

CONVENIÊNCIA DA CULTURA: UMA ANÁLISE DOS FINANCIAMENTOS DE PROJETOS CULTURAIS POR INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS

CONVENIENCE OF CULTURE: AN ANALYSIS OF FINANCING OF CULTURAL PROJECTS BY BANKING INSTITUTIONS

DOI: [HTTP://DX.DOI.ORG/10.13059/RACEF.V16I1.1272](http://dx.doi.org/10.13059/RACEF.V16I1.1272)

Joiciane Rodrigues de Sousa

joiciane.rodrigues@ufpe.br

Universidade Federal de Pernambuco

Fernando Gomes de Paiva Júnior

fernando.paivajr@ufpe.br

Universidade Federal de Pernambuco

Felipe Moura Oliveira

felipemoura2017.1@gmail.com

Universidade Federal do Ceará

Data de envio do artigo: 28 de Maio de 2024.

Data de aceite: 06 de Janeiro de 2025.

Resumo: Este estudo tem o objetivo de compreender como o financiamento de projetos culturais por instituições bancárias pode ser visto em termos de conveniência da cultura. O arcabouço metodológico se caracteriza como qualitativo-descritivo, os dados foram obtidos em sites oficiais e editais de financiamentos culturais de cinco instituições bancárias, em que foram analisados pela técnica de análise de conteúdo temática definida por Bardin (2016). Os artefatos contemplados pelos editais correspondem aos artefatos definidos pelo Ministério da Cultura, os proponentes são pessoas físicas e jurídicas, têm-se uma concentração das regiões beneficiadas e apresenta-se benefícios para os proponentes e financiadores. Com isso, observa-se uma conveniência da cultura em vista de os artefatos culturais se caracterizarem como um recurso estratégico para atingir os objetivos dos proponentes e financiadores. O estudo traz como avanço para o campo da cultura, a análise de financiamentos culturais sobre a ótica de conveniência da cultura proposta por Yúdice (2006).

Palavras-chave: Brasil; Conveniência da Cultura; Financiamentos; Instituições Bancárias; Projetos Culturais.

Abstract: *This study aims to understand how the financing of cultural projects by banking institutions can be seen in terms of cultural convenience. The methodological framework is characterized as qualitative-descriptive; the data were obtained from official websites and cultural financing notices from five banking institutions, which were analyzed using the thematic content analysis technique defined by Bardin (2016). The artifacts covered by the notices correspond to the artifacts defined by the Ministry of Culture; the proponents are individuals and legal entities; there is a concentration of benefited regions; and there are benefits for proponents and financiers. Thus, a convenience of culture is observed, given that cultural artifacts are characterized as a strategic resource to achieve the objectives of proponents and financiers. As an advancement in the field of culture, the study*

presents the analysis of cultural financing from the perspective of cultural convenience proposed by Yúdice (2006).

Keywords: *Brazil; Convenience of Culture; Financing; Banking Institutions; Cultural Projects.*

1 INTRODUÇÃO

Os projetos culturais brasileiros recebem fomento financeiro de organizações que demonstram a sua responsabilidade social, seja das grandes estatais como a Petrobrás e de instituições financeiras, além do fomento originário de fontes oficiais do governo como ocorre no programa Cultura Viva do Ministério da Cultura (MinC) (Alves, 2017; Lorêto; Pacheco, 2007; Melo et al., 2014; Sovik, 2014).

A produção cultural contribui para que problemas sociais como a pobreza e a violência sejam minimizados (Costa; Medeiros; Bucco, 2017; Muniz, 2016). Contudo, é importante a preservação da identidade profissional dos produtores culturais e não reduzi-los à visão dos empregos tradicionais, de modo a considerar as suas representações culturais (Bendassolli; Borges-Andrade, 2012; Srakar; Čopič, 2012).

Um aspecto relevante a ser discutido neste debate diz respeito à conveniência da cultura entre as partes envolvidas, pois a cultura passa de um modo de vida a um produto comercializado no mercado (Yúdice, 2006). Para o autor, os artefatos culturais como música, teatro, dança e filmes são utilizados para atender demandas sociais como a geração de emprego e renda, em que para os produtores culturais se sustentarem no mercado precisam buscar investimentos de terceiros.

Com a diminuição da participação do Estado nos investimentos do segmento cultural decorrente das leis de incentivo à renúncia fiscal, às instituições bancárias passaram a investir no setor e como contrapartida recebem reconhecimento midiático dos atores sociais interessados em cultura e redução dos impactos dos impostos (Cerqueira, 2018; Lorêto; Pacheco, 2007; Silva; Mazzioni, 2016; Simões; Pires, 2015).

A questão central deste estudo consiste em: “como o financiamento por instituições bancárias em projetos culturais pode ser visto em termos de conveniência da cultura?”. Escolheu-se essas organizações por possuírem valor significativo de destinação aos projetos de responsabilidade social, com destaque ao segmento de cultura (Aleixo, 2013; Melo et al., 2014; Silva; Mazzioni, 2016; Tabosa, 2012).

