reforços financeiros ou simplesmente financiamentos, eram feitos de diversas formas. Porém, desde 1986, o Estado, sob a forma de leis específicas, viabilizou estes financiamentos através das leis de incentivos culturais, objetivando estimular a iniciativa privada a investir em cultura, via renúncia fiscal.

A Lei Sarney (1986) é a precursora das atuais leis de incentivo, sendo a primeira a estabelecer relações entre o Estado e a iniciativa privada. Em 1990, foi criada, em São Paulo, a Lei nº 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: IPTU, ISS, etc. Esta lei motivou diversos municípios e capitais brasileiras a criarem suas próprias leis municipais e estaduais de incentivo à cultura, que na atualidade, estão vigorando regularmente. (LEIS, 2005, p. 1).

Em 1991 foi criada a atual Lei *Rouanet*, nos moldes da lei Sarney, porém, com maior controle dos incentivos culturais. Em 1993, esta Lei foi ampliada, incorporando a Lei do Audiovisual. E, ao longo de sua existência, vem sofrendo algumas alterações e reformas para adaptar-se às necessidades dos novos tempos.

A concessão dos incentivos culturais pelo governo apresenta alguns problemas. Normalmente estes problemas passam quase sempre pela forma como estas concessões são feitas. Ainda hoje no Brasil a malversação dos recursos, provenientes das leis de incentivo, muitas vezes funda-se em genuínos privilégios a

uns 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).

A região Norte não foge deste modelo. Em seu contexto cultural encontramos grandes expressões, inclusive entre as manifestações populares, tendo como exemplo o artesanato cerâmico de Icoaraci. Os incentivos culturais fazem parte da proposta maior do governo de incentivar a cultura, quaisquer que sejam suas formas de manifestação, inclusive as populares, mas, que, segundo Albuquerque Júnior (2007), passa 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.

Diante deste contexto, elaborou-se o seguinte problema: as leis de incentivo à cultura, enquanto política pública, trouxeram alguma contribuição para os artesãos do PCI? Sendo assim, o objetivo desta pesquisa foi avaliar se as leis de incentivo à cultura, enquanto política pública, trouxeram alguma forma de contribuição para os artesãos do PCI. Além disso, procuramos identificar como as pessoas envolvidas com o PCI entendem o significado das leis de incentivo e analisar os fatores que contribuem, ou não, para o entendimento dos envolvidos

com o PCI acerca das leis de incentivo, visando a valorização do trabalho do artesão.

O estudo baseou-se em uma pesquisa documental de parte de minha dissertação, cujo título foi A Realidade dos Incentivos Culturais no Polo Cerâmico de Icoaraci. Foram realizadas análises de algumas das respostas dos sujeitos selecionados da pesquisa ligados, direta e/ou indiretamente, à cultura do Polo, visando conhecer o grau de entendimento dos entrevistados acerca das leis de incentivo na realidade dos artesãos do Polo.

O procedimento utilizado consistiu de uma análise procurando quantificar o número de respostas semelhantes dos sujeitos selecionados. A partir deste procedimento foram elaborados títulos que funcionaram como perguntas destas falas fracionando uma determinada quantidade de respostas que diferenciavam a opinião dos sujeitos para aquela pergunta formulada. A partir daí foram construídos gráficos para melhor visualização destas respostas, que depois foram cuidadosamente analisados e interpretados.

## **Fundamentação Teórica**

As leis de incentivo são uma criação do governo que dizem respeito ao fomento à cultura e suas diversas manifestações que precisam ser valorizadas quando a cultura faz parte dos assuntos de natureza pública. Sendo assim, 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.

Para englobar uma gama de expressões culturais que se manifestam em diversos pontos do país de dimensões continentais, o governo estabeleceu três modalidades dentro das leis de incentivo, a saber: 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 estas modalidades abrangem compensações adquiridas pelos investidores, por gastos efetuados com apoio à cultura.

Apesar das leis de incentivos estarem ampliadas em suas modalidades para estimular os investimentos na cultura por parte da iniciativa privada, ela ainda apresenta pontos desfavoráveis importantes a serem considerados. O quadro abaixo faz um comparativo dos prós e contras destas leis:

Posições Favoráveis	Posições Contrárias
<p>➤ <b>O Estado não deve ser produtor de cultura, mas apenas provedor dos recursos que a sociedade alocará da maneira que melhor lhe convier;</b></p> <p>➤ A renúncia fiscal liberta a atividade cultural do paternalismo estatal e das restrições ideológicas dos grupos políticos que eventualmente ocupam o poder;</p> <p>➤ <b>O incentivo cultural é um</b></p>	<p>➤ <b>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;</b></p> <p>➤ <b>Esse instrumento transfere do Estado para o mercado a responsabilidade de incentivar a</b></p>

**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.

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 *marketing*, 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 1 - Quadro de posições favoráveis e contrárias às leis de incentivo à cultura  
 Fonte: Adaptado de SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA (2007).

