

# A cultura privatizada

## O caso brasileiro

The privatized culture  
The Brazilian case

**sara freitas\***

► DOI: <https://doi.org/10.4322/principios.2675-6609.2022.165.013>

Divulgação



Foto: Andre Seiti



Acima, em primeiro plano, obra sem título conhecida como *Manto da apresentação*, de Arthur Bispo do Rosario (costura, bordado e escrita, 118,5 x 141,2 cm). A peça fez parte da exposição "Bispo do Rosario — eu vim: aparição, impregnação e impacto", realizada na sede do Itaú Cultural (esq.). São Paulo (SP), 2022

## RESUMO

Este artigo é resultante de um estudo sobre as ações sociais dos empresários com base na chamada responsabilidade social empresarial. Como referencial teórico, nos utilizamos de Karl Polanyi e seu argumento do duplo movimento. O objetivo geral foi compreender a ação socialmente responsável do setor empresarial no Brasil. E, como objetivo específico, compreender como o setor privado desenvolve suas ações no campo das políticas sociais. Como objeto específico de análise, temos as ações do Instituto Itaú Cultural, instituição vinculada ao banco Itaú, à época desta pesquisa o maior banco privado do país. Como método, utilizamos entrevistas semiestruturadas com dirigentes do Itaú Cultural, bem como pesquisamos os materiais disponíveis no *site* do Itaú Cultural e do Ministério da Cultura. Como resultado, destacamos que a política cultural no Brasil, desde o seu planejamento até a execução, tem caráter privado, de privatização das políticas culturais, apesar de contar com recursos públicos para sua plena execução.

**Palavras-chave:** Política cultural. Itaú Cultural. Ação social dos empresários. Responsabilidade social. Duplo movimento.

## ABSTRACT

This article is the result of a study on the social actions of entrepreneurs through the so-called corporate social accountability. As a theoretical framework we use Karl Polanyi and his double movement argument. The general objective was to understand the socially responsible action of the business sector in Brazil. And as a specific objective we tried to understand how the private sector develops its actions in the field of social policies. Thus, as a specific object of analysis we have the actions of Itaú Cultural Institute, an institution linked to Itaú Bank, at the time of this research the largest private bank in the country. Our research method is based upon interviews with corporative rulers of Itaú Cultural, as well as upon documents available in Itaú Cultural and Ministry of Culture websites. As a result, we emphasize that cultural policy in Brazil, from its planning to its execution, has a private character, of privatization of cultural policies, despite having public resources for its full execution.

**Keywords:** Cultural policy. Itaú Cultural. Social action of entrepreneurs. Social responsibility. Double movement.

## 1. INTRODUÇÃO

Este artigo é um desdobramento de uma pesquisa sobre a responsabilidade social dos empresários, focalizando as ações do empresariado por meio de seus institutos e fundações. Como estudo de caso, escolhemos as ações do banco Itaú na área cultural, tendo como foco o Instituto Itaú Cultural.

A pesquisa aqui apresentada traz dados do setor empresarial, em especial do Instituto Itaú Cultural, que correspondem a um período de governos federais petistas, entre 2011 e 2016. Contudo, observamos que na história recente do Brasil, tendo na Presidência Jair Bolsonaro, todas as políticas relacionadas ao campo social, em especial de cultura, sofreram medidas de forte desmonte. A primeira medida do então presidente no campo da cultura foi a extinção do Ministério da Cultura. Nosso trabalho não se debruçará sobre essas questões do presente, não objetivamos aqui examinar as políticas culturais do Estado, mas sim a ação do setor privado na área social, no nosso caso, na área cultural. Contudo, isso não quer dizer que não utilizaremos dados disponibilizados pelo Estado, como os do extinto Ministério da Cultura, ou mesmo as leis existentes, como a Lei Rouanet, para qualificar nosso campo pesquisado.

Assim, trazemos ao leitor um debate sobre a atuação do empresariado no campo das políticas sociais, com foco em política cultural nos anos recentes no Brasil.

O leitor encontrará no tópico 3 um breve panorama sobre a política cultural anterior ao período por nós abordado. Assim, os dados desse prévio levantamento histórico poderão nos ajudar na compreensão do cenário atual, como o de desmonte das políticas sociais, tendo como atores representantes do capital e do poder público envolvidos no discurso de responsabilidade social.

Este artigo se delinea em seis partes codependentes. Para iniciar, discorreremos sobre o método, seguido da discussão do período histórico que vai dos anos 1930 até a era Lula, tendo como foco a política cultural. Na sequência discutimos a responsabilidade social. Em seguida, o debate sobre o campo privado, com destaque para o Itaú Cultural, seguido do debate sobre o duplo movimento empresarial. Por fim, antes das considerações finais, e para aprofundamento dessas questões elencadas por meio do trabalho de campo, apresentamos um levantamento sobre aquilo que denomino *cultura privatizada*. Ali se busca, por meio de dados empíricos e reflexões teóricas, pensar a ação de segmentos privados no âmbito da política cultural; apesar de o trabalho de campo ter focado o Itaú Cultural, chamo a atenção para os dados expostos nas tabelas, que demonstram, a partir do levantamento de informações sobre uma década de política cultural no Brasil, que os principais agentes na promoção, planejamento e execução da área cultural foram os agentes privados.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia é qualitativa e consiste em análise documental (relatórios das entidades pesquisadas, documentos, cartilhas, notícias em jornais, dentre outras fontes) e levantamento bibliográfico, que compreende trabalhos que se debruçaram sobre a questão da

participação da sociedade civil<sup>1</sup> e a democracia no Brasil, de meados dos anos 1990 até 2016, ano de conclusão de parte desta pesquisa. Além do estudo bibliográfico, foram realizadas entrevistas com dirigentes do Instituto Ethos, Gifê, Fundação Itaú Social e Instituto Itaú Cultural, todos com sede em São Paulo.

Foram realizadas 15 entrevistas com diferentes atores e grupos sociais. É importante destacar que as entrevistas foram realizadas com gerentes e coordenadores de área das instituições; nesse sentido, as falas são institucionais. Tivemos interlocução com aproximadamente 30 atores sociais que atuam no campo pesquisado como funcionários dessas entidades.

### 3. PERPASSANDO O HISTÓRICO DA POLÍTICA CULTURAL: DE 1930 À ERA LULA

Conforme mencionado na introdução do presente trabalho, buscar-se-á nesta seção efetuar um histórico acerca de como a administração federal tratou da questão cultural, no intuito de situar num contexto mais amplo a discussão proposta.

O primeiro órgão voltado para a preservação do patrimônio no Brasil foi criado em 1933, como uma entidade vinculada ao Museu Histórico Nacional. Era a Inspeção de Monumentos Nacionais, instituída pelo decreto nº 24.735, de 14 de julho de 1934, e tinha como principais finalidades impedir que objetos antigos, referentes à história nacional, fossem retirados do país em virtude do comércio de antiguidades, e que as edificações monumentais fossem destruídas por conta das reformas urbanas, a pretexto de modernização das cidades.

Nesse período é importante destacar as mudanças na administração pública federal implementadas no governo de Vargas. No referido governo, foram implementadas formas modernas de administração cultural, impulsionadas pelo movimento modernista e pela obra de Gilberto Freyre, que ganhava o debate público com a matriz da formação do povo brasileiro baseada no tripé das três raças: a indígena, a negra e a branca. Assim, o mestiço passa a ser valorizado, bem como a cultura popular, que passa a ter alguns aspectos considerados como símbolos da nação e adotados pelos artistas modernistas (SANTOS, 2009).

O Ministério da Cultura foi criado no governo Sarney, em 15 de março de 1985, pelo decreto nº 91.144. Antes, as atribuições dessa pasta eram do Ministério da Educação, que, de 1953 a 1985, chamava-se Ministério da Educação e Cultura. Ainda no governo de José Sarney, é criada a lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, que cria incentivos fiscais à implementação de recursos em diversas áreas de atividade cultural. A lei discriminava diferentes tipos e níveis de participação das pessoas físicas e jurídicas. Além disso, havia o fundo de promoção cultural, que era vinculado ao Ministério da Cultura, gestor do fundo e responsável por um cadastro de entidades não beneficiadas por ação particular (FURTADO, 2012). Podemos dizer que aqui se desenha aquilo que veio a formar a maior fonte de recursos para financiamento da política cultural no Brasil, a Lei Rouanet.

Em 1990, no governo de Fernando Collor de Melo, o referido ministério foi transformado em Secretaria da Cultura, vinculada diretamente à Presidência da República<sup>2</sup>. Foi

<sup>1</sup> Nossa concepção de sociedade civil é aquela pensada por Antonio Gramsci, ou seja, o espaço do registro de um conjunto de aparelhos privados de hegemonia, que tem por finalidade a articulação do consenso, seja na vida social ou mesmo nas atividades econômicas. A separação entre a sociedade civil e a sociedade política, para esse autor, é de caráter metodológico: em Gramsci, é a constituição dessas duas partes que configura o Estado integral ou ampliado.