O estudo apresenta o objetivo geral de compreender o modo como o financiamento por instituições bancárias em projetos culturais pode ser visto em termos de conveniência da cultura. Para isso, são identificadas as categorias de artefatos culturais e os critérios definidos para a seleção dos projetos de cultura e se verifica que impactos podem ser gerados para os proponentes e financiadores.

Traz contribuição acadêmica ao discutir acerca de financiamentos de projetos culturais por instituições bancárias na perspectiva de conveniência da cultura proposta por Yúdice (2006), permitindo a discussão da instrumentalidade dos investimentos culturais na ótica desse teórico, ainda não abordado nos estudos sobre financiamentos culturais. Como contribuição prática, permite aos produtores culturais refletirem quanto à obtenção de financiamentos e que as organizações entendam seu papel de responsabilidade social de modo a obter benefícios que levem à melhoria de suas imagens. O debate também traz resultados relevantes para agentes governamentais, no sentido de inovar políticas públicas culturais. Como contribuição social, a discussão sobre financiamentos culturais pode favorecer a redução de problemas sociais a partir do aumento de projetos culturais nas comunidades.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Os financiamentos de projetos culturais fazem parte das agendas estratégicas de diversas organizações, dentre elas instituições bancárias. Na relação entre financiadores e produtores culturais existe uma troca de benefícios que pode caracterizar conveniência da cultura. É discutido a seguir as nuances apresentadas pela

literatura sobre essa relação.

2.1 Financiamento de projetos culturais

O planejamento governamental no campo da cultura incentiva a participação de diversas organizações financiadoras (Cerqueira, 2018). Tal como no Brasil, em outros países o Estado subsidia e controla os aspectos relacionados ao patrocínio das organizações (Gagro, 2019; Srakar; Vecco; Tóth, 2017). No contexto brasileiro, o MinC atua no planejamento e execução das políticas nacionais de cultura e arte. Algumas de suas ações têm focado na economia criativa e fomento cultural, formação de pessoas, produção de livros, leitura, audiovisual, cinema, patrimônio histórico e artístico, museus e bibliotecas nacionais. Dentre os incentivos ao financiamento do setor têm-se a Lei Rouanet, Cultura Viva e editais anuais para projetos específicos (Brasil, 2023).

A Lei Rouanet representa o principal artifício de regulação de financiamento cultural no Brasil, em que por intermédio do mecenato oferece regalias fiscais à pessoa física ou jurídica interessada em contribuir com a cultura, garantindo a possibilidade de deduzir nos seus impostos o valor total patrocinado, respeitando os limites de 6% ou 4% respectivamente (Cerqueira, 2018; Silva; Moreira, 2023).

As regulamentações de projetos culturais são necessárias para se garantir que sejam executadas as políticas de fomento à cultura. No Brasil, as políticas públicas culturais implementadas nos governos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva entre os anos de 2003 e 2010 permitiu que se estabelecesse um diálogo para revisar, formular, estruturar e executar as políticas setoriais (Cerqueira, 2018; Pozzer, 2011).

As ações governamentais voltadas para a cultura variam conforme o tipo de governo, seja ele de cunho progressista ou de perfil conservador. Entre 2003 e 2016 houve um esforço no Brasil para a interiorização do acesso à cultura (Lisboa; Duarte; Rodrigues, 2022), em que o Partido dos Trabalhadores (PT) incentivou à expansão para as regiões do interior do país e

uma produção cultural diversa no que se refere aos tipos de artefatos atendidos (Almeida; Vita, 2018; Rocha, 2022).

Os projetos culturais identificados pelo MinC são classificados em sete áreas temáticas: audiovisual, humanidades, música, artes cênicas, artes integradas, patrimônio cultural e artes visuais. Cada uma dessas áreas possui subdivisões, como por exemplo, as artes cênicas dispõem das áreas de dança, circo, ópera e teatro, as quais caracterizam particularidades de suas conjunturas culturais (Silva et al., 2021). Os autores identificam que o teatro infantil constitui um dos artefatos culturais mais disseminados dentre as áreas temáticas de projetos culturais brasileiros.

A Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC) possui a incumbência de propor critérios de consistência e as regulações para a avaliação dos projetos culturais apresentados ao MinC. O MinC aprova tecnicamente os projetos, todavia, seus proponentes devem buscar os financiadores (Silva; Moreira, 2023). Assim, algumas manifestações artísticas acabam não sendo financiadas, mesmo com o uso dos recursos públicos pelas organizações financiadoras, em vista da prevalência de ambições privadas em comparação aos interesses coletivos (Almeida; Vita, 2018).