As leis de incentivo cultural que o governo determina, fazem parte das três esferas governamentais. Na esfera federal, a principal lei de incentivo é a lei *Rouanet* (lei nº 8.313/91) que é a lei que institui políticas públicas para a cultura nacional. Em nível regional as leis de incentivo mais significativas são: a Lei SEMEAR, a Lei Tó Teixeira e Guilherme Paraense e o Pró-Arte. A Lei SEMEAR (Lei nº 5.885/95), **dispõe sobre o incentivo fiscal para a realização de projetos culturais no âmbito do Estado do Pará**. Já as leis Tó Teixeira e o Pró-Arte são as leis municipais, que deveriam atender àquelas culturas mais locais, sendo as manifestações populares as que mais se beneficiariam de suas propostas. Neste caso, os artesãos do Polo Cerâmico de Icoaraci.

O Pró-Arte (Lei nº 8.336/04) é a Lei que cria o Programa Municipal de Incentivo ao Folclore e ao Artesanato do Município de Belém. 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.

A Lei Tó Teixeira e Guilherme Paraense (Lei nº 7.850/97), dispõe sobre incentivo fiscal para a realização de projetos culturais ou esportivos, amadores, no âmbito do Município de Belém.

## **A Cerâmica Artística do PCI e Sua Relação com as Leis de Incentivo**

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 regional. Esta cerâmica tem seus traços baseados na histórica cerâmica Marajoara, porém, apresentando um caráter “inovativo”, fruto da originalidade criativa do artesão do PCI.

A inovação, sendo uma obra singularizada do artista, poderia ser considerada como, segundo Diniz e Diniz (2007), a riqueza cultural de um povo. 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.

A respeito desse assunto, as Leis de Incentivo poderiam ser um caminho de valorização desta cultura popular se estas leis não carregassem em seu bojo um viés tão elitizado.

Seguindo esta 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).

Diante deste questionamento, procuramos verificar o quanto os artesãos do Polo Cerâmico de Icoaraci conhecem e se envolvem com as Leis de Incentivos vigentes no Estado e no Município, para valorizar seus trabalhos de forte cunho cultural.

## **Resultados e Discussão**

Icoaraci é um distrito distante cerca de 20 km de Belém, que conta com uma população estimada em 300 mil pessoas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 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, que num contexto econômico poderia ser fomentado como diferencial competitivo da economia local.

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. Este, de acordo com a pesquisa, não valida a produção cultural da comunidade de artesãos, pois o nível de importância que se dá a essa manifestação cultural popular da região norte ainda não é ideal (ou pelo menos próximo do ideal) na medida que sua riqueza cultural naturalmente solicita.

Santos (2007) destaca um ponto importante sobre o processo de valorização das culturas no Brasil, desde as mais elitizadas às mais populares:

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 que ganhar também esta legitimação. As leis de incentivo, sendo mecanismos culturais de financiamento criados a partir da classe dominante, chegariam apenas com a necessária acuidade ao artesanato de Icoaraci se fosse determinada por esta classe.

Diante desta realidade, as leis de incentivo para o Polo Cerâmico de Icoaraci não chegam por este caminho, ou seja, valorização pela classe dominante. Estas Leis, para que melhor funcionassem na realidade do Polo, deveriam necessariamente vir atreladas a outras políticas públicas, ou seja, as chamadas políticas de retaguarda, para que conseguissem efetivamente funcionar como qualquer outra política pública. No caso do artesanato de Icoaraci as políticas públicas de maior urgência seriam as de educação, de infraestrutura, dentre outras, para que houvesse o seu incremento.

Esta questão da ausência de um apoio mais contundente do poder público à comunidade de artesãos do PCI foi verificada pela análise das respostas dos

sujeitos da pesquisa. O gráfico abaixo mostra esta realidade quando foi feita a seguinte pergunta: “NA SUA OPINIÃO O MUNICÍPIO PROPÔS ALGUMA POLÍTICA DE INCENTIVO À CULTURA CERAMISTA?”



Gráfico 1 – Respostas sobre as possibilidades acerca de Políticas de Incentivo à Cultura Ceramista.  
Fonte: Dados básicos da pesquisa.

