PROJETO DE LEI Nº 201/05

Dispõe sobre a obrigatoriedade dos centros de compras e similares, popularmente conhecidos como *shoppings centers*, destinarem, no Município do Salvador, uma de suas salas de cinema para exibição exclusiva de filmes curtas e longas metragens de caráter artístico.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SALVADOR

DECRETA:

Art. 1º - Ficam os centros de compras e similares, popularmente conhecidos como *shoppings centers*, obrigados a destinar uma de suas salas de cinema para "sala de arte", onde ocorrerá exibição exclusiva de filmes nacionais, de curtas e longas-metragens nacionais, regionais e de caráter artístico.

§ 1º - A programação dos filmes na sala de arte será na proporção de 50% (cinquenta por cento) para filmes nacionais, e 50% (cinquenta por cento) para filmes de arte regional.

§ 2º - O custo do ingresso na sala de arte será de um quarto do preço do ingresso cobrado nas outras salas, cabendo aos estudantes pagarem a meia entrada sobre este valor.

§ 3º - As salas de arte deverão, obrigatoriamente, em cada sessão, exibir um filme de curta metragem antes da longa programado.

Art. 2º - A programação dos filmes de que trata o Art. 1º será fiscalizada por um Conselho Municipal criado para esse fim, constituído por representantes da classe artística e por pessoas de notório saber em matéria de cinema.

Parágrafo Único – Cabe ao Executivo Municipal dar ampla divulgação à programação das salas de arte bem como os valores dos ingressos.

Art. 3º - As penalidades aplicáveis em razão de infringência aos dispositivos desta Lei são:

I) advertência ao proprietário do shopping;
II) multa;

III) na reincidência, revogação do alvará de funcionamento das salas de cinema do shopping.

Art. 4º - O Poder Executivo Municipal 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.

Sala das Sessões, 27 de julho de 2005.
Dr. GIOVANNI

JUSTIFICATIVA

A programação dos *shoppings centers*, em geral, resume-se à distribuição do cinema de mercado, ou, de entrentenimento, que é dominado hoje pelas produções norte-americanas. Estima-se que 80% das produções audiovisuais hoje no mundo sejam produzidas nos Estados Unidos. O que há, portanto, é uma monocultura cinematográfica que se impõe sobre todos os países, sobre a sociedade, estabelecendo conteúdos, formas e fórmulas culturais. Tal fato significa, na prática, a adoção de *modus vivendi* e valores que lhe são estranhos.

A cultura popular abrange objetos, conhecimentos, valores e celebrações que fazem parte do modo de vida do povo, categoria social complexa e de definição imprecisa. Importante salientar, outrossim, que a cultura é algo orgânico e se estabelece através de uma troca constante de signos e conteúdos. A sociedade, e, mais particularmente o indivíduo, é que faz o processo interno de assimilação ou não dos elementos. Tais elementos estão na diversidade cultural que se disponibiliza. Quando mais diversidade, mais a possibilidade de avanço cultural e expressão artística.

Portanto, à medida que a população é obrigada pelo mercado a absorver somente um tipo de cultura, no caso o cinema-entretenimento, a limitação decorre da concepção de que só existe um modo de fazer cinema, o norte-americano. Encaminhamos tal proposta com o objetivo de permitir que a sociedade e, em especial aqueles que têm menos recursos, tenham acesso à autêntica arte cinematográfica, bem como, divulgar a diversidade cultural, adotando a cultura como ferramenta de desenvolvimento social e econômico.

Enfim, uma grande variedade de obras de arte cinematográficas estão produzidas por grandes artistas baianos, sem o devido reconhecimento por conto do monopólio exercido pela indústria cultural. Neste grupo de

grandes cineastas, incluem-se Glauber Rocha, Suzana Amaral, Paulo Caldas, Lírio Ferreira, Jorge Furtado, Humberto Mauro, Ruy Guerra, somente para citar uns poucos.

Com a nossa proposta, a arte terá seu espaço regulamentado. Precisamos investir na arte baiana e favorecer o acesso das pessoas à arte e a cultura, antes que isto se torne passado e tenhamos que visitar museus para conhecer nossa cultura.

Muitos são os órgãos públicos que prestam este serviço. No entanto, a difusão da arte e da cultura não pode ser função exclusiva do Ministério da Cultura. As empresas privadas, por estarem inseridas na sociedade, devem participar desta missão. Na verdade, todo ser social gera cultura e a entidade privada não foge a regra. Se os shoppings diariamente geram e difundem cultura, que o façam dentro de um contexto que interessa a sociedade.

É com esse espírito, acreditando na necessidade de estabelecermos cada vez mais formas de acesso do povo soteropolitano à arte e a cultura do seu Estado, submetemos o presente Projeto, confiantes na atenção e no apoio dos ilustres pares desta Casa.

Sala das Sessões, 27 de julho de 2005.
Dr. GIOVANNI