Silva e Dellagnelo (2008) identificam que os critérios de avaliação usados por financiadores de grupos teatrais em Florianópolis, Santa Catarina, são semelhantes entre organizações com fins lucrativos e sem fins lucrativos. Dentre eles, aparecem exigência de apresentação de documentos antecipados, preenchimento de formulários sobre pessoal e despesas e de registros internos, o que pode causar desigualdades na avaliação, pois organizações sem fins lucrativos não possuem em suas rotinas alguns daqueles procedimentos exigidos por entidades de regulação.

Uma das formas utilizadas na era digital para obter recursos financeiros de fomento à cultura são as plataformas de crowdfunding. Nesse formato, organizações, empresas ou pessoas buscam apoio na internet, utilizando-se das mídias sociais para divulgar suas

ideias. Existem ferramentas que permitem alcançar financiadores locais e internacionais (Bürger; Kleinert, 2021; Foà, 2019; Kędzierska-Szczepaniak, 2021).

Os produtores culturais identificam oportunidades para obter financiamentos e mantê-los ativos, em que é importante possuir o perfil de liderança relacional (Melo et al., 2014; Sovik, 2014). As lideranças do Programa Social da Mangueira, por exemplo, conseguem financiamento de inúmeros projetos culturais no entorno da Escola de Samba da Mangueira a partir de redes sociais estabelecidas entre comunidade, poder público e empresas. O desejo de superar os problemas sociais locais motiva a busca por parcerias chave, os quais contemplam competências cruciais para se garantir a efetivação dos projetos culturais (Costa, 2003; Schiray; Carvalho; Afonso, 2017).

2.2 Instituições bancárias como financiadoras de projetos culturais

Os atores da sociedade civil têm sido exigentes quanto à atuação das organizações, principalmente daquelas que possuem caráter empresarial. Com isso, tem aumentado a preocupação de lideranças do setor social no sentido de melhorar as práticas de incentivo à responsabilidade social por parte de suas entidades. Nesse contexto, as instituições financeiras são algumas delas, visto que elas têm sido alvos de cobranças por parte de investidores, agentes dos governos e clientes, de modo a terem que internalizar estratégias de gestão dirigidas para desenvolver uma reputação de imagem positiva (Silva; Mazzioni, 2016).

A diminuição dos investimentos diretos em ações culturais pelo Estado sinaliza o compromisso social de empresas e outros agentes da sociedade. Assim, as instituições bancárias identificaram uma oportunidade no sentido de expandir o seu mercado para o setor cultural e passaram a utilizar-se de instrumentos do governo como as Leis de Incentivo à Cultura (Lorêto; Pacheco, 2007; Simões; Pires, 2015).

As instituições bancárias financiam

projetos culturais por intermédio de seus departamentos responsáveis por financiamentos e também de forma indireta a partir dos seus institutos ou centros culturais (Lorêto; Pacheco, 2007). Alguns bancos possuem seus próprios institutos culturais, assim, os proponentes de financiamentos podem estar vinculados às organizações financiadoras, um caso ilustrativo consiste na relação entre o Instituto Itaú Cultural e o Banco Itaú (Melo et al., 2014).

Tabosa (2012) identifica uma participação positiva do Centro Cultural Banco do Nordeste em Fortaleza, Ceará, como local de disseminação cultural por intermédio da promoção de lazer e entretenimento, episódio que pode desencadear em transformações socioculturais e favorecer o desenvolvimento regional por meio da promoção de modalidades do acesso à expressão cultural.

O destaque das instituições financeiras no incentivo aos projetos culturais pode ocorrer por esse ser um dos setores mais lucrativos e a redução do impacto dos impostos pode ser atrativo (Melo et al., 2014). Além disso, pode ser estratégia de marketing por parte dessas organizações para promoção de suas marcas, em que o poder da cultura veiculada pela mídia leva suas lideranças a escolherem os projetos culturais que incrementem a audiência em torno de suas marcas (Aleixo, 2013; Almeida; Vita, 2018; Kellner, 2001).

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) é um agente financeiro das empresas culturais desde as cadeias de criação, produção, distribuição até a comercialização das práticas artístico-culturais, digitais e de entretenimento, em especial no audiovisual, editorial e patrimonial. Até 2006 envolvia com os mercados culturais apenas com as leis federais de incentivo à cultura, passando a atuar com investimentos diretos (Alves, 2017).

Os projetos culturais competem entre si por financiamentos, entrando na lógica do sistema capitalista, em que diante da pressão econômica passou a internalizar aspectos do empreendedorismo, reproduzindo os ideais e subjetividade da realidade mercadológica como gestão, liderança e criação de produtos (Sovik,

2014). Os projetos culturais em sua essência tinham um caráter de cidadania, porém, com o jogo de marketing das grandes empresas tornou-se um produto do mercado a ser comercializado de forma competitiva (Melo et al., 2014).

