

**A RENÚNCIA FISCAL E OS ENTRAVES À LIBERDADE DE PRODUÇÃO  
ARTÍSTICA**

**Vinicius Mizumoto Mega<sup>1</sup>**

**Resumo**

O objetivo geral da pesquisa, sob orientação da Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa, é realizar um estudo sobre os critérios de seleção dos projetos de artes cênicas pelas empresas (públicas, privadas ou semiprivadas) por meio da Lei Rouanet. O estudo permitirá entender se a renúncia fiscal atua como censura indireta – controle da mensagem das obras que são transmitidas ao público. Também iremos entrevistar produtores de peças de teatro que não conseguiram aprovação de captação de recursos, além de empresários. O quadro teórico é formado por Marilena Chaui; Teixeira Coelho; Maria Cristina Castilho Costa; Jean Poupard; Maria Immacolata Vassalo de Lopes; Octavio Ianni; Noam Chomsky; Jesús Martin-Barbero; Sue Curry Jansen; Cristiane Garcia Olivieri; César Vieira; Clóvis Garcia; Renata Pallottini; Álvaro Pires.

**Palavras-chave:** Produção cultural. Lei Rouanet. Teatro. Censura. Neoliberalismo.

**Leis de incentivos fiscais à cultura**

A Lei Rouanet não foi a primeira lei de incentivo à cultura no Brasil. Olivieri (2002) explica que a Lei número 7.505, de 2 de julho de 1986, popularmente conhecida como Lei Sarney, tinha como objetivo disponibilizar mais recursos para custeio das produções culturais, permitindo que a própria iniciativa privada realizasse a escolha da atividade cultural que seria patrocinada. Ela proporcionava a concessão de benefícios fiscais federais para as empresas que investissem em cultura, em uma modalidade que foi denominada “mecenato”.

A Lei Rouanet, embora estabelecida em 1991, foi regulamentada somente em 1995 com a publicação do Decreto 1494, em 17 de maio daquele ano. A expressiva captação de verbas por meio da Lei do Audiovisual, principalmente nos anos de 1996 e 1997, provocou uma onda de reivindicações das demais áreas de produção artística que solicitaram apoio

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: [vinicius\\_mizumoto@hotmail.com](mailto:vinicius_mizumoto@hotmail.com).

parecido de forma a reduzir a chamada “concorrência desleal” praticada pelas produções cinematográficas (OLIVIERI, 2002).

Embora a elevação para 100% da alíquota do incentivo fiscal represente o fim da parceria com a empresa privada, e ainda em desacordo com as críticas consistentes quanto ao descompasso causado por esta elevação, em setembro de 2001, para surpresa de muitos, o Governo Federal estendeu, através de Medida Provisória, o incentivo total para outras atividades artísticas além das já anteriormente contempladas (OLIVIERI, 2002, p.57)

A autora afirma que artes cênicas, música erudita ou instrumental, circulação de exposições de artes plásticas, livros de valor artístico, literário e humanístico, e doações de acervos para bibliotecas públicas e museus passaram a ter 100% (cem por cento) de incentivo fiscal. Destaca que, durante os anos de 1996 a 2000, foram apresentados 17.356 projetos que pleitearem autorização de captação de verba via renúncia fiscal pela Lei Rouanet, dentre os quais somente 13.543 (78,03%) foram aprovados e 4.099 (23,61%) captados, resultando, portanto, em 76.39% de projetos apresentados não realizados<sup>2</sup>. Pode ser observado que o crescimento mais expressivo no número de projetos das áreas de artes cênicas ocorreu no ano 2000. Os projetos de artes cênicas representam aumento expressivo tanto em valor captado quanto em número de projetos a partir de 1999. O aumento da captação da verba para as artes cênicas ocorreu pela concessão de 100% de incentivo fiscal que, apesar de ter sido concedido em 1998, apresentou impacto no mercado somente nos anos seguintes.

A explicação da concentração de recursos via isenção fiscal nas mãos de poucos proponentes pode, em geral, ser explicada por Coelho apud Brant (2003) quando o autor defende que “este mecenato tende a apoiar as formas da alta cultura e aquelas veiculadas pelos meios de comunicação” (COELHO, 2012, p.319). As leis de incentivos à cultura também fazem parte de um contexto neoliberal de privatização da iniciativa cultural.