<sup>2</sup> Essa situação de Secretaria da Cultura vinculada à Presidência da República durou pouco mais de dois anos, porque no governo seguinte, de Itamar Franco, a pasta restabelece-se como ministério.



Acompanhado de Kofi Annan, ex-secretário-geral da ONU e Nobel da Paz, o então ministro da Cultura de Lula, Gilberto Gil, toca “Toda menina baiana” na sede da ONU, em Nova York (EUA), setembro de 2003

no governo Collor que se criou a lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, a chamada Lei Federal de Incentivo à Cultura, ou Lei Rouanet, outro mecanismo de investimento em cultura que, para alguns atores que participavam do processo de produção cultural, era a própria “política cultural”. A referida norma é a que institui políticas públicas para a cultura nacional, como, por exemplo, o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). Uma das grandes críticas à Lei Rouanet volta-se justamente contra o fato de que os investimentos em políticas culturais são definidos pelo setor privado, não tendo o Estado um papel protagonista, ficando produtores culturais à deriva da boa vontade dos grandes grupos empresariais.

É, contudo, no governo de Fernando Henrique Cardoso que houve um crescimento de investimentos em políticas culturais, e uma nova legislação foi estabelecida. Trata-se da lei nº 9.649, aprovada em 27 de maio de 1998. Desde então, o Ministério da Cultura apresentou-se como um ator central na motivação e no patrocínio de diversos projetos culturais no país. Nesse período é acionado e consolidado fortemente o recurso de que dispõe a Lei Rouanet para o fomento da cultura, possibilitando a empresas (pessoas jurídicas) e cidadãos (pessoas físicas) aplicar em ações culturais uma parte do Imposto de Renda (IR) devido. O percentual de 6% do IR para pessoas físicas e de 4% para pessoas jurídicas, ainda que relativamente baixo, permitiu, por exemplo, que em 2017 fosse investido em cultura, segundo o Ministério da Cultura, mais de R\$ 1,1 bilhão<sup>3</sup>.

A Lei Rouanet tem um papel importante, ela pulveriza o número de atores que investem em cultura. Você não precisa, naturalmente, só ir ao Estado. Isso foi um grande avanço, ela vem muito na [sic] égide da Constituição Cidadã, onde [sic] mais protagonistas podem estar presentes na sociedade. Acho que de certa forma a Lei Rouanet representa isso (Marcos, em entrevista realizada em setembro de 2015).

Seja como ministério, seja como secretaria, durante os anos 1990 a pasta da Cultura sempre contou com recursos escassos, se comparados aos das demais instâncias administrativas federais. Foi na campanha presidencial de 2002 que o então candidato Lula da Silva esboçou um programa de “políticas públicas para a cultura” (CALABRE, 2014). Com a vitória, o presidente eleito convida o músico Gilberto Gil para ser o ministro que iria transformar a política de cultura do país.

<sup>3</sup> O site que poderia nos dar maiores detalhes, o do Ministério da Cultura, por conta da recente extinção deste, quando funciona, não disponibiliza os dados pesquisados. Há só uma primeira página de apresentação ainda na web, mas sem detalhamento das políticas passadas.

Entidades como a Abrinq, que reúne empresários da indústria de brinquedos, passaram a desenvolver ações sociais quase sempre utilizando verbas públicas



A reforma começou no próprio Ministério da Cultura, cujas secretarias passaram a ser organizadas por uma lógica de implementação das políticas, ficando assim organizadas: Articulação Institucional; Políticas Culturais; Programas e Projetos Culturais (que mudou de nome algumas vezes); Identidade e Diversidade Cultural; Fomento e Incentivo Culturais (que cuida da Lei de Incentivo); sendo mantida a de Audiovisual. A reformulação ministerial foi aprovada em 12 de agosto de 2003, através do decreto nº 4.805 (CALABRE, 2014, p. 143). A ideia era que cada atividade fosse gerida, no âmbito do ministério, pelo órgão compatível, por exemplo, a política de patrimônio seria gerida pelo Iphan, a do livro, pela Biblioteca Nacional, e a das artes, pela Funarte (CALABRE, 2014).

Apesar dos avanços privados na captação de recursos no governo Lula, há que se destacar uma revolução impressa por esse governo nos anos de sua administração no que se refere à política cultural. Criou-se uma política perene, e não sazonal, como vinha sendo nos governos anteriores, vários programas foram implementados e vários coletivos foram fortalecidos, por via da esfera pública e da esfera privada.

Nesse sentido, focaremos em nossas análises, em especial, a esfera privada, tendo à frente o maior banco privado à época desta pesquisa, o banco Itaú, bem como a sua política de responsabilidade social e as suas ações no campo da política cultural.

#### 4. A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

A responsabilidade social empresarial se originou no fim dos anos 1960 nos Estados Unidos, período em que o papel ético e social das empresas passou a ser questionado. Nesse período, o modelo econômico capitalista sofria críticas ferrenhas, e com isso surgiram três escolas de pensamento: *business ethics* (ética empresarial); *business and society* (mercado e sociedade); e *social issues management* (gestão de questões sociais) (KREITLON, 2004).

No Brasil, a ideia de responsabilidade social ganhou ênfase nacional na década de 1990. Um dos trabalhos pioneiros é o de Paoli (2002), que, em seu artigo *Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil*, avalia a criação de um “espaço filantrópico” organizado tanto por empresários brasileiros como por multinacionais. Tal es-

paço se propõe a exercer uma ação civil e voluntária com vista a criar uma nova percepção da responsabilidade social das empresas diante da pobreza e da desigualdade social que impera na sociedade brasileira.

No entanto, Paoli (2002) critica essas ações filantrópicas do empresariado nacional e estrangeiro, pois tais ações se dão longe do debate público descrito em qualquer teoria política moderna, que gera, por meio de posições antagônicas e dialogantes, decisões políticas democráticas sobre a alocação dos recursos materiais e investimentos públicos para a ampliação dos direitos sociais dos membros de uma sociedade.

No caso brasileiro, destacamos a “especificidade da lógica neoliberal” e observamos que, tal como Paoli (2002) sinalizou, essa singularidade aponta para um mercado cada vez mais autônomo, dado por um processo de autorregulação e em disputa com a sociedade por hegemonia e controle. Como exemplo dessa atuação, visualizamos a atuação em políticas culturais, sendo o setor privado o que mais executa tais políticas. E se utiliza das leis Rouanet e da Inovação Tecnológica para a sua realização. Portanto, o setor privado investe na cultura com recursos estatais.

Nos anos 1990 ocorre a criação da Fundação Abrinq, organização que passou a reunir empresários do setor de brinquedos, no mesmo período em que foi promulgado o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Em 1995, é criado o selo Abrinq, do Programa Empresa Amiga da Criança, mobilizando o setor empresarial para ações na área social, em especial em políticas para crianças e adolescentes.

No Brasil, como entidade representativa da responsabilidade social empresarial temos o Gife (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas), de 1989 — à época desta pesquisa, os institutos e fundações vinculados ao Gife correspondiam a empresas que concentravam 40% do PIB nacional —, e também o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que constitui uma organização não governamental caracterizada como Oscip. Criado em 1998 por um grupo de empresários, tem como missão sensibilizar os empresários a gerir suas empresas de forma responsável e socialmente sustentável. O instituto funciona como um polo de articulação e de conhecimento, viabilizando a construção de redes entre as empresas, por meio das quais se trocam experiências e se desenvolvem ferramentas para analisar a gestão das empresas e aprofundar seus compromissos com a responsabilidade social empresarial (RSE).

No período de criação desses institutos eclodia no país o ideário neoliberal, o que direcionou a preocupação dessas entidades às questões voltadas para a área social. Podemos analisar esses institutos como “aparelhos privados de hegemonia do empresariado nacional” (MACHADO, 2012, p. 58). Recorrendo a Torres, podemos mais bem especificá-los como “corporações orgânicas do capital” (TORRES, 2012), pois, segundo esse autor, o conceito de *aparelho privado de hegemonia* não parece ter precisão quando remontamos à lógica do capitalismo orgânico e sua atuação no social, uma vez que é por via da organicidade que ele formula e dissemina as medidas do setor privado em sua atuação no social. Contudo, é certo que tais corporações, ou, como apontou MACHADO (2012), aparelhos privados de hegemonia, são organizadoras de determinados discursos no campo da responsabilidade social:

No momento em que se desenha um novo pacto social, o setor privado é desafiado a ter uma participação social mais efetiva no sentido de cooperar com o Estado em sua tarefa de oferecer educação de qualidade a todos, uma vez que a rede pública de educação atende a cerca de 90% de nossas crianças e jovens (INSTITUTO ETHOS, 1999, p. 5).