Diante do incentivo governamental para as organizações se tornarem financiadoras, as ações passaram a se fundamentar no pensamento neoliberal, levando a criação de indústrias culturais. O auxílio à cultura tornou-se dependente do setor privado, enquadrando a cultura nas regras do mercado, ou seja, colocando os artefatos culturais como mercadoria na busca de obtenção dos meios para se sustentarem sem a intervenção estatal (Lorêto; Pacheco, 2007; Yúdice, 2006).

Uma alternativa para os produtores de atividades artísticas historicamente excluídas pode se dar com as leis municipais de incentivo à cultura, já que grande parte do recurso advém do orçamento das próprias secretarias de cultura, não sendo convertido em isenção fiscal. Nesse sentido, esse esforço possibilita a submissão de propostas por pessoas físicas e agrupamentos desfavorecidos em financiamentos culturais das leis federais e estaduais (Xavier; Baldez, 2021).

As organizações do setor financeiro têm atuado de forma responsável em relação a problemas sociais (Alves, 2017; Costa, 2003; Silva; Mazzioni, 2016). Assim, questiona-se o que motiva tais organizações a investir em projetos culturais? Pode ser uma forma de obter vantagens competitivas no mercado, visto a necessidade de aprimorarem seus processos e atingir diferencial no valor entregue aos seus clientes, que é discutido neste estudo por meio da lógica de conveniência da cultura.

2.3 Financiamentos culturais como conveniência da cultura

A cultura passou a ser vista como recurso para resolver os problemas sociais e econômicos da sociedade, acompanhando a globalização acelerada, no qual a arte passou a ser aliada da criação de empregos. Mas, o modelo de financiamento cultural é limitado a segmentos específicos da cultura que geram resultados aos

financiadores, em que a cultura pela cultura dos grupos minoritários pode não receber fomento por não oferecer retornos (Yúdice, 2006). O autor destaca que a cultura pode ser utilizada para ser conveniente ao interesse dos atores sociais que possuem maior poder nas relações sociais, de modo a favorecer interesses econômicos da sociedade.

Muniz (2016) critica o uso do funk de forma conveniente e instrumental, visto que o funk como uma expressão cultural autêntica da arte na década de 1990 era vista de maneira negativa. Porém, passou a ser valorizado a partir do reconhecimento dos benefícios sociais que gera, como a redução da criminalidade e promoção da inclusão social ou como um produto a ser consumido no setor da economia criativa.

A instrumentalidade presente nas políticas culturais pode levar à concentração de suas ações voltadas aos fins econômicos e deixar de dar atenção aos valores sociais e culturais das artes, seja a preservação da cultura e a promoção da identidade social (Srakar; Čopič, 2012). Assim, as políticas públicas devem garantir que o financiamento privado no setor cultural não atenda apenas às exigências demandadas às organizações pelo mercado, mas que foque na diversidade e pluralidade cultural, beneficiando as pessoas com menor renda (Lima; Ortellado, 2013).

O estudo de Bürger e Kleinert (2021) mostra que os patrocinadores culturais desejam conseguir retribuições pela contrapartida no seu envolvimento com a comunidade cultural, fato que significa serem os financiadores aqueles que contribuem para as organizações com mero interesse pelos seus benefícios individuais. Nessa conjuntura, existem determinadas barreiras, essencialmente pela desconfiança dos financiadores em relação ao fato de não se investir em projetos que possam não vir a ser concretizados (Kędzińska-Szczepaniak, 2021).

Melo et al. (2014) observam que o financiamento por intermédio da captação de recursos no setor privado impacta na execução dos projetos, porque para obter sucesso na captação de recursos os agentes culturais

precisam se adequar ao que as organizações patrocinadoras impõem e os interesses podem ser divergentes. As organizações buscam promover a sua imagem e serem beneficiadas com as deduções fiscais, enquanto os agentes culturais querem desenvolver suas atividades. Nas barganhas conseguem vantagens os agentes que propõem maiores benefícios a serem ofertados futuramente aos financiadores (Kellner, 2001; Simões; Pires, 2015).

A participação das organizações no relacionamento de suas marcas com o campo cultural afetou o sistema de financiamento, pois existe certo esgotamento do modelo adotado por fugir dos objetivos de democratização e acesso aos bens culturais (Freire, 2012). No entanto, a apreciação de mudanças representa um elemento chave com respeito ao setor cultural, dado que a cultura é transformada pelo homem e os contextos históricos influenciam nas suas relações sociais (Eagleton, 2005).

Costa, Medeiros e Bucco (2017) e Melo et al. (2014) asseveram que mesmo com a implantação de programas do governo como Pontos de Cultura, existe a monopolização de beneficiários dos financiamentos. Poucos artistas têm acesso aos recursos públicos, pois o mercado contribui para a manutenção da produção cultural nas mãos de poucas pessoas ou empresas, não distribuindo os recursos equitativamente, inclusive com concentração na região Sudeste (Silva; Moreira, 2023).