Esta amostra, do gráfico 1, é representativa quando demonstra uma parte significativa das pessoas, *a priori*, mais esclarecidas acerca das necessidades da comunidade artesã de Icoaraci e sua realidade cultural-econômica. Estas pessoas, direta e indiretamente, sabem o que acontece no PCI. Portanto, fica claro o quanto estas pessoas conheceram e/ou vivenciaram a aplicabilidade das leis de incentivo por parte, principalmente do município. Observa-se que nenhum dos entrevistados afirmou existir (ou ter existido) algum tipo de proposta relativa às leis de incentivo voltadas ao PCI. E mesmo aqueles sujeitos responsáveis pela gestão da cultura no Estado, sequer conheciam as necessidades de uma das culturas ícone do Pará; ainda mais saber se os incentivos foram ou não aplicados àquela realidade. Este gráfico também reflete o grau de envolvimento do Estado com as políticas de cultura voltadas ao PCI.

Esta relação entre as “ofertas” do governo e a realidade do Polo fragiliza a capacidade de desenvolvimento que o Distrito de Icoaraci poderia ter através da cultura. Assim, para a realidade das Leis de Incentivos Culturais, a comunidade artesã do PCI acaba representando pouca expressão, quando tanto os gestores de cultura e até os próprios artesãos não conseguem ter a diligência do processo cultural que esta cultura popular envolve. 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, ofertados pelo governo.

Há com isso, a diminuição de suas capacidades competitivas para promoção da cultura ceramista. 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.

O gráfico 2, abaixo, mostra essa realidade quando se fez a inferência acerca da representatividade da cultura ceramista para os entrevistados.



Gráfico 2 – Respostas sobre as representações da cultura ceramista.  
Fonte: Dados básicos da pesquisa.

Daí o fator significado histórico da atividade ceramista também ter pouca relevância na realidade que os artesãos de Icoaraci vivenciam. Jesus (1999), inclusive destaca que, a arte marajoara, que deu origem à cerâmica icoaraciense, 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 marajoara trazia em sua essência, mas por um embevecimento, por um encantamento das suas formas visuais, pelo que somente estava sendo visto esteticamente, pelo que era 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.

Então, a reprodução partiu deste ponto<sup>1</sup> e tornou-se lucrativa. Hoje, mesmo os grandes mestres, estudiosos e reprodutores fidedignos dos traços marajoaras, que ainda encontram-se vivos, não mais se atêm a reproduzir somente peças marajoaras. A preocupação maior dos atuais artesãos está em produzir as peças cerâmicas icoaracienses, que têm valor comercial mais em conta e por isso vendem melhor.

Talvez, pelo fato desta classe pouco explorar o fator histórico, inclusive como fonte atrativa de valor comercial e turístico, o grande público pode não ser atraído fortemente em querer conhecer e mesmo adquirir uma peça cerâmica de Icoaraci, oriunda da histórica cerâmica Marajoara. Se não há público, o empresariado pouco se interessa em atrelar sua marca a uma arte que o público também pouco se interessa. Isto é o que chamamos *marketing* cultural que se configura como uma das modalidades das leis de incentivo. Se não há leis de incentivo na e para região de Icoaraci, a comunidade artesã do polo não saberá do que se trata. O gráfico abaixo demonstra o quanto as pessoas envolvidas com o Polo<sup>2</sup> conhecem sobre leis de incentivo.

---

<sup>1</sup>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.

<sup>2</sup>Como já foi dito essas pessoas são, além de alguns mestres-artesãos, os líderes das associações/cooperativas de artesãos e gestores estaduais e municipais da área de cultura.



Gráfico 3 – Respostas acerca do conhecimento das leis de Incentivo.  
 Fonte: Dados básicos da pesquisa.

Dentre o total de entrevistados, oito, apenas dois disseram ter conhecimento sobre as leis de incentivo. Porém, somente um deles disse que a muito tempo atrás, existiram incentivos culturais para os artesãos. Dos seis entrevistados que não conheciam as leis de incentivo todos confundiram incentivos culturais com incentivos de qualquer natureza, seja financeiro, logístico, estrutural, comercial, etc. por este ponto de vista todos disseram que houve, em menor ou maior grau, algum tipo de incentivo ao Polo.

Para o arcabouço sócio-econômico e turístico do Polo foi realizada a seguinte pergunta: “ NA SUA OPINIÃO QUAIS SERIAM AS FORMAS DE FOMENTO À CULTURA CERAMISTA? ”



Gráfico 4 – Respostas sobre as formas de fomento à cultura ceramista.  
 Fonte: Dados básicos da pesquisa.