Sendo assim, as leis de isenção fiscal são formas de privatização da iniciativa cultural com o objetivo de enquadrar a cultura nas leis do mercado para transformá-la em uma atividade lucrativa (COELHO, 2012).

### **Mercado e ideologia: mecanismos de controle**

---

<sup>2</sup> (63,08% maior que em 1996) de número de projetos apresentados, 67,79% nos aprovados e 62,83% nos realizados.

Como ponto de partida às nossas reflexões, devemos destacar que o conceito de “censura de mercado” aponta para práticas que filtram ou restringem a produção e distribuição de ideias, perspectivas, gêneros ou produtos culturais que estão inseridos na lógica do *mainstream* dos meios de comunicação de massa (JANSEN, 2010).

Paralelamente, as políticas neoliberais – como afirma Costa (2006) –, na última metade do século XX, ultrapassaram os limites geográficos das nações. Com efeito, predomina no Ocidente uma visão política restritiva das funções sociais do Estado, conhecida pelo nome de neoliberalismo: um conjunto de medidas da administração pública que foi adotado por diversos governos com o objetivo de proteger o mercado e a economia capitalista, em detrimento da assistência do Estado à população.

O fim dos regimes comunistas levou o mundo ocidental a tender inexoravelmente para uma volta aos princípios liberalizantes de Adam Smith, tendência que ficou conhecida como neoliberalismo e que “adquire predomínio cultural, como ideologia e prática, modo de compreender e agir, forma de gestão do mercado e poder político, concepção do público e do privado, ordenação da sociedade e visão de mundo” (IANNI, 1999, p. 58).

Noam Chomsky, professor de Linguística no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), explica que, no neoliberalismo, as instituições governantes não são entidades independentes, mas representam a distribuição de poder existente na sociedade em geral. Os grandes “arquitetos” do Consenso [neoliberal] de Washington são os detentores de empresas privadas. O esmorecimento dos processos democráticos aumenta à medida que as resoluções são transferidas às empresas que ditam a formulação de políticas e formas de pensamento e opinião.

Nesse cenário, o autor aponta que a privatização é uma das características do neoliberalismo. De fato, a maneira mais eficaz de limitar a democracia “é transferir a tomada de decisões da arena pública para instituições não sujeitas ao controle público: reis e príncipes, castas religiosas, juntas militares, ditaduras de partido e grandes empresas modernas” (CHOMSKY, 2002, p. 144).

Como destacado por Costa (2006), no neoliberalismo, o Estado abandona as suas obrigações sociais como a promoção da cultura e da saúde. Nesse sistema econômico, a atitude empresarial mede cada uma das ações governamentais em termos de custo/benefício, critério considerado uma prerrogativa da administração empresarial e privada. O

desenvolvimento da indústria cultural e a necessidade de grandes investimentos em tecnologia e serviços para a produção simbólica fizeram com que os artistas dependessem da elite econômica – agora, não mais a partir da figura do mecenas, mas do empresário capitalista.

De acordo com Jensen (2010), as práticas de censura das empresas estão naturalizadas e integradas às estruturas e práticas rotineiras das organizações midiáticas inseridas em um sistema de racionalização do mercado que busca, acima de tudo, preservar os imperativos da lógica capitalista de produção e distribuição de produtos culturais. Sendo assim, as ideias de cálculo, de previsibilidade, de rendimento e de produtividade tomaram conta de todas as práticas sociais (CHAUI, 1985).

Em relação ao mecanismo característico da indústria cultural, o antropólogo e filósofo Jesús Martín-Barbero (2003) explica que a dessublimação da arte é a degradação da cultura que tem início quando a arte desprende-se do sagrado em virtude da autonomia que o mercado lhe proporciona. A arte se liberta, mas com uma liberdade condicionada aos parâmetros do mercado. “De modo que contra toda a estética idealista temos de aceitar que a arte obtém sua autonomia num movimento que a separa da ritualização, a torna mercadoria e a distancia da vida” (BARBERO, 2003, p. 79).