Cerqueira (2018) corrobora que as políticas públicas culturais contribuem para o crescimento da participação de empresas no financiamento do trabalho artístico e a hegemonia do gerenciamento dessas empresas a partir de seus interesses. Tem-se uma concentração de beneficiários e engessamento do empreendedorismo cultural por meio de gestores especializados em editais pelas instituições já consolidadas, burocracia cultural e desigualdades regionais na obtenção de recursos.

Há uma concentração da aprovação de projetos em grupos estabelecidos no mercado cultural, excluindo grupos minoritários que não possuam experiência e visibilidade (Xavier;

Baldez, 2021). Os investimentos empresariais ocorrem por interesses de marketing, de modo a transformar o patrocínio em visibilidade midiática, em que é dada preferência aos projetos que apresentem maior potencial mercadológico em termos da abrangência de suas imagens (Saraiva; Frias, 2009).

Os espaços culturais patrocinados pelas organizações privadas realizam eventos que geram emprego e renda, porém, se incorporam de algum modo na lógica de mercado (Lorêto; Pacheco, 2007), em que o setor cultural para alcançar sucesso em suas produções se submete às regras impostas pelas organizações patrocinadoras. Nesse sentido, as lideranças das organizações patrocinadoras, muitas vezes, não estão preocupadas com a disseminação das manifestações artísticas, mas com o retorno que possam receber daqueles produtos culturais.

A ideia de cultura muda para atender as necessidades dos produtores culturais. Nesse contexto, as noções de promoção sociopolítica e econômica unem-se para formar a economia cultural e os produtores culturais como sujeitos performativos traçam estratégias que facilitam o atendimento de seus interesses, em que a cultura passa a ser vista como um recurso a ser comercializado no mercado global. A instrumentalidade permeia o espaço da arte e cultura ao serem usadas como forma de alcançar os interesses dos atores sociais (Yúdice, 2006).

A exemplo disso tem-se iniciativas em favelas como a Mangueira no Rio de Janeiro, em que as lideranças sociais buscam a solução dos problemas locais. A fim de alcançar melhor qualidade de vida para a comunidade, com a geração de emprego e renda por meio da produção de músicas (samba), danças, artes plásticas, moda, exposições museológicas e festas gastronômicas se submetem aos critérios definidos pelos financiadores (Schiray; Carvalho; Afonso, 2017).

O capitalismo busca extrair vantagens até mesmo dos aspectos subjetivos de cultura, no qual consegue controlar seus artefatos ao nível de produzir uma configuração de território de existência, imprescindível para sustentar o seu sistema de poder. Da mesma maneira que a

biodiversidade do meio ambiente é uma fonte imprescindível de investimento para o capital, os recursos do multiculturalismo da sociedade também são explorados (Rolnik, 2001).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O caminho metodológico seguido neste estudo se caracteriza como uma abordagem qualitativa e interpretativa, em que os pesquisadores interpretam os dados, identificando e analisando temas para chegarem a conclusões que possibilitem desenvolver novas perguntas de pesquisa (Creswell, 2007). Quanto aos objetivos trata-se de pesquisa descritiva, pois faz uma descrição detalhada do fenômeno analisado (Provdanov; Freitas, 2013).

A organização do corpus foi efetuada por meio de pesquisa documental, em que a fonte de coleta de dados se restringe a documentos escritos (Marconi; Lakatos, 2003). Para isso, buscou-se os sites oficiais e os editais de financiamentos de projetos culturais de instituições bancárias do ano de 2023, selecionando cinco delas, quais sejam: Caixa Econômica Federal, BNDES, Banco do Brasil, Banco do Nordeste e Itaú Unibanco.

Realizou-se a análise de conteúdo temática dos dados coletados, concretizada por intermédio de quatro fases: pré-análise, codificação, categorização e inferência (Bardin, 2016). De início, efetuou-se a pré-análise dos documentos a partir da leitura detalhada para organizar o corpus de pesquisa. Depois, os dados foram sistematizados a partir do processo de codificação e categorização, em que os códigos foram identificados e separados em grupos por similaridade temática. Por fim, realizou-se o tratamento dos dados obtidos e a interpretação das informações em busca de generalizações analíticas do estudo. A análise e interpretação dos dados foi feita com o auxílio da ferramenta Atlas.ti, versão 9 (Flick, 2008).

As categorias geradas a partir da análise dos dados condizem com a literatura apresentada acerca dos investimentos de projetos culturais, no que diz respeito à instrumentalidade das estratégias adotadas pelos proponentes e

financiadores de cultura. Para isso, considerou a lógica de conveniência da cultura proposta por Yúdice (2006), em que a cultura passa a ser um recurso para atingir os interesses dos atores sociais.

