

1. Dados de identificação

Curso: Administração
 Habilitação: Marketing
 Disciplina: Legislação de Incentivo e Apoio à Cultura
 Créditos: 2
 Carga Horária: 36 h/aula
 Fase: 6ª
 Currículo: 2010/2
 Data de aprovação: 02/08/2010
 Professor: _____
 e-mail: _____

2. Caracterização da disciplina (ementa)

Propostas para formulação de políticas de promoção cultural. Principais tendências nacionais e internacionais. Políticas nacionais de cultura: instituições, legislação, sistemas de funcionamento. Papel do Estado, dos organismos privados e do público. Liberdade de expressão e seus limites. Legislação de proteção intelectualmente autoral, concursos, editais. A legislação que rege os meios de comunicação.

3. Objetivo geral

Possibilitar ao estudante a construção de uma visão abrangente e crítica a respeito do papel do Estado na construção de políticas culturais públicas e da legislação que dá suporte ao setor cultural.

4. Objetivos específicos

- Compreender a importância da cultura no desenvolvimento da sociedade;
- Analisar os principais objetivos das políticas culturais públicas e suas aplicações na realidade brasileira;
- Relacionar as formas de financiamento da cultura;
- Compreender as relações entre Estado e iniciativa privada;
- Conhecer a legislação vigente, de incentivo, financiamento e proteção da cultura (leis de incentivo fiscal, lei de direitos autorais e legislação específica do setor audiovisual).

5. Conteúdo

Unidade I: Políticas culturais públicas

- Identidade cultural, cidadania cultural e democratização do acesso à cultura;
- O papel da cultura no desenvolvimento social;
- O financiamento da cultura. Os papéis da iniciativa privada e do Estado;
- Os órgãos que regulamentam e orientam a cultura;

Unidade II: Legislação vigente

- As leis de incentivo à cultura baseadas em benefício fiscal (Federal, Estadual e Municipal);
- As leis específicas do setor audiovisual;
- Outros programas de apoio à cultura.

Unidade III: Direitos autorais

- Os direitos autorais, a legislação e os órgãos competentes.

6. Avaliação

Será realizada com base nos seguintes critérios.

- Avaliação 1 (Av1) – compreende uma prova individual com peso 3 (três).
- Avaliação 2 (Av2) – também com peso 3, é composta de um (uma) ou mais (limitados ao máximo de cinco notas) trabalhos, provas, seminários, enfim, qualquer instrumento de avaliação que o docente determine. A nota será o resultado da média ponderada de todas as atividades que componham a avaliação 2.
- Avaliação 3 (Av3) – consiste em uma prova individual com peso 4 realizada no fim do semestre, em período fixado no calendário acadêmico, a qual abrangerá todo o conteúdo desse semestre.
- MF é a média final do aluno em cada disciplina, verificada ao término do período letivo. Para a aprovação, ela deverá ser igual ou superior a 6,0.
- Frequência: é exigida a frequência mínima de 75%.

7. Bibliografia

Bibliografia básica

- BRANT, Leonardo (Org.). Políticas culturais. Vol.1. Barueri, SP : Manole, 2003.
- MALAGODI, Maria Eugênia; CESNIK, Fábio de Sá. Projetos Culturais: Elaboração, administração, aspectos legais, busca de patrocínio. 4a. ed. São Paulo: Escrituras, 2001.
- OLIVIERI, Cristiane Garcia. Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura. São Paulo: Escrituras; Instituto Pensarte, 2004.
- REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing Cultural e Financiamento da Cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- REIS, Ana Carla. Economia da cultura e desenvolvimento sustentável. São Paulo: Manole, 2007.

Bibliografia complementar

- BRANT, Leonardo. Mercado cultural: investimento social, formatação e vendas de projetos, gestão e patrocínio, política cultural. São Paulo : Escrituras, 2001.

BRANT, Leonardo (org). Diversidade cultural: globalização e culturas locais. São Paulo: Escrituras/ Instituto Pensarte, 2005.

CESNIK, Fábio de Sá; BELTRAME, Priscila Akemi. Globalização da Cultura. Barueri, SP: Manole, 2005.

COELHO, Teixeira. Dicionário Crítico de Política Cultural. Cultura e imaginário. 3a. ed. São Paulo: Iluminuras, 2004.

COELHO, Teixeira. O que é Indústria Cultural. São Paulo: Brasiliense, 1987. (Col. Primeiros Passos, 8).

Site

Cultura e Mercado: <http://www.culturaemercado.com.br>

Fundação Catarinense de Cultura: <http://www.fcc.sc.gov.br>

Instituto Pensarte: <http://www.pensarte.com.br>

Ministério da Cultura: <http://www.cultura.gov.br>

Prefeitura Municipal de Florianópolis: <http://www.pmf.sc.gov.br>

Revista Marketing Cultural: <http://www.marketingcultural.com.br>