A ação socialmente responsável dos empresários ganha terreno simultaneamente à mudança do papel do Estado diante da questão social. No novo contexto de privatizações e desregulamentação público-estatal do mercado, surge um movimento chamado “responsabilidade social”, que consiste na contrapartida dada por estratos da sociedade civil capitaneados pelo empresariado

A ação socialmente responsável dos empresários ganha terreno simultaneamente à mudança do papel do Estado diante da questão social. No novo contexto de privatizações e desregulamentação público-estatal do mercado, surge um movimento chamado “responsabilidade social”, que consiste na contrapartida dada por estratos da sociedade civil capitaneados pelo empresariado. A esse movimento nascente, junto com o movimento de abertura do Estado brasileiro ao capital, à luz de Polanyi, chamaremos duplo movimento empresarial, que abordaremos mais à frente neste texto.

## 5. O INSTITUTO ITAÚ CULTURAL

O Instituto Itaú Cultural foi criado em 1987 pelo presidente do Grupo Itaú, Olavo Egydio Setúbal. O surgimento do instituto é decorrência da atuação do banco Itaú na organização e na manutenção de um dos maiores acervos brasileiros de obras de arte, iniciado com o surgimento das Itaugalerias em vários pontos do país, a partir de 1971. O acervo conta com mais de 3,6 mil obras. No ano de 2008, o instituto organizou 299 eventos culturais em várias regiões do país, sendo que somente na sua sede, no município de São Paulo, as atividades concentraram aproximadamente 273 mil pessoas, além das iniciativas internacionais, realizadas na Argentina, no Chile, no México e no Uruguai.

Desde sua criação, já passaram pelo Itaú Cultural mais de 6 milhões de pessoas, que visitaram as exposições e eventos organizados, sendo que, no ano de 2012, 4.803 pessoas assistiram a shows, peças de teatro, espetáculos de dança, palestras, seminários, cursos, exposições de arte virtual etc. Ao total, foram 273 eventos e 856 exposições ao longo de sua trajetória, sendo 20 no ano de 2012 ocorridos em São Paulo e em outros municípios do Brasil, bem como no restante da América do Sul; 37 exposições itinerantes do acervo do Itaú Cultural, sendo 15 em 2012; 707 produtos lançados, entre CDs, DVDs, vídeos, livros e enciclopé-



O filósofo húngaro Karl Polanyi, em seu livro *A grande transformação*, desenvolveu uma análise profunda, com base em documentos históricos, acerca da Revolução Industrial e os esforços para se estabelecer e difundir uma sociedade de mercado, autorregulável



Reprodução

dia, sendo, em 2012, 21 produtos; sobre o material distribuído gratuitamente, tem-se um total de 890 mil unidades, sendo que em 2012 foram 11.530.

Por meio da Lei Rouanet, no ano de 2011 o Itaú Cultural recebeu R\$ 29,5 milhões, além dos R\$ 23,6 milhões provenientes de recursos sem incentivos, alcançando dessa forma R\$ 53,1 milhões. No ano de 2012 esse valor total saltou para R\$ 57,7 milhões. Ainda em 2011, o Itaú Cultural assumiu a gestão do Auditório Ibirapuera através de uma parceria público-privada. Foi inicialmente previsto que o instituto, nos cinco anos seguintes, utilizaria o auditório para realizar programas artísticos. Dada a sua experiência em gestão de cultura, o Itaú Cultural é o responsável pela administração da escola de música do auditório, oferecendo curso para aproximadamente 160 alunos.

Contudo, o Itaú assumiu a gestão do auditório de 2011 a 2020, com o objetivo de democratizar o acesso à cultura e desenvolvendo atividades sem utilizar leis de incentivo. De 2011 a 2019, 1.322 atividades foram realizadas. Em 2012, 170 mil pessoas assistiram a 185 apresentações no auditório.

Em 2012, o Itaú Cultural, ao completar 25 anos, preparou uma série de lançamentos, criando um *site* comemorativo enfatizando as ações do projeto Novos Rumos, que tem como objetivo apoiar a produção artística nacional. Ainda no ano de 2012 o Itaú Cultural captou, segundo o jornal *O Estado de S. Paulo*, R\$ 29.898.227,71 por meio da Lei Rouanet, valor parecido com o obtido em 2011. Ainda que os valores sejam aproximados, o importante a destacar é que são dos mais altos entre os que constam na listagem de 2012, e foram obtidos por uma instituição vinculada ao maior banco privado nacional.

Dados mais atualizados comprovam que desde 2017 o Itaú Cultural não faz mais uso de leis de incentivo para fomentar a sua política cultural. Contudo, em 2019, o Itaú Unibanco patrocinou 148 projetos culturais em 156 municípios de 12 estados do país por meio da Lei de Incentivo à Cultura, sendo investido em cultura o equivalente a R\$ 248 milhões; desse valor, R\$ 121 milhões seriam por meio da lei de incentivo.

## 6. O DUPLO MOVIMENTO EMPRESARIAL

Polanyi (2000), em seu livro *A grande transformação*, desenvolveu uma análise profunda, com base em documentos históricos, acerca da Revolução Industrial e os esforços

Seria possível falar, na perspectiva aqui desenvolvida, em um mercado do social, no qual organizações as mais diversas do campo societal e, mais especificamente, do campo das instituições empresariais, se apresentam como protagonistas não só da defesa dos direitos sociais, mas da consecução destes, influenciando muitas vezes na realização das políticas públicas

para se estabelecer e difundir um novo mercado, uma sociedade de mercado, autorregulável.

Antes da Revolução Industrial, os mercados eram vistos como acessórios da vida econômica social, sendo o sistema econômico absorvido pelo sistema social. Atualmente, ao contrário, “em vez de a economia estar embutida nas relações sociais, são as relações sociais que estão embutidas no sistema econômico” (POLANYI, 2000, p. 77).

Nesse sentido, o autor utiliza-se das pesquisas antropológicas sobre a função e o papel da economia nas sociedades primeiras. Afirmando que a história e as etnografias conhecem vários tipos de economia, alega que nenhuma sociedade seria controlada e regulada pelo mercado. Assim, reafirma que a descoberta mais importante dessas pesquisas é que a economia do homem está enraizada nas relações sociais. O interesse individual econômico nessas sociedades não dominadas pela economia de mercado raramente é predominante. Há a ausência de motivação pelo lucro, a ausência do princípio do menor esforço e, em especial, segundo Polanyi (2000), verifica-se “a ausência de qualquer instituição separada e distinta baseada em motivações econômicas” (POLANYI, 2000, p.67). Para comprovar seu argumento, utiliza-se dos exemplos das sociedades tribais, os princípios da reciprocidade e de redistribuição (POLANYI, 2000, p. 67).

A redistribuição e a reciprocidade permitiam a coesão social, a produção, os serviços prestados, ou seja, as pessoas ajudavam-se umas às outras, davam e recebiam livremente. Claro que havia uma autoridade central capaz de garantir ajuda aos excluídos, aos doentes etc., funcionando assim como o agente de redistribuição.

Além da redistribuição e da reciprocidade, havia uma terceira atividade econômica, a qual Polanyi denominava domesticidade, que consistiria na produção para uso próprio (POLANYI, 2000, p.73). O que Polanyi apresenta com base nesses estudos antropológicos é a não existência de um mercado, divergindo assim dos economistas e filósofos liberais que afirmavam que os homens sempre foram negociantes e que o mercado fora o local primeiro da instituição econômica. A base dessas sociedades era a solidariedade, princípios morais, éticos, cooperação e confiança. Polanyi (2000) afirmava que esses princípios existiram e sempre existirão em todas as sociedades, em graus diferenciados.

Um dos argumentos importantes do autor que destacamos é o do duplo movimento, segundo o qual a dinâmica da sociedade é a expansão contínua do mercado, ao mesmo tempo que essa expansão é enfrentada por um contramovimento vital para a defesa e proteção da sociedade. Sendo, segundo o autor, esse contramovimento incompatível com o mercado autorregulável e com o próprio sistema de mercado.

Esse duplo movimento pode ser entendido como a ação de dois princípios organizadores da sociedade. O primeiro é o princípio do liberalismo econômico, que teria como meta estabelecer um mercado autorregulável e o livre-comércio. O outro é o princípio da proteção social, que dependeria do apoio àqueles que são afetados pela ação do mercado.

Essa problemática se torna pertinente e atual quando observada no contexto brasileiro no período pós-redemocratização de 1988. É importante observar que, no Brasil dos anos pós-redemocratização, observamos um duplo movimento de parcelas do empresariado, o que parece nos aproximar das argumentações de Polanyi.

O primeiro estaria ligado ao processo de privatização<sup>4</sup>, dirigido pelo Estado, de suas maiores estatais, e à compra destas por parte do empresariado nacional e internacional. Seria esta, a meu ver, uma forma de dominar a economia, antes controlada pelo Estado, impulsionando o mercado autorregulável, ganhando espaço e poder sobre os demais caminhos da vida econômica e política no país. Importante observar que tais privatizações foram, em certa medida, financiadas pela esfera estatal: “Para construir-se o pretense mercado autorregulado, que dispensaria tudo o mais a não ser os próprios critérios de lucratividade, faz-se necessário muito Estado, muitos recursos públicos.” (OLIVEIRA, 1998, p. 13)

Já o segundo movimento estaria ligado à criação das fundações e institutos empresariais, muitos dos quais nascidos no mesmo período das privatizações, logo após a redemocratização. O *boom* dessas organizações se dá concomitantemente à abertura do mercado brasileiro.