De modo correlato, Octavio Ianni (1991), ex-professor da USP e da Unicamp, explica que a indústria da cultura fabrica mercadoria com o objetivo de gerar lucro ou, melhor, mais-valia. A alienação do intelectual, como a do operário, compreende a expropriação do produto do seu trabalho pelo capital.

O autor defende ainda que, para que ocorra a aceitação do intelectual, escritor ou artista, não é preciso que ambos estejam subordinados ao capital assalariado proveniente de empresa privada ou pública, nacional ou estrangeira. Ele pode ser autônomo, independente. Mesmo assim, é condicionado a subordinar-se, alienar-se, se for induzido a produzir segundo as exigências do capital, isto é, lucro, mais-valia.

A rigor, o Estado se transformou no núcleo de uma poderosa e singular indústria cultural, indústria essa totalmente organizada segundo os interesses das classes dominantes no país. Qualquer inovação cultural com significação política para as classes subalternas pode afetar a estabilidade e a continuidade dos interesses econômicos predominantes (IANNI, 1991).

Dessa forma, compreende-se que o neoliberalismo é, acima de tudo, um instrumento político-ideológico que impõe uma visão de mundo e ordenação da sociedade, enfraquecendo os processos democráticos na medida em que, nesse sistema, o Estado abandona a promoção da cultura e transfere, nas leis de renúncia fiscal, a responsabilidade de seleção dos projetos culturais às empresas (públicas ou privadas) que utilizam critérios para escolher, por exemplo, qual peça de teatro mais se adequa ao seu *marketing* empresarial e público-alvo.

No atual estágio de desenvolvimento da pesquisa, pudemos perceber, em alguns casos, nos próprios editais de patrocínio cultural das empresas, como os valores político-ideológicos das instituições interferem na escolha dos projetos culturais patrocinados por meio de isenção fiscal. Para citar um exemplo, o banco *Volkswagen* não aceita viabilizar produções artísticas que sejam “consideradas ofensivas e/ou vulgares ou que incentivem o uso de drogas e bebidas alcoólicas”<sup>3</sup>.

A questão que se coloca é que o texto não define o que pode ser considerado ofensivo ou vulgar, o que, de acordo com Poupart et al. (2008), pode se tornar fator de práticas discriminatórias ou de exclusão contra os grupos considerados como “diferentes”, “desviantes”, ou “marginais” (doentes mentais, homossexuais, detentos, consumidores de droga, sem teto, etc)

Entrevistamos representantes da Natura, Santander e Instituto Votorantim e percebemos que as empresas, entre outros parâmetros, utilizam o critério de visibilidade midiática (projetos com potencial de exposição da marca patrocinadora na mídia) para escolher as produções culturais patrocinadas com recursos de isenção fiscal.

A existência de critérios como visibilidade midiática dá preferência às grandes produções que promovem a marca da empresa na mídia. No entanto, os artigos da Lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelecem três prerrogativas que indicam como os recursos de isenção fiscal devem ser aplicados para:

- I - contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;
- II - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;

---

<sup>3</sup>Disponível em: <<http://www.bancovw.com.br/br/home/institucional/patrocínio/politica-patrocínio.html>>. Acesso em: 10 jul. de 2013.

III - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;<sup>4</sup>

O critério de visibilidade midiática para seleção de projetos culturais a serem patrocinados via Lei Rouanet não considera que existem expressões artísticas, como as comunitárias, que não possuem retorno de mídia à empresa.

A lei Rouanet, em suas prerrogativas, é bem clara ao defender que devemos contribuir para que todos, sem distinção, tenham “livre acesso às fontes de cultura e o pleno exercício dos direitos culturais”<sup>5</sup>. Entendemos que os direitos culturais englobam tanto o livre acesso à cultura quanto à produção artística.

Martín-Barbero afirma que, na modernização neoliberal, o mercado é o único princípio organizador da sociedade em seu conjunto, em que a cultura passa a ser “um sistema de máquinas produtoras de bens simbólicos ajustados a seus públicos-consumidores” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.4).

Deve-se reconhecer e incentivar o direito à cultura “daqueles criadores cujo trabalho experimental nas artes, nas ciências e nas práticas socioculturais tem sido bloqueado, impedido, censurado [...]” (CHAUI, 2006, p. 70).