Os parâmetros de validade e confiabilidade adotados ocorrem em virtude de uma descrição, que não deixa especificações subentendidas e passíveis de não serem percebidas ou compreendidas, adotando padrões e processos de investigação que possibilitem a compreensão e a replicação do estudo como a triangulação por pares, reflexividade para corrigir erros de execução, descrição clara e detalhada da pesquisa (Paiva Júnior; Leão; Mello, 2011). Com isso, buscou alcançar o rigor científico, assegurando a legitimidade dos dados gerados (Flick, 2008).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir são apresentados os resultados do estudo, primeiro caracteriza-se às instituições bancárias selecionadas e depois apresenta-se as categorias de análise obtidas a partir dos documentos analisados.

4.1 Informações Gerais Das Instituições Bancárias

As instituições são classificadas quanto ao tipo de capital utilizado em pública (BNDES e Caixa), privada (Itaú) e de economia mista (Banco do Brasil e Banco do Nordeste). Os artefatos culturais beneficiados nos editais de financiamento são artes visuais, audiovisual, artes cênicas, música, literatura, cinema, programa educativo, recuperação de acervos, restauração ou preservação de patrimônio histórico, adaptação ou modernização de instalações e produção de livros ou DVDs, que correspondem aos artefatos definidos pelo MinC para o planejamento e execução das políticas nacionais de cultura e de artes brasileiras (Brasil, 2023; Silva et al., 2021).

Dentre alguns critérios de seleção dos projetos culturais, têm-se viabilidade financeira, viabilidade técnica, acessibilidade

de diversos públicos, ineditismo na cidade, permitir a capacitação de profissionais, apresentar contrapartida na proposta, ter expectativa de interesse do público-alvo, adequar-se às estruturas físicas disponíveis, ser condizente com sua missão, contribuir para o fortalecimento de cadeias produtivas culturais e diversidade cultural, impactar socialmente, envolver criatividade, inovação, experimentação e contemporaneidade.

Os critérios de seleção se repetem nos editais das cinco instituições bancárias, mas possuem especificidades que se diferenciam de um edital para outro. São apresentados critérios semelhantes para os proponentes com ou sem fins lucrativos, corroborando com o estudo de Silva e Dellagnelo (2008). Esse aspecto de seleção pode levar a desigualdade entre os proponentes, visto que as organizações possuem estruturas internas diferentes (Cerqueira, 2018).

4.2 Análise do incentivo à cultura pelas instituições bancárias

Após análises referente às cinco instituições bancárias selecionadas para o estudo categorizou-se as informações no Quadro 1 (próxima página), em que para cada categoria foram sumarizados alguns pontos principais.

Quadro 1: Categorias de análise do corpus de pesquisa

Categorias	Descrição Sumária dos Resultados
Agentes proponentes	Entidades públicas e privadas; Pessoas físicas
Localização dos projetos beneficiados	Concentração em poucas regiões; Valorização de regiões menos favorecidas
Exclusividade no financiamento dos projetos	Não exclusividade, Critérios para compartilhamento de financiamentos
Benefícios para os agentes proponentes	Contribui para a solução de problemas sociais; Possibilita a expansão da cultura
Benefícios para as instituições financiadoras	Beneficiadas pela Lei Federal de Incentivo à Cultura; Divulgação da marca nos produtos gerados

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Verifica-se que as instituições seguem a mesma lógica em seus financiamentos, embora pertençam às classificações pública, privada e de economia mista. A seguir são discutidos aspectos referentes às categorias geradas na análise das informações das cinco instituições, sejam elas: BNDES, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Caixa Econômica Federal e Itaú Unibanco, em que se busca traçar um paralelo com a literatura estudada. Logo, as informações foram retiradas dos editais e dos sites oficiais das referidas instituições (Banco do Brasil, 2023; Banco do Nordeste, 2023a; BNDES, 2023a; Caixa, 2023; Itaú, 2023).

4.2.1 Agentes proponentes

Os recursos do BNDES podem ser solicitados por entidades, órgãos públicos e instituições privadas do Brasil sem fins lucrativos, em que possui o Comitê de Patrimônio Cultural e Economia da Cultura (CPCULT) para apoio continuado. Dificuldades podem ocorrer na solicitação de financiamentos, em vista de exigir que tenha de três a cinco patrimônios na carteira de projetos quando pertencer à acervos que envolvam coleções de instituições distintas.

Por outro lado, para a Caixa Econômica Federal podem se inscrever tanto pessoas jurídicas com fins lucrativos como sem fins lucrativos, desde que regularmente constituídas em território nacional. Engloba ainda Microempreendedor Individual (MEI), cuja atividade econômica seja de finalidade cultural, produção cultural e suas diversas variantes e que seja titular ou detentor dos direitos reais de realização e/ou comercialização do projeto inscrito.