Isso, contudo, não quer dizer que esse duplo movimento, no segundo caso em específico (o surgimento de fundações e institutos empresariais), signifique necessariamente um contramovimento como aquele descrito por Polanyi (2000), de proteção social. Parece-nos a criação de uma nova mercadoria fictícia, qual seja, o social. É nessa confluência com as políticas sociais que o mercado se encontra com os direitos.

Seria possível falar, na perspectiva aqui desenvolvida, em um mercado do social, no qual organizações as mais diversas do campo societal e, mais especificamente, do campo das instituições empresariais, se apresentam como protagonistas não só da defesa dos direitos sociais, mas da consecução destes, influenciando muitas vezes na realização das políticas públicas.

Seguindo a mesma linha de raciocínio de Polanyi (2000), o social não é produzido para a venda. No entanto, a nosso ver, assume atualmente a função de mercadoria fictícia, visto que a ficção que ele representa por meio dessas organizações é, em certa medida, o padrão e o modo de ser da sociedade, são as relações de troca pessoais, as disputas por projetos

<sup>4</sup> No que se refere ao período pesquisado, 2002 a 2012, os projetos de desestatização se concentraram majoritariamente na área de energia, transporte e infraestrutura, dentre os quais cito o Programa Nacional de Desestatização (PND) aplicado à rede básica do Sistema Interligado Nacional (SIN). Em 2007, a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) deu continuidade à outorga de concessões para a exploração de empreendimentos de transmissão incluídos no PND. Em 10 de dezembro, a Aneel realizou o leilão da Usina Hidrelétrica de Santo Antônio, a primeira do complexo do rio Madeira. Também foi incluído no SIN o leilão da Usina Hidrelétrica Jirau, no rio Madeira, em Rondônia. Houve também concessão de aeroportos, de rodovias e do trem de alta velocidade (TAV). Sobre isso, veja BNDES (s.d.).

e editais etc. Aqui, a face mais perversa: a economia, em vez de ser a descrita por esse autor como um acessório da sociedade, agora tem esta como seu acessório.

Constatamos, na atualidade, que o setor empresarial financia a política partidária, os movimentos sociais, a Igreja, as ONGs, ou seja, tem financiado tudo o que se refere à política e aos cargos públicos da República. Financiam a República, financiam a sociedade, qual o sentido dessa ação? Tratar-se-ia, aqui, da atuação do mercado autorregulável, a busca incessante por ganhos, rompendo assim todos os laços em nossa sociedade? Tal configuração expressa, de acordo com Oliveira (2005, p. 17), que as “empresas são, agora, o poder político e, na clássica divisão de poderes entre o Executivo, o Legislativo e o Judiciário, assaltam e preenchem todos os lugares”.

A perversidade reside em que, no caso brasileiro, à medida que se desenvolve um movimento de proteção social, é o setor capitalista que também assume em certa medida a tarefa de proteger. A função do capital é dupla, pois, além da alegada atuação em defesa da sociedade, envolve a espoliação.

## 7. A CULTURA PRIVATIZADA

Segnini (2011), referindo-se aos trabalhos de Debord (1996), enfatiza que o aumento das atividades em cultura possibilita, no mundo contemporâneo, o crescimento e o desenvolvimento da vida econômica. Contudo, em especial no caso brasileiro, o Estado representa o principal agente de financiamento de tais atividades. Mas tal processo só pode ser compreendido se reconhecemos, tal como nos diz Segnini, a relevância da dimensão mercadológica que passa a ter o processo de criação artística. Tal processo se intensifica no contexto de mundialização das maiores corporações globais e seu envolvimento com o mundo das artes, como apontou Wu (2006).

Ainda segundo Segnini (2011), as políticas públicas de cultura no Brasil seguiram as análises de Wu (2006), contemplando a intensa participação do capital privado na implementação das políticas públicas culturais, nas palavras da autora:

A participação do capital privado na implementação das políticas culturais é observada pela crescente relevância econômica do mecenato, sobretudo nas artes. Essa questão é regulada por meio da lei federal de incentivo à cultura (lei nº 8.813/91). Conhecida como Lei Rouanet, no âmbito federal ela define as bases da política de relações entre o Estado e o capital privado, fundada na renúncia fiscal para investimento em cultura (SEGNINI, 2011, p. 74).

O trabalho de Segnini (2011) foca a interferência do campo empresarial no mundo das artes, nos contratos de trabalho e nos trabalhadores de orquestras sinfônicas, alguns oriundos de outros países. A autora demonstra a precariedade e vulnerabilidade no universo dos trabalhadores no mundo artístico. Embora ela não se restrinja ao conceito de responsabilidade social empresarial, visualizamos a forte presença do setor empresarial nessas ações, que contribuem para agravar o caráter precário do universo trabalhista das artes e evidenciam o processo de privatização do Estado.

Com base em nosso levantamento de campo, discutimos em que medida a cultura transformada em política pública passa logo ao domínio do privado. É importante destacar a experiência positiva na administração Luiz Inácio Lula da Silva, tendo Gilberto Gil à

A política cultural brasileira, à medida que vai ganhando corpo como política pública, também vai se tornando moeda de troca e, em muitos casos, recai no que denomino privatização, na medida em que tal política é gerida por alguns gestores (sejam eles do setor privado ou público) como negócio. Este é operado a partir da gestão do próprio orçamento público, que, por meio das leis de incentivo, promove a cultura intermediada por organizações privadas

frente do ministério, e suas medidas, que se pautaram por transformar a cultura em política pública com dotação orçamentária específica. No entanto, na mesma velocidade em que as medidas de Gil foram implementadas, a iniciativa privada passava a dominar o cenário, seja por meio de pessoas do mundo artístico ou das empresas.

Uma das críticas que assolam o cenário sobre investimento em cultura se refere à Lei Rouanet. *Grosso modo*, todas as ações, ou ao menos as tentativas referentes a essa lei, passaram a ser implementadas a partir de Gil.

O Instituto Itaú Cultural, utilizando essa lei, poderia trabalhar com 100% de isenção. No entanto, não tem sido essa a prática política da instituição, segundo o relato a seguir:

A cada ano, na verdade, vem diminuindo a quantidade do total do valor do orçamento do Itaú Cultural que é dependente da Lei Rouanet. Então, pode-se dizer que o banco está caminhando para uma diminuição do uso da Lei Rouanet com relação ao Itaú Cultural, destinando esse valor da Lei Rouanet diretamente para projetos que o banco apoia, independentemente da gente. Poderia trabalhar com 100% de isenção, trabalha com 70%, 30%, e sempre põe mais que 30%. Tem [*sic*] ano que chega a pôr mais de 40%, às vezes [o investimento] beira os 50%, dependendo do ano. Então isso é uma coisa legal. Outra coisa: poderia cobrar entrada e não cobra, porque tem instituto que trabalha com 100% e ainda cobra entrada. São essas coisas da Lei Rouanet que eu digo que são muito problemáticas. Então isso é outra coisa que eu acho muito legal (Luzia, em entrevista realizada em julho de 2013).

Muitas iniciativas no Brasil têm resultado da parceria entre o Estado e o setor privado. O discurso e as ações da chamada responsabilidade social dos empresários se concentram na área da cultura (62%), segundo o último relatório do Gife (2015), atrás apenas da

educação (85%) e da formação dos jovens para o mercado de trabalho ou para a cidadania, que ficou com 63%.

Nas últimas décadas, o Brasil praticou políticas públicas na área de cultura, antes abandonada, como algo importante e para o qual a maioria dos atores envolvidos, públicos e privados, querem dar sua contribuição, como tentativa de reparar os malefícios dos anos durante os quais a cultura havia ficado em segundo plano.

Segundo relatório de Barbosa (2015), os gastos do Ministério da Cultura responderam por 92% dos recursos na área de cultura em 1995, e no ano de 2010, apesar do aumento dos valores, reduziram-se a 46,5%. Já os incentivos, que representavam, em 1995, 7,9%, em 2010 chegaram a 53,5%. Como se pode observar, há um aumento global tanto daquilo que denominamos recursos diretos como dos recursos indiretos, que se apresentam na forma de incentivos fiscais.

Constatamos, nesse cenário de maior incidência de investimento público administrado pelo meio privado, aquilo que venho denominando de privatização da cultura. Como apontou Wu (2006), a partir dos anos 1980 se assiste na Grã-Bretanha e nos EUA a uma forte intervenção corporativa nas artes. A autora, por meio de uma cartografia, nos mostra o peso das empresas e de seus principais dirigentes nos conselhos curadores e no controle de instituições como a Tate Gallery, importante galeria de artes, pública, sediada na capital inglesa. Como descreve ainda a autora, importantes obras de arte estariam em poder das próprias empresas.