Segundo a dramaturga e Profa. Dra. Renata Pallottini, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, “as empresas que podem vir a subvencionar a produção se afastam quando o conteúdo da sinopse não lhes agrada”<sup>6</sup>.

Atualmente, o teatro brasileiro dificilmente consegue viabilização financeira sem o incentivo de grandes empresas. A produção artística enfrenta uma censura privada. “Não creio que se você escrever uma peça contra o imperialismo norte-americano conseguirá um patrocínio de uma empresa dos Estados Unidos” (PALLOTTINI, 2008, p.51).

Clovis Garcia, ator e diretor, afirma que a Lei Rouanet é uma forma de censura: “Se oferece uma peça tanto revolucionária, certamente não conseguirá patrocínio” (GARCIA, 2008, p.69).

Os diretores de *marketing* das multinacionais são os responsáveis pela seleção dos projetos culturais que serão viabilizados pelos recursos de isenção fiscal. “Então, ele só vai

---

<sup>4</sup> Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm)>. Acesso em: 10 jul. 2013.

<sup>5</sup> Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm)>. Acesso em: 10 jul. 2013.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/125674-principal-alvo-da-nova-censura-moralista-e-a-telenovela.shtml>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

patrocinar peças com atores “globais” no elenco, pois isso vai atrair o público” (VIEIRA, 2008, p.106).

### **Procedimentos metodológicos**

Deve-se ressaltar que a pesquisa faz parte do meu amadurecimento intelectual proporcionado pela minha participação como pesquisador no Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (Obcom), no qual pude iniciar um estudo sobre o campo da censura e da liberdade de expressão na contemporaneidade. O acúmulo de conhecimento e as pesquisas produzidas pelo Obcom fazem parte de uma história do campo e de uma concepção de conhecimento

Considerado como cumulativo, segundo a qual o progresso de um serve de ponto de partida para outro. Seguindo uma tal perspectiva, o pesquisador se dedica geralmente a fazer uma pesquisa bibliográfica revisada e exaustiva (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2008, p. 134)

O início do processo de acúmulo de conhecimento sobre censura e liberdade de expressão ocorreu há mais de dez anos quando um grupo de pesquisadores sediado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), sob coordenação da Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa, deu início a uma série projetos de pesquisa, sempre apoiados pela Fapesp e o CNPq, sobre censura e liberdade de expressão, tendo como base a riqueza do Arquivo Miroel Silveira (AMS) como fonte documental. Esse acervo, sob a guarda da Biblioteca da ECA/USP, reúne mais de 6 mil processos de censura prévia ao teatro paulista, submetidos entre 1926 a 1970 ao sistema censório sobre as diversões públicas do estado de São Paulo.

Em 2009, foi criado o Grupo de Pesquisa do Arquivo Miroel Silveira (GPAMS) e, no final do mesmo ano, institucionalizou-se o Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Censura (NPCC): estavam fundadas as bases do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (Obcom), aprovado em 2012 como Núcleo de Apoio à Pesquisa da Universidade de São Paulo, sob coordenação da Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa e vice-coordenação da Profa. Dra. Mayra Rodrigues Gomes.

Tendo como inspiração o legado deixado por nossas primeiras pesquisas a partir do Arquivo Miroel Silveira e assumindo uma perspectiva mais atual, uma vez que a censura institucionalizada foi revogada no Brasil pela Constituição de 1988, o Obcom tem como

proposta o estudo aprofundado da censura e da liberdade de expressão na contemporaneidade, por meio do monitoramento das formas como elas se apresentam hoje. Nesse cenário, emerge como proposta relevante a investigação de mecanismos e valores ligados à primazia do mercado que se traduzem, atualmente, em formas de cerceamento da produção cultural e da comunicação social.

Poupart et al. (2008) explicam que a pesquisa qualitativa se debruça sobre a questão dos mecanismos e dos atores (o “como” e “o que” dos fenômenos) e no contato direto com o campo de pesquisa. Dessa forma, pretendemos investigar como as empresas escolhem os projetos culturais patrocinados via isenção fiscal.