Como pode ser observado no gráfico 4, acima, a maior necessidade daqueles que constituem o polo assenta-se na necessidade de formalização de seu sustento a partir da efetivação de políticas de emprego e renda. Estas respostas partem do princípio de que as pessoas precisam de alguma fonte de renda para viver. No polo cerâmico, esta realidade não difere para os artesãos comparado a qualquer outro trabalhador. Seu diferencial parte do tipo de atividade que lhe fornece esta renda, ou seja, trabalhar com arte cerâmica, mas que não está sendo promovida nem incentivada pelo poder público nem ao menos para promover este fator de necessidade vital que é o trabalho.

Estes relatos nos dão o verdadeiro panorama do lugar do artesanato em relação às leis de incentivo, ou seja, o Polo Cerâmico de Icoaraci sequer vislumbra até então, alguma possibilidade de aplicação das leis de incentivo à sua realidade.

Na verdade, as leis de incentivo ainda não se adequaram às reais necessidades do Polo. Isto quer dizer que a primazia dentre as políticas públicas para o Polo são as políticas de emprego e renda, seguidas das políticas de educação e outras tão emergenciais quanto estas duas primeiras. As políticas de cultura deveriam vir entrelaçadas a essas outras políticas primordiais.

## **Conclusão**

Ao longo deste artigo desenvolvemos uma reflexão em torno do Polo Cerâmico de Icoaraci com a cultura a partir das leis de incentivo. De início, introduzimos a importância da cultura e seu dever público. Em seguida, deslindamos uma das formas de se fazer cultura partindo da conceituação das modalidades e tipos de leis de incentivo, além de mostrarmos os prós e contras de sua aplicabilidade. Desses conceitos emergiu a ideia de problematizar a realidade do Polo e sua relação com as leis de incentivo culturais. Exploramos então a significação da cerâmica do Polo, construindo um breve conceito histórico de sua origem, enquadrando esta arte na instância de cultura popular e seu grau de valorização, via leis de incentivo. Finalmente, discutimos as questões relativas a

aplicabilidade de conhecimento das leis de incentivo entre as pessoas envolvidas no Polo e suas realidades, já que sua arte cerâmica é um forte representante da cultura regional do Pará.

A cultura reflete tudo aquilo que o ser humano elabora e produz, simbólica e materialmente falando, para seu desenvolvimento, estabelecendo-se, portanto, como uma de suas necessidades básicas de vida. Deste conceito, podemos compreender como os incentivos culturais são um dos fios condutores que tentam ligar a cultura ao desenvolvimento do homem, tendo como pano de fundo seus construtos simbólicos normalmente materializados pela arte e que naturalmente se torna fonte de riqueza quando a utiliza, inclusive para gerar emprego e renda.

Esta reflexão poderia ser aplicada à realidade do Polo. Porém, se contabilizarmos as suas necessidades, fazendo uma alusão à Teoria de Maslow<sup>3</sup>, que hierarquiza as necessidades do ser humano, veremos que o Polo ainda se encontra na base desta pirâmide. Assim sendo, o processo de inclusão de uma necessidade cultural, e, portanto, provável introdução das leis de incentivo na realidade do Polo, só se daria quando suas necessidades de base estivessem satisfeitas. Se a comunidade do Polo ainda clama por mínimas condições até de sobrevivência, geradas pelas possíveis aplicações de políticas públicas, a consciência de uma necessidade cultural, podemos considerar ainda como um sonho a ser conquistado naquela realidade.

---

<sup>3</sup>Abraham Maslow (1908-1970) foi um psicólogo americano, conhecido pela proposta da hierarquia de necessidades de Maslow. Para ele, as necessidades fisiológicas precisam ser saciadas para que se sacie as necessidades de segurança. Estas, se saciadas, abrem campo para as necessidades sociais, que se saciadas, abrem espaço para as necessidades de autoestima. Se uma destas necessidades não está saciada, há a incongruência. Quando todas estiverem de acordo, abre-se espaço para a auto-realização, que é um aspecto de felicidade do indivíduo.

## Referências

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.

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.

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.

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](http://codigodeideias.blogspot.com/2005/11/grupo-1-fomento-e-incentivo-cultura_10.html)>. Acesso em: 14. nov. 2008.

MARTINS, Marcelo Souza. A realidade dos incentivos culturais no polo cerâmico de Icoaraci. 2010. 148 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Planejamento e Políticas Públicas). Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2010.

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

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