A política cultural brasileira, à medida que vai ganhando corpo como política pública, também vai se tornando moeda de troca e, em muitos casos, recai no que denomino privatização, na medida em que tal política é gerida por alguns gestores (sejam eles do setor privado ou público) como negócio. Este é operado a partir da gestão do próprio orçamento público, que, por meio das leis de incentivo, promove a cultura intermediada por organizações privadas.

Tais organizações disputam e controlam o orçamento, criando grupos e corretores de projetos que sabem como lidar especificamente com as leis de incentivo. São esses grupos que, em certa medida, controlam esse orçamento, diga-se, um orçamento público. Então, verificamos já na operação de acesso à lei de incentivo pequenos grupos de agentes privados que operam na captura de recursos por meio da Lei Rouanet. Eis um dos primeiros processos de privatização, visto que, apesar de tais operadores lidarem com dinheiro público, são pessoas jurídicas privadas.

Uma outra constatação desse processo de privatização, ou melhor, da incorporação dos valores do universo privado ao público, encontra-se na forma como os gestores públicos em cultura são formados.

Uma das formações se dá por meio do curso de especialização em gestão cultural oferecido pelo Itaú Cultural. É um curso extremamente concorrido e tem entre a maioria dos seus alunos funcionários e secretários municipais de Cultura dos mais diversos municípios do país. É um curso importante, realizado em parceria com uma universidade espanhola, que discute políticas e ações culturais, dentre outros temas. Não entraremos no mérito da sua qualidade. Apenas queremos chamar a atenção para quem está formando e realizando esse curso, que são agentes do setor privado. Esse setor é que tem formado os agentes públicos, os operadores da política cultural. E o que isso significa? Tal proposta inovadora deveria, a nosso ver, ser ministrada por instituições públicas. No entanto, a preocupação

## O mecenato e o mundo da cultura foram dominados pela lógica da “catraca, espetacularização e público”

com a cultura parte da iniciativa privada, e o Estado tem delegado para a iniciativa privada a execução de várias políticas sociais, públicas, e com a cultura não seria diferente. O problema reside, a nosso ver, nas ideias que são passadas aos agentes públicos. São ideias de uma política pública, ou daquilo que um dos nossos entrevistados denominou “CEP”. Em certa medida, é essa a forma como as políticas em cultura estão sendo desenvolvidas nos municípios e estados brasileiros, sob a lógica da “CEP”.

Segundo um dos nossos entrevistados, com cuja ideia compartilho, o mecenato e o mundo da cultura foram dominados pela lógica da “catraca, espetacularização e público”, eis o significado de CEP. Para nosso entrevistado, a lógica da catraca afasta o fomento e o risco, e, como a arte e a cultura têm de levar em consideração o risco e o fomento, não necessariamente geram público. A fase da espetacularização trava a produção e o pensamento artístico, na medida em que tudo se transforma em um grande espetáculo.

Se você vai fazer um evento, tem de ter lá fogos de artifício, luzes, muita pompa e circunstância. E [considerada a] atividade em si, o objetivo em si acaba ficando em segundo plano. Então tudo é um grande evento, um grande espetáculo. E, evento e espetáculo, tudo vai ao vento, e para a cultura, a perspectiva tem de ser a perenidade e o legado (Carlos, em entrevista realizada em setembro de 2015).

Se há um avanço e um fazer da cultura a partir do campo privado, é porque, a nosso ver, nesse quesito o Estado age com insuficiência e delega ao setor privado a maioria das ações. O Itaú Cultural, por exemplo, existe há 35 anos, três anos antes do próprio Ministério da Cultura. Imaginamos o universo cultural hoje sem o Itaú Cultural? É uma organização privada que no campo cultural proporciona importante contribuição, como tantas outras existentes no país, pelo *know-how* que acumulou nesses mais de 30 anos. Há que se considerar que o Itaú financia inclusive associações e grupos culturais independentes. O Itaú promove o projeto Rumos e financia várias outras atividades de grupos independentes, associações menores e que têm menor poder de captação sobre o fundo público. É como se o banco, por via de seu instituto, terceirizasse o fundo público. Primeiro, o banco captura os recursos do fundo público, na sequência elabora os editais e, *a posteriori*, destina os recursos a outros grupos independentes, que participam da seleção promovida por esses editais lançados pelo Itaú.

Outros exemplos de ação cultural que reforçam a forte presença do setor privado é o conjunto de Sescs, principalmente no estado de São Paulo, onde há 38 unidades ativas entre a capital e a Grande São Paulo, assumindo, por vezes, ações de um ministério. Seu orçamento no ano de 2015 foi de quase R\$ 1,5 bilhão, enquanto o orçamento do Ministério da Cultura para o mesmo período foi de R\$ 2,5 bilhões.

O Sesc faz parte do chamado Sistema S, que, para operar, também recebe recursos da União, de forma diferenciada se o compararmos ao Itaú Cultural. Contudo, com esse exemplo, demonstro que ambos recebem recursos do fundo público para executar um tipo de política social que sempre teve uma execução de caráter sazonal por parte do Estado.

Dados coletados do Itaú Cultural mostram que este teve um orçamento no ano de 2015 em torno de R\$ 600 milhões. Interessante observar que na entrevista realizada o entrevistado enfatizou por algumas vezes que o instituto dispunha praticamente do mesmo orçamento que o Ministério da Cultura, no entanto, não obtivemos maiores detalhes para a conferência desses dados. O que se pode concluir daí é o peso e a importância que o entrevistado quis atribuir ao Itaú Cultural. A instituição imprimiu na cultura e nas artes um modo de fazer, valores e ideias muito importantes para o debate atual sobre as políticas e ações culturais no país. No entanto, é importante observar que boa parte desse orçamento se constitui por meio da Lei Rouanet, ou de recursos de *marketing* de que o banco usualmente já faria uso. Vejamos:

No caso do Itaú Cultural, a gente tem um orçamento de R\$ 80 milhões, dos quais R\$ 20 milhões é [*sic*] Lei Rouanet. Ainda é artigo 26 [segundo o qual o doador poderá deduzir do Imposto de Renda os valores contribuídos em projetos culturais], ou seja, ainda tem contrapartida. Os outros R\$ 60 milhões é [*sic*] sem incentivo da Lei Rouanet. É aplicação direta do banco, ele deduz das despesas operacionais. A única parte que o banco deduz do IR são esses R\$ 20 milhões. Fora isso, o banco tem um comitê para fazer gestão dos recursos da Lei Rouanet [...]. Além desses R\$ 80 milhões, dos quais vamos lembrar [que] R\$ 20 é [*sic*] só [da] Lei Rouanet, os outros R\$ 60 [milhões] é [*sic*] sem incentivo da Lei Rouanet, a gente opera [com] mais uns R\$ 100 milhões, aí sim de Lei Rouanet, para projetos que são avaliados por um comitê. Esse comitê tem a presença de vários *players*, e quem o organiza é o Itaú Cultural. Esses R\$ 100 milhões, fora os R\$ 80 milhões, são ainda recursos que o banco investe em cultura, via Lei Rouanet. Todo o investimento que o banco faz em cultura é muito mais que R\$ 180 milhões, pois, veja, Itaú: R\$ 80 milhões; R\$ 100 milhões operados pelo comitê de incentivo fiscal, Lei Rouanet. E tem [*sic*] mais ações que estão fora desses dois universos. O Espaço Itaú de Cinema é [operado com] dinheiro de *marketing*, o Rock in Rio [também], não é [dependente da] Lei Rouanet. Então o conjunto dessas ações (Itaú Social, Cultural e Mobilidade) está girando em torno de R\$ 220 milhões de investimentos na cultura por ano. Para você ter uma ideia, o investimento que o Itaú faz em cultura, em social, está girando em torno de R\$ 600 milhões (Carlos, em entrevista realizada em setembro de 2015).

As ações do Itaú Cultural que se apresentam como gratuitas embutem um custo, não percebido pelo usuário, que é pago pelo fundo público. Já as ações do Sesc, por exemplo, não são necessariamente gratuitas para pessoas que não tenham vínculo com o Sistema S — estas, em muitos dos casos, pagam entrada. Mas há atividades gratuitas, e uma parcela significativa de investimento público em suas ações. O exemplo do Sesc aqui é para ilustrar a complexidade do tema e das políticas culturais desenvolvidas no país, tendo o segmento empresarial à frente.