Na fase da pesquisa empírica, iremos entrevistar 6 produtores e diretores de peças de teatro que não conseguiram aprovação de captação de recursos e 4 empresários de instituições (públicas, privadas ou semiprivadas) com o objetivo de “apreender e dar conta dos sistemas de valores, normas, representações, símbolos próprios a uma cultura, ou a uma subcultura” (PIRES, 2008, p. 194).

Por um lado, as entrevistas com os empresários poderão nos aproximar dos sistemas de valores e normas das instituições públicas, privadas ou semiprivadas e de que maneira esses princípios ditam a escolha dos projetos culturais patrocinados via Lei Roaunet.

Por outro lado, as perspectivas dos produtores e diretores de peças de teatro que não conseguiram aprovação de captação de recursos podem nos fornecer uma “exploração em profundidade da perspectiva dos atores sociais” (POUPART, 2008, p. 217).

Optaremos pela entrevista denominada não-dirigida, pois essa técnica permite que os entrevistados falem com maior liberdade possível, dando-lhes o poder de selecionar os assuntos que eles julgam pertinentes. O papel do entrevistador consiste simplesmente em contribuir, por suas atitudes e suas intervenções, com a livre expressão dos pontos de vista (POUPART, 2008).

A entrevista não-dirigida será composta por questões abertas que proporcionam certa liberdade de resposta ao entrevistado, mas sempre circunscrito nos limites impostos pelo problema (POUPART, 2008).

A entrevista não-dirigida permitiria investigar de maneira mais profunda a experiência do entrevistado, já que ela tem como objetivo, principalmente com a ajuda das técnicas da reformulação, descrever minuciosamente as dimensões abordadas. (POUPART, 2008).

Além disso, a entrevista não-dirigida teria como finalidade uma exploração em profundidade do contexto de vida e do meio de pertencimento do entrevistado, resultando em um material mais adequado para descrever a experiência e o ponto de vista dos informantes (POUPART, 2008).

Dessa forma, a experiência dos atores sociais (produtores, diretores, empresários) com o mercado da cultura nos possibilita “compreender e conhecer internamente os dilemas e questões enfrentados pelos atores sociais” (POUPART, 2008, p. 216).

O pesquisador tem o dever de ir além da informação coletada com cada entrevistado e de contextualizá-la e confrontá-la com outros fatos de maneira crítica. Há uma convicção de base de que uma boa entrevista deveria possibilitar que o entrevistado se reporte satisfatoriamente, e que aquilo que ele diz seja concebido, de acordo com as posições epistemológicas dos pesquisadores, “como uma história verdadeira, uma reconstrução da realidade ou uma mera encenação da mesma” (POUPART, 2008, p. 227).

A experiência dos produtores e diretores de peças de teatro e cinema pode nos ajudar a compreender seus dilemas e questões e o recurso à entrevista em profundidade abarca a possibilidade de “dar-lhes a palavra e compensar, como já o sugeria Becker, em 1967, sua ausência ou sua falta de poder na sociedade” (POUPART, 2008, p. 220).

A submissão da produção artística à lógica do capital e a transformação das expressões culturais em mercadoria nos aproxima do conceito de cultura proposto por A. Gramsci, que defende, segundo Lopes (2010), que o objetivo de toda cultura enquanto concepção de mundo é preservar a unidade ideológica de todo o bloco social que é estruturado e agregado por determinada ideologia.

A escolha do paradigma marxista e da perspectiva gramsciana deve-se ao fato de que entendemos que a seleção dos projetos culturais pelas empresas ocorre por meio de valores político-ideológicos que operam “não apenas sobre a estrutura econômica e a organização política da sociedade, mas também sobre o modo de pensar, sobre as orientações ideológicas e sobre o modo de conhecer” (GRAMSCI, 1980, *apud* LOPES, 2010, p. 64).

De acordo com a perspectiva de A. Gramsci, percebemos que as empresas possuem princípios, maneira de pensar, orientações ideológicas e visão de mundo que interferem na escolha dos projetos culturais a serem patrocinados por meio de renúncia fiscal.

A partir dos pressupostos teóricos de abordagem qualitativa citados, pretendemos estruturar um quadro de generalização e abstração (LOPES 2005) a partir dos pontos de vista dos participantes, interpretando o fenômeno de acordo com os diferentes significados de uma experiência vivida, contribuindo para a compreensão do indivíduo no seu contexto.