No caso do Banco do Brasil, os proponentes podem ser pessoas jurídicas com ou sem fins lucrativos, sejam instituições, empresas, fundações ou associações e pessoas físicas envolvendo brasileiros e estrangeiros portadores de CPF. Ademais, é sugerido que os projetos estejam aprovados em Leis de Incentivo à Cultura sejam federais ou regionais.

Os proponentes do Banco do Nordeste podem ser pessoas jurídicas desde que de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos e, pessoas físicas brasileiras ou estrangeiras residentes no Brasil há mais de três anos. Exige do projeto um conjunto de dados relacionados à proposta e histórico do proponente para que os avaliadores possam ter conhecimento de seu perfil. Pode ser enviado e aprovado até dois projetos com aprovação no Programa Nacional de Incentivo à Cultura (Pronac) ou com proposta completa submetida ao MinC.

O Itaú Cultural reúne pessoas jurídicas e entidades de natureza privada com sede no Brasil, seja com ou sem fins lucrativos, sejam pessoas físicas, duplas, trios, coletivos ou grupos constituídos juridicamente. Os estrangeiros podem participar como pessoa física ou como MEI, pelo qual é possível inscrever apenas um projeto por edital.

A partir dessa análise, infere-se o quão desafiador é angariar recursos por parte dessas pessoas físicas, dado que elas concorrem com organizações já estabelecidas, o que pode levar a concentração nas mãos de gestores especializados em editais responsáveis pelas pessoas jurídicas (Cerqueira,

2018; Costa; Medeiros; Bucco, 2017; Melo et al., 2014; Xavier; Baldez, 2021).

4.2.2 Localização dos projetos beneficiados

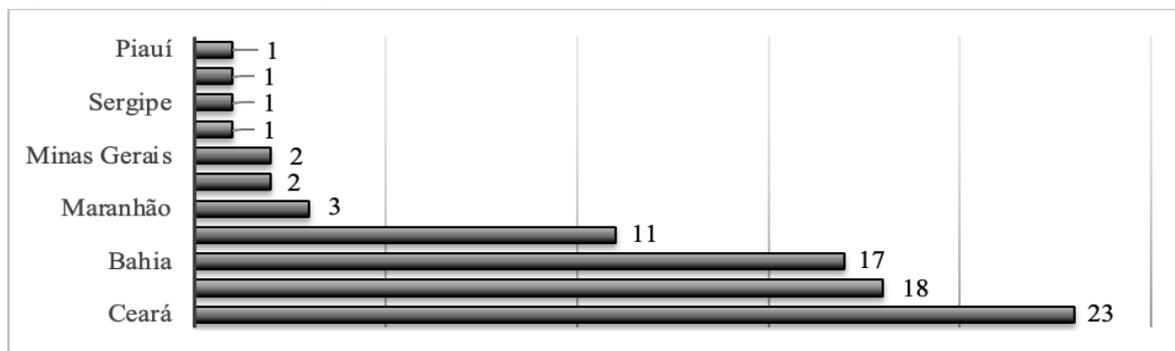
Um fator positivo do BNDES reside no fato de que dentro da carteira de propostas de um projeto é necessário que, pelo menos, uma delas seja da região Norte. Além disso, a participação no orçamento dos projetos é de 75% para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, 67% para a região Sul e 50% para a região Sudeste. Portanto, observa-se uma valorização de regiões consideradas menos favorecidas historicamente, o que pode contribuir para o alcance de equidade entre regiões. Na última análise efetuada pelo CPCULT, as propostas acolhidas englobam as regiões Norte com três patrimônios, Centro-Oeste com dois e Nordeste e Sudeste com um cada (BNDES, 2023b).

Na Caixa Econômica Federal, o seu Programa de Ocupação dos Espaços da Caixa Cultural operou somente nas cidades de Brasília, Curitiba, Fortaleza, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo, todavia, apesar de poucas unidades consegue abarcar quase todas as regiões do país, com exceção do Norte que é a região mais valorizada pelo BNDES.

O Banco do Brasil com o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) seleciona projetos culturais para compor a programação das suas unidades do CCBB apenas nas cidades de Belo Horizonte, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, tendo uma concentração na região Sudeste. Ao contrário do que acontece com a Caixa que possui poucas unidades, mas espalhadas pelo país.

Os projetos do Banco do Nordeste devem ser da região Nordeste, do Norte de Minas Gerais (incluindo os Vales do Mucuri e do Jequitinhonha) e do Norte do Espírito Santo. A instituição possui seus Centros Culturais Banco do Nordeste (CCBN) localizados apenas em Fortaleza, Cariri (Juazeiro do Norte) e em Sousa (PB). No resultado do edital de 2023 (Figura 1), obteve-se 48 projetos aprovados (Banco do Nordeste, 2023b).

Figura 1: Número de projetos aprovados pelo Banco do Nordeste no edital de 2023



Fonte: Elaborada pelos autores (2024).