Quanto ao banco Itaú e seu conjunto de ações promovidas em nome da responsabilidade social, é interessante observar, para além do *marketing*, que há em todas as suas atividades, desenvolvidas por meio de um conjunto de atividades culturais, uma preocu-



Não há amplitude nem democratização nesse tipo de política, e as próprias empresas podem criar institutos sem fins lucrativos e destinar uma parcela do seu IR para financiar projetos na área de cultura. Assim, ao mesmo tempo que fazem *marketing*, também atuam direcionando políticas públicas na área

pação com a formação pública do gestor cultural, do educador, com a escola pública, mas, efetivamente, em termos estruturais, não nos parece que se operou alguma mudança. O que o banco pretende, a nosso ver, com toda essa preocupação e atuação é ser a direção moral da sociedade (GRAMSCI, 1978), ou seja, construir uma hegemonia. Observamos, contudo, que todas as suas ações encontram, em certa medida, no poder de Estado, apoio e suporte, seja por meio de parcerias, de projetos comuns ou mesmo de debates.

A crítica da “CEP” feita por um dos nossos entrevistados reside na observação de que o mundo empresarial, o Estado brasileiro e a Lei Rouanet têm funcionado como uma terceirização da política pública em cultura, voltando-se ao mercado, transformando-se em um balcão de negócios. E a não reformulação da Lei Rouanet, do modo de financiar a política cultural, tem dificultado o maior acesso aos recursos e uma maior democratização dessas políticas para aquelas pessoas que não são conhecidas da grande mídia, do grande público. Essa questão precisa ser debatida, mas para além dos muros das entidades privadas que capturam por meio da Lei Rouanet recursos públicos e os operam no âmbito do privado, ou melhor, para um público de pessoas privadas.

O Estado deveria ser mais propositivo, atuante na defesa dos interesses da sociedade, para que os recursos não fiquem centralizados nas mãos da Coca-Cola, Ambev, Bradesco, Itaú e empresas de cartão de crédito, por exemplo, como vem ocorrendo desde os anos de FHC, passando pelo governo Lula, quando então se começou a desenhar uma política pública de cultura. No entanto, certos vícios da lei continuaram, e pouco se avançou nessa questão. Se assim seguir, continuaremos no círculo vicioso em que o dinheiro que, a princípio, diz-se, vem da iniciativa privada, na realidade vem do Estado, por via da lei de incentivos. Parece-nos tratar-se de um processo que envolve “a cooptação e a apropriação de realizações culturais sociais preexistentes” (HARVEY, 2011, p. 122). Sendo assim, a nosso ver, o Estado brasileiro processa no seu desenvolvimento capitalista uma forma de espoliação.

A transformação em mercadoria de formas culturais, históricas e da criatividade intelectual envolve espoliações em larga escala (a indústria da música é notória pela apropriação e exploração da cultura e da criatividade das comunidades). A corporativização

e a privatização de bens até agora públicos (como as universidades), para não mencionar a onda de privatizações [...] indicam uma nova onda de “expropriação de terras comuns” (HARVEY, 2011, p. 123).

Vejamos as tabelas a seguir, com a relação dos proponentes de projetos culturais ao Ministério da Cultura entre 2002 e 2012:

**Tabela 1** — Maiores proponentes em projetos culturais — Brasil, 2002-2006 (em R\$)

| Entidades proponentes  | 2002                 | 2003                 | 2004                 | 2005                 | 2006                 | Total                 |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Instituto Itai Cultural  | 23.775.989,06        | 17.447.289,60        | 6.500.000,00         | 19.700.000,00        | 21.560.000,00        | 88.983.278,66         |
| Associação Cultural da Funarte                                   | -                    | -                    | -                    | 21.196.571,81        | 22.914.892,11        | 44.111.463,92         |
| Associação Orquestra Pró Música do Rio de Janeiro                | -                    | -                    | 5.646.444,00         | 15.838.129,98        | -                    | 21.484.573,98         |
| Fundação Roberto Marinho   | -                    | 10.883.309,57        | 8.536.462,41         | -                    | -                    | 19.419.771,98         |
| Fundação Iberê Camargo   | -                    | -                    | 9.461.372,85         | 9.718.506,00         | -                    | 19.179.878,85         |
| Fundação Padre Anchieta Centro Paulista de Rádio e TV Educativas | -                    | -                    | 6.805.282,44         | -                    | 12.199.357,12        | 19.004.639,56         |
| Associação Cultural do Arquivo Nacional                          | 10.905.864,76        | 7.123.756,42         | -                    | -                    | -                    | 18.029.621,18         |
| Associação de Amigos do Centro Cultural Banco do Brasil          | 8.104.507,32         | 7.611.145,54         | -                    | -                    | -                    | 15.715.652,86         |
| T4F Entretenimento   | -                    | -                    | -                    | -                    | 14.042.812,50        | 14.042.812,50         |
| Fundação Orquestra Sinfônica Brasileira                          | -                    | -                    | -                    | -                    | 10.694.482,00        | 10.694.482,00         |
| Fundação Vale do Rio Doce de Habitação e Desenvolvimento Social  | -                    | -                    | -                    | 9.315.000,00         | -                    | 9.315.000,00          |
| Corpo  | -                    | 7.378.376,30         | -                    | -                    | -                    | 7.378.376,30          |
| Mitra da Arquidiocese de São Paulo                               | 4.150.000,00         | -                    | -                    | -                    | -                    | 4.150.000,00          |
| Backstage Rio Empreendimentos e Produções Artísticas e Culturais | 3.939.899,60         | -                    | -                    | -                    | -                    | 3.939.899,60          |
| <b>Total</b>   | <b>50.876.260,74</b> | <b>50.443.877,43</b> | <b>36.949.561,70</b> | <b>75.768.207,79</b> | <b>81.411.543,73</b> | <b>295.449.451,39</b> |

Fonte: elaboração própria, com base em Brasil (2004).

**Tabela 2** — Maiores proponentes de projetos culturais — Brasil, 2007-2012 (em R\$)

| Entidades proponentes  | 2007                 | 2008                 | 2009                  | 2010                 | 2011                  | 2012                 | Total                 |
|--|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| Instituto Itaú Cultural  | 27.000.000,00        | 29.500.000,00        | 30.660.000,00         | 26.600.000,00        | 29.500.000,00         | 22.000.000,00        | 165.260.000,00        |
| Fundação Orquestra Sinfônica Brasileira                          | 17.386.460,00        | 14.757.435,00        | 16.975.835,01         |                      | 21.940.551,51         | 16.782.550,01        | 87.842.831,53         |
| Fundação Roberto Marinho   | 9.957.758,94         | –                    | –                     | –                    | 35.222.344,59         | 15.411.231,67        | 60.591.335,20         |
| Associação de Amigos do Teatro Municipal do Rio de Janeiro       | –                    | 14.344.277,57        | 32.830.770,04         | 12.361.006,71        | –                     | –                    | 59.536.054,32         |
| H Melillo Comunicação e Marketing                                | –                    | 12.352.417,41        | 15.383.412,65         | 17.335.933,01        | –                     | –                    | 45.071.763,07         |
| Fundação Bienal de São Paulo                                     | –                    | –                    | –                     | 16.996.314,07        | 19.429.500,00         | –                    | 36.425.814,07         |
| Danças Marketing Comunicações                                    | 11.548.348,94        | 17.106.322,48        | –                     | –                    | –                     | –                    | 28.654.671,42         |
| Aventura Entretenimento  | –                    | –                    | –                     | –                    | –                     | 20.501.046,20        | 20.501.046,20         |
| Instituto Agires   | –                    | –                    | –                     | –                    | 15.045.493,12         | –                    | 15.045.493,12         |
| Fundação Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo              | –                    | –                    | –                     | –                    | –                     | 14.109.904,58        | 14.109.904,58         |
| Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand                   | –                    | –                    | –                     | 12.771.500,00        | –                     | –                    | 12.771.500,00         |
| Associação Cultural da Funarte                                   | –                    | –                    | 12.332.904,13         | –                    | –                     | –                    | 12.332.904,13         |
| Fundação Padre Anchieta Centro Paulista de Rádio e TV Educativas | 11.836.845,25        | –                    | –                     | –                    | –                     | –                    | 11.836.845,25         |
| <b>Total</b>   | <b>77.729.413,13</b> | <b>88.060.452,46</b> | <b>108.182.921,83</b> | <b>86.064.753,79</b> | <b>121.137.889,22</b> | <b>88.804.732,46</b> | <b>569.980.162,89</b> |

Fonte: elaboração própria, com base em Brasil (2004).

Em dez anos (2002-2012), o Itaú Cultural desponta, dentre os proponentes, como aquele que mais recebeu por meio da Lei Rouanet recursos públicos para a execução de projetos, ou melhor, para a execução de seus planos de atividades referentes aos anos descritos. Não conseguimos da própria instituição o detalhamento dos seus relatórios de atividades, de suas ações desenvolvidas no período destacado nas tabelas. Entretanto, por meio dos dados disponíveis no Ministério da Cultura, visualizamos os recursos, ou ao menos parte deles, recebidos pela instituição. Apesar de constarem suas atividades, não há uma sistematização dessas atividades no período 2002-2010, o que só veio a existir a partir de 2011. Chama-nos a atenção que todo o conjunto da obra do Itaú Cultural encontrou nesse período dinheiro público para sua execução. E encontrou de duas formas, que são os mecanismos que as grandes empresas, ou os grupos privados que atuam em cultura, vêm desenvolvendo para ter financiamento para os seus projetos.