Desta forma, iremos organizar os depoimentos dos entrevistados, interpretando, por meio da análise de conteúdo, as opiniões dos produtores, diretores de teatro e empresários, com o objetivo de relacioná-las com a revisão bibliográfica.

A escolha de 4 produtores de teatro que não conseguiram realizar a captação de recursos por meio da Lei Rouanet e de 6 empresários deve-se ao fato de que a amostra mais adequada a uma abordagem qualitativa, que seleciona o número de entrevistados de acordo com a sua relevância em detrimento da quantidade como critério de seleção, é aquela definida como “significativa ou de representatividade social (não estatística), e os métodos de tratamento dos dados são qualitativos” (LOPES, 2005, p. 145).

Segundo a Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, a análise interpretativa é aquela que “visa à explicação do fenômeno mediante operações lógicas de síntese e de ampliação levando a análise a um nível superior de abstração e de generalização”. (LOPES, 2005, p. 152).

Na fase analítica da pesquisa, as entrevistas serão transcritas e analisadas de acordo com a análise de conteúdo. A interpretação “envolve a teorização dos dados empíricos dentro da perspectiva teórica escolhida, integrando os dados numa totalidade que agora é igualmente objeto empírico e objeto teórico” (LOPES, 2005, p, 151).

Desta forma, utilizaremos os resultados empíricos das entrevistas com a finalidade de obtermos informações dos mecanismos de captação da Lei Rouanet. Esses dados serão utilizados para caracterizar os critérios de patrocínio artístico pela lei de incentivo instituídos pelas empresas e contextualizá-los com a legislação da Lei Rouanet.

#### **Referências**

BARBERO, Jesús Martin. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

CHAUI, Marilena. **Política Cultural**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985.

\_\_\_\_\_. **Cidadania cultural: o direito à cultura**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006

COSTA, Maria Cristina Castilho. **Gestão da Comunicação: terceiro Setor, organizações não governamentais, responsabilidade social e novas formas de cidadania.** São Paulo: Editora Atlas, 2006.

CHOMSKY, Noam. **O Lucro ou as pessoas: neoliberalismo e ordem Global.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural.** São Paulo: Iluminuras, 2012.

DESLAURIERS, Jean-Pierre; MICHÉLE KÉRISIT. O delineamento de pesquisa qualitativa. In:

JEAN, Poupart. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis: Vozes, Partes II e III, p.127 a 352, 2008.

GARCIA, Clóvis; Entrevistas. In: COSTA, Cristina. **Censura, repressão e resistência no teatro brasileiro.** São Paulo:Annablume; Fapesp, 2008.

JANSEN, Sue Curry, “Ambiguities and imperatives of market censorship: a brief history of a concept”. **Westminster Publications in Culture and Communication.** N. 7, v. 2. 2010, pp. 12-30.

IANNI, Octavio. **Ensaio da sociologia da cultura.** Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1991.

\_\_\_\_\_. **A sociedade global.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Edições Loyola, 2005.

OLIVIERI, Garcia Cristiane. **O Incentivo Fiscal Federal à Cultura e o Fundo Nacional de Cultura como política cultural do Estado.** 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

PALLOTTINI, Renata. Principal alvo da nova censura moralista é a telenovela. **Folha de São Paulo.** São Paulo, 25 agosto 2013. Especial para a Folha. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/125674-principal-alvo-da-nova-censura-moralista-e-a-telenovela.shtml>>. Acesso em 10 de julho de 2013.

PALLOTTINI, Renata. Entrevistas. In: COSTA, Cristina. **Censura, repressão e resistência no teatro brasileiro.** São Paulo:Annablume; Fapesp, 2008.

PIRES, Álvaro. Amostragem e pesquisa qualitativa: ensaio teórico e metodológico. In: JEAN, Poupart. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis: Vozes, Partes II e III, p.127 a 352, 2008.

JEAN, Poupart. A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: JEAN, Poupart. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis: Vozes, Partes II e III, p.127 a 352, 2008.

VIEIRA, César. Entrevistas. In: COSTA, Cristina. **Censura, repressão e resistência no teatro brasileiro.** São Paulo:Annablume; Fapesp, 2008.