A primeira diz respeito a esse modelo descrito nas tabelas anteriores. O grupo ou instituição pode concorrer a um edital já aberto, que conta com uma dotação orçamentária específica, ou pode ela mesma submeter um projeto para buscar obter aprovação de recursos da Lei Rouanet, evocando, nessa mesma lei, o artigo 18 (que financia 100% do projeto), ou o artigo 26 (que financia entre 30% e 40% do projeto para pessoas jurídicas). Além do uso desses

artigos por organizações que pleiteiam recursos diretamente no Ministério da Cultura, tais organizações podem procurar investidores para apoiarem seus projetos, e aqui há outra forma de financiamento: os investidores privados, que podem usar até 4% do seu Imposto de Renda para financiar projetos culturais. Nos levantamentos verificamos que todos os investidores fazem uso do artigo 18 da Lei Rouanet. No caso do Itaú Cultural, ele faz uso das duas formas de financiamento e das duas formas da lei, trabalhando tanto com o artigo 18 quanto com o artigo 26. No entanto, para o instituto tem maior peso no momento presente o artigo 26, enquanto o banco e suas empresas, que atuam como patrocinadores, usam mais o artigo 18.

Segundo o levantamento que fizemos no *site* do Ministério da Cultura, dentre os maiores investidores estão instituições públicas como a Petrobras, distribuidora de petróleo, uma subsidiária da Petrobras, o Banco do Brasil, o BNDES, a Caixa Econômica Federal, a Eletrobrás e a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT). Além delas, estão empresas privadas como Cielo, Redecard, Vivo, Vale, Ambev, Credicard. e as empresas que compõem as *holdings* dos bancos Bradesco (Banco Bradesco, Bradesco Seguros, Bradesco Saúde, Bradesco Vida e Previdência) e Itaú (Banco Itaú, Itauleasing de Arrendamento Mercantil, Itaú Vida e Previdência e Unibanco).

Com efeito, fizemos um mapeamento para comparar os anos do período 2002-2012. Cruzamos os dados referentes ao que o banco Itaú incentivou em políticas culturais com o que esse banco, por meio de seu instituto cultural, capturou em recursos através da Lei Rouanet. Dos valores relacionados a seguir, constatamos, em pesquisa no *site* do Ministério da Cultura, que na parte de patrocínios (mecenato) o banco pôde doar recursos diretamente para suas instituições. O Itaú Cultural recebeu R\$ 87.939.209,83 dos R\$ 177.000.451 gastos em patrocínio pelas empresas vinculadas à *holding* Itaú, além dos recursos obtidos por meio dos projetos que ele encaminhou diretamente ao Ministério.

Dentre os vários financiamentos que o banco Itaú fez em cultura, estão eventos como apoio às bienais em São Paulo, festivais em Curitiba, Paraty, publicação de livros, apoio a peças de teatro etc. Chama-nos a atenção nos levantamentos desses dados o montante de recursos que o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM) recebeu da instituição bancária, registrando um valor aproximado de R\$ 10,7 milhões. O MAM tem como presidente de honra Milu Villela, que é uma das herdeiras do banco Itaú, bem como diretora-presidente do Itaú Cultural. Então se justifica, por meio de laços, que Milu acione a família, ou mesmo, por redes, que ela envolva todo o circuito da cultura, e isso justifica, a nosso ver, toda essa proximidade do agente patrocinador, a *holding* Itaú.

Ainda para pensar sobre essas conexões e redes que mantêm os empresários, buscamos nas análises de Lazzarini (2011) uma explicação possível de como pouco mudou a estrutura da propriedade no Brasil. Nesse sentido, o autor vai demonstrar como se constroem as redes de relação entre as empresas, sobretudo nos anos 1990, com as privatizações. A Vale do Rio Doce, por exemplo, poderia ser tomada como uma empresa privada, mas, na prática, por via de “laços”, o Estado é seu maior acionista. O capitalismo de laços tem como base o uso das relações, pelos agentes, para aproveitar e explorar oportunidades de mercado ou para influenciar determinadas decisões de interesse dos grupos envolvidos. Ou seja, é um emaranhado de estratégias, contatos, alianças em torno de interesses políticos e econômicos (LAZZARINI, 2011). “Laços” podem significar intimidade, relações próximas e duradoras ou uma rede de “relações sociais valiosas”. E podem ser construídos por pessoas estranhas ao circuito inserido. Ou seja, novas pessoas podem entrar no circuito desses laços, visto que eles não são definidos

pelas relações biológicas, mas sim pela forma como podem agregar ganhos: por intermédio do “amigo do amigo do amigo” (LAZZARINI, 2011).

**Tabela 3** — Comparativo entre banco Itaú e Itaú Cultural — Brasil, 2002-2007 (em R\$)

| Entidade proponente           | 2002                 | 2003                 | 2004                | 2005                 | 2006                 | 2007                 |
|-------------------------------|----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Instituto Itaú Cultural       | 23.775.989,06        | 17.447.289,60        | 6.500.000,00        | 19.700.000,00        | 21.560.000,00        | 27.000.000,00        |
| <b>Entidade incentivadora</b> |                      |                      |                     |                      |                      |                      |
| Banco Itaú BBA                | 15.973.333,35        | 5.085.322,40         | -                   | -                    | -                    | -                    |
| Banco Itaú                    | 7.980.323,89         | 5.679.795,52         | -                   | -                    | -                    | 9.526.685,52         |
| Itaú Vida e Previdência       | -                    | -                    | -                   | 6.300.000,00         | 6.750.000,00         | -                    |
| <b>Total</b>                  | <b>47.729.646,30</b> | <b>28.212.407,52</b> | <b>6.500.000,00</b> | <b>26.000.000,00</b> | <b>28.310.000,00</b> | <b>36.526.685,52</b> |

Fonte: elaboração própria.

**Tabela 4** — Comparativo entre banco Itaú e Itaú Cultural — Brasil, 2008-2012 (em R\$)

| Entidade proponente                         | 2008                 | 2009                 | 2010                 | 2011                 | 2012                 |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Instituto Itaú Cultural                     | 29.500.000,00        | 30.660.000,00        | 26.600.000,00        | 29.500.000,00        | 22.000.000,00        |
| <b>Entidade incentivadora</b>               |                      |                      |                      |                      |                      |
| Banco Itaú BBA                              |                      | 10.257.959,80        | -                    | -                    | -                    |
| Banco Itaú                                  |                      | 22.400.008,00        | -                    | -                    | -                    |
| Itaú Vida e Previdência                     | -                    | -                    | 10.565.000,00        | -                    | 10.845.000,00        |
| Itaú Securitizadora de Créditos Financeiros |                      | 8.853.907,00         | -                    | -                    | -                    |
| Unibanco                                    | -                    | -                    | -                    | 23.800.000,00        | -                    |
| Itauleasing de Arrendamento Mercantil       |                      | -                    | -                    | 10.284.045,21        | 22.699.070,48        |
| <b>Total</b>                                | <b>29.500.000,00</b> | <b>72.171.874,80</b> | <b>37.165.000,00</b> | <b>63.584.045,21</b> | <b>55.544.070,48</b> |

Fonte: elaboração própria.

**Tabela 5** — Comparativo entre banco Itaú e Itaú Cultural — Brasil, 2002-2012 (total, em R\$)

| Entidade proponente                                | Total                 |
|--|-----------------------|
| <b>Instituto Itaú Cultural</b>                     | <b>254.243.278,66</b> |
| <b>Entidade incentivadora</b>                      |                       |
| <b>Banco Itaú BBA</b>                              | <b>31.316.615,55</b>  |
| <b>Banco Itaú</b>                                  | <b>45.586.812,93</b>  |
| <b>Itaú Vida e Previdência</b>                     | <b>34.460.000,00</b>  |
| <b>Itaú Securitizadora de Créditos Financeiros</b> | <b>8.853.907,00</b>   |
| <b>Unibanco</b>                                    | <b>23.800.000,00</b>  |
| <b>Itauleasing de Arrecadamento Mercantil</b>      | <b>32.983.115,69</b>  |

Fonte: elaboração própria.

Essas empresas podem, como investidoras, realizar doações e patrocínios para seus institutos ou fundações, todos amparados pela lei, já que, segundo o artigo 27 da Lei Rouanet: “Não se consideram vinculadas as instituições culturais sem fins lucrativos, criadas pelo doador ou patrocinador, desde que devidamente constituídas e em funcionamento, na forma da legislação em vigor (redação dada pela lei nº 9.874, de 1999).” Além do *marketing* que se agrega a tal dispositivo disponível na lei, também se cria um circuito entre os mesmos agentes

culturais. Não há amplitude nem democratização nesse tipo de política, e as próprias empresas podem criar institutos sem fins lucrativos e destinar uma parcela do seu IR para financiar projetos na área de cultura. Assim, ao mesmo tempo que fazem *marketing*, também atuam direcionando políticas públicas na área.

Cabe mencionar ainda aquelas empresas que captam recursos por meio da Lei Rouanet e cobram pelo espetáculo ou show — o que dizer das várias peças de teatro, das turnês do Ballet Bolshoi ou do Cirque du Soleil? Elas têm como patrocinadores, além do Ministério da Cultura, empresas como a Vale ou bancos (Bradesco, Itaú, Brasil, CEF). Contudo, os financiamentos para esses eventos ou são advindos da renúncia fiscal da empresa ou de dinheiro do próprio ministério (de fomento à cultura). No entanto, todos os espetáculos são pagos. Esse é um diferencial com relação ao Itaú Cultural. Seus espetáculos, seus cursos e suas exposições são tidos como gratuitos, e nesse sentido o instituto mantém coerência, não cobrando pela exposição ou atividade que desenvolve, visto que, se há um patrocínio, este é do próprio fundo público, por meio das leis de incentivo fiscal de que tal instituição faz uso.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Focamos em nossa pesquisa o Instituto Itaú Cultural, por consideramos suas ações de grande impacto não só em São Paulo, mas em todo o país, assim como em alguns outros países da América do Sul. O que verificamos no discurso do Itaú Cultural é que todas as suas ações são gratuitas, e que o banco assume metade dos custos do instituto. Entretanto, percebemos no levantamento por nós realizado no extinto Ministério da Cultura que o financiamento desse processo é distinto. Ainda há, sim, um peso do Estado no financiamento das ações em cultura do Itaú Cultural, e mesmo quando o banco as patrocina, como incentivador que é da cultura, ele pode deduzir tais gastos do seu IR. Apesar de as ações do Itaú serem gratuitas, este imprimiu um modo de fazer cultura. Longe de definirmos se esse modo é certo ou não, o fato é o imperativo da lógica privada. Segue tratando-se de um instituto vinculado a um banco, que tem como interlocutora Milu Vilella, que presidiu por 24 anos o MAM, sendo hoje sua presidente de honra. E que, por suas relações e laços, tem conseguido atrair investimento e dar, em certa medida, as diretrizes de como a política cultural deve ser realizada. Além do mais, essa mesma instituição tem formado grande parte dos gestores municipais de cultura do país. O que percebemos, ao analisar esse conjunto de ações de um conglomerado como o Itaú, é que existe um duplo movimento: um que visa inserir a empresa mais fortemente nas políticas sociais (dando-lhes diretrizes, formulando políticas públicas, mas sem que estas tenham um perfil mais universal; antes, se orientam pelo mercado), e outro que é a captura do Estado. E essa captura, em certa medida, acontece na formação que o Itaú Cultural dá aos agentes executores da política cultural das prefeituras.

Por fim, longe de esgotar o debate, este estudo, que classifico como inicial, pretendeu, além de diagnosticar esse cenário no campo das políticas sociais, em especial da cultura, propor que se abram agendas de pesquisa em diversas frentes e vertentes para um melhor entendimento do problema exposto.

\* Doutora em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Pós-doutora pelo Institute of Education da University College London (Inglaterra) e em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). *E-mail*: sarafs77@yahoo.com.br

O título deste artigo pode soar abrangente se o leitor olhar apenas para o objeto escolhido para pesquisa, o Banco Itaú. Contudo, chamo a atenção do leitor para os exemplos citados, como o caso do Sesc, ou mesmo a extensa tabela em que se fez o levantamento de uma década, e, nesse cenário descrito pela tabela, observa-se que as dez maiores fontes de planejamento e execução da política cultural são do setor privado, dos mais diversos ramos, como bancos, empresas, associações etc. Sendo que o banco Itaú figura sempre nas primeiras colocações nesse levantamento, de acordo com a tabela, trazemos neste texto os dados dessa instituição em especial.

► Texto recebido em 2 de junho de 2022; aprovado em 25 de agosto de 2022.

BARBOSA, Frederico; FREITAS FILHO, Roberto. **Financiamento cultural**: uma visão de princípios. Rio de Janeiro: Ipea, 2015. (Texto para Discussão, n. 2083).

BNDES. **Histórico** [Mais sobre processos encerrados de desestatização]. [S.l.], [s.d]. Disponível em: <www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/transparencia/desestatizacao/processos-encerrados/Historico>. Acesso em: 16 ago. 2022.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Salicnet**. Brasília: MEC, 2004. Disponível em: <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>. Acesso: 16 jan. 2015.

CALABRE, Lia. Política cultural em tempos de democracia: a era Lula. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, n. 58, p. 137-156, 2014.

DAGNINO, Evelina. Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. In: \_\_\_\_\_. **Os anos 90**: política e sociedade no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 103-115.

\_\_\_\_\_. Sociedade civil, espaços públicos e a construção democrática no Brasil: limites e possibilidades. In: \_\_\_\_\_. **Sociedade civil e espaços públicos no Brasil**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 9-15.

\_\_\_\_\_. Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando?. In: MATO, Daniel (Coord.). **Políticas de cidadania y sociedad civil en tiempos de globalización**. Caracas: Faces; Universidad Central de Venezuela, 2004. p. 95-110.

DAGNINO, Evelina; ALVAREZ, Sonia E.; ESCOBAR, Arturo. **Cultura e política nos movimentos sociais latino-americanos**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2000.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

FAGNANI, Eduardo. A política social do governo Lula (2003-2010): perspectiva histórica. **Ser Social**, Brasília, v. 13, n. 28 p. 41-80, 2011.

FURTADO, Rosa F. A. **Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura/Celso Furtado**. Rio de Janeiro: Contraponto; Centro Internacional Celso Furtado, 2012.

GIFE. **Relatório de atividades**. São Paulo: Gife, 2015.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

HARVEY, David. **O novo imperialismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

INSTITUTO ETHOS. **O que as empresas podem fazer pela educação**. São Paulo: Cenpec; Instituto Ethos, 1999.

KREITLON, Maria P. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Anpad, 2004.

LAZZARINI, Sérgio. **Capitalismo de laços**: os donos do Brasil e suas conexões. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MACHADO, Raphael A. **O desenvolvimento do Instituto Ethos e o campo da responsabilidade social empresarial no Brasil**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) — Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

MINELLA, Ary C. **Banqueiros**: organização e poder político no Brasil. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo; Anpocs, 1988.

\_\_\_\_\_. O discurso empresarial no Brasil: com a palavra os senhores banqueiros. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 15, n. 2, p. 505-546, 1994.

MONTAÑO, Carlos. **Terceiro Setor e questão social**: crítica ao padrão emergente de intervenção social. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2014.

OLIVEIRA, Francisco de. O capital contra a democracia. In: TEIXEIRA, Ana Claudia Chaves (Org.). **Os sentidos da democracia e da participação**. São Paulo: Instituto Pólis, 2005. p. 13-21.

\_\_\_\_\_. **Os direitos do antivalor**: economia política da hegemonia imperfeita. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

PAOLI, Maria Célia. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. In: SANTOS, Boaventura de Sousa. **Democratizar a democracia**: os caminhos da democracia participativa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. p. 371-418.

\_\_\_\_\_. O mundo do indistinto: sobre gestão, violência e política. In: OLIVEIRA, Francisco de; RIZEK, Cibele.



- A era da indeterminação.** São Paulo: Boitempo, 2007. p. 221-256.
- REIS, Carlos N. A responsabilidade social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado?. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 11, n. 2, p. 279-305, ago. 2007.
- RIVERA, Alberto J. O. El concepto de sociedad civil en una perspectiva habermasiana: hacia un nuevo proyecto de democratización. **Sociedad Civil**, México, DF, n. 1, v. 1, 1996.
- RUBIM, Antônio. A. C. As políticas culturais e o governo Lula. **Brasil em Debate**, São Paulo, v. 5, 2011.
- SANTOS, Fernando B. P. Política cultural no Brasil: histórico de retrocessos e avanços institucionais. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 33., 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Anpad, 2009.
- SEGNINI, Líliliana. O que permanece quando tudo muda?: precariedade e vulnerabilidade do trabalho na perspectiva sociológica. **Cadernos CRH**, Salvador, v. 24, n. 1, p. 69-86, 2011.
- STARLING, Mônica; SOUZA, Nícia R. M.; PESSOA, Sylvana. Incentivo fiscal à cultura mineira: limites e possibilidades. In: ENECULT, 1., 2004. **Anais...** Salvador: UFBA, 2004.
- TORRES, Michelangelo M. **Cidadania do capital?:** a intervenção social das corporações empresariais no Brasil. 2012. Dissertação (Mestrado em Sociologia) — Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.
- POLANYI, Karl. **A grande transformação:** as origens de nossa época. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- URBINI, Lia F. **Educação integral e capital financeiro:** a participação do Itaú Unibanco nas políticas públicas de educação entre 2002 e 2014. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) — Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura.** Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- WU, Chin-tao. **Privatização da cultura:** a intervenção corporativa nas artes desde os anos 1980. São Paulo: Boitempo, 2006.