O Itaú Unibanco atua em todos os estados brasileiros e no exterior, contemplando propostas de desenvolvimento em diversas áreas. Os responsáveis do Programa Itaú Cultural participam de bate-papos em cidades de todo Brasil no intuito de incentivar o envio de projetos culturais por proponentes das mais variadas regiões do país. Entretanto, ocorre certa concentração na prática, visto que o Espaço Itaú de Cinema mostra-se restrito às cidades Brasília, Curitiba, Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador.

Com as informações identificadas com respeito a regiões de atuação de bancos como o Itaú Unibanco, é possível observar uma centralização das localizações geográficas incentivadas pelas instituições bancárias, conforme identificado também nos estudos de Costa et al. (2017) e Melo et al. (2014). Portanto, há um esforço aparente no intuito de reduzir as desigualdades, contudo, na prática isso não acontece de fato, razão pela qual se deve questionar a lógica capitalista dominante

que opera no universo cultural (Lorêto; Pacheco, 2007; Rolnik, 2001; Sovik, 2014).

4.2.3 Exclusividade no financiamento dos projetos

No que diz respeito ao orçamento para os projetos, o BNDES possibilita que os proponentes busquem recursos complementares em outras organizações, nas suas fundações e institutos ou em entidades da administração pública.

Na Caixa Econômica Federal não se financia projetos que tenham como outros patrocinadores organizações concorrentes, porém, a organização permite a busca de complementação de recursos próprios ou de terceiros, desde que sejam por eles autorizados. O financiamento acontece por meio de patrocínio, em que podem ser utilizados recursos próprios, das organizações do conglomerado ou oriundos de incentivos fiscais, mas demanda a disponibilidade de orçamento que é determinado anualmente.

No Banco do Brasil, os valores acordados com os proponentes dos seus projetos selecionados levam em consideração sua disponibilidade orçamentária anual para patrocínio e das demais organizações do seu conglomerado, podendo determinados projetos não serem necessariamente patrocinados de forma integral. Logo, é permitido que o patrocinado capte recursos de outros patrocinadores, respeitando a exclusividade da organização no segmento financeiro.

No Banco do Nordeste a contratação de patrocínio é incentivada pela Lei Rouanet, em que o proponente do projeto cultural deve comprovar a captação de pelo menos 25% do valor total daquele projeto, incluindo o valor a ser patrocinado pelo próprio Banco. Além disso, a seleção desse projeto não assegura o patrocínio solicitado e nem a concordância com todos os aspectos sugeridos por aquele proponente.

No Itaú Unibanco, os projetos podem ser aceitos por outros editais privados ou públicos de financiamento, todavia, os critérios que regulam a forma de relacionamento com o Itaú

Cultural são definidos de modo a não ter fontes para os mesmos itens orçamentários. Assim, é necessário autorização das outras instituições fonte de financiamento quando existirem, sobretudo se forem públicas, em que as regras dos demais editais precisam ser avaliadas, essa análise é importante para evitar problemas jurídicos.

Esse modelo de gerenciamento dos incentivos favorece os interesses de marketing das instituições privadas financiadoras, evidenciando uma prática elitista e excludente, apesar de isso ser uma gestão formalmente democrática na visão das políticas públicas (Almeida; Vita, 2018; Rocha, 2022). Dessa forma, os interesses econômicos individuais se sobressaem na lógica do mercado, que prevalece sobre os interesses de outros atores da sociedade civil, como é demonstrado no elemento concorrência dos próprios financiadores.

4.2.4 Benefícios para os agentes proponentes

O Fundo Cultural do BNDES apoia projetos de preservação e revitalização do patrimônio cultural brasileiro material e imaterial, acervos memoriais e instituições culturais reconhecidamente portadoras da identidade cultural. Esse fundo orçamentário tem o apoio continuado e as propostas podem ser apresentadas a qualquer momento, respeitado o calendário de reuniões do CPCULT.

A Caixa Econômica Federal apresenta no seu propósito, o preceito de buscar oferecer à sociedade significativas expressões artísticas e experiências transformadoras de modo a promover ações que contribuam para o processo cultural brasileiro e respeitem a inclusão social e o desenvolvimento econômico, assim como o desenvolvimento social e humano, representatividade regional, democratização e a inovação.

O Banco do Brasil destaca a importância de apoiar a cultura, contribuindo com a transformação social, garantia da pluralidade de culturas diante da diversidade brasileira, multidisciplinaridade entre os saberes, diálogo

entre ideias, novos olhares para o mundo e reafirmação de identidades por intermédio de um pensamento decolonial. Não se sabe o interesse que há por trás dessa intenção declarada, mas seu discurso confronta a ordem hegemônica existente no capitalismo.

O Banco do Nordeste tende a valorizar o papel da cultura no fortalecimento da coesão social por ser uma instituição de desenvolvimento, geração de renda e aumento do capital social e humano da região Nordeste. Esse banco tem buscado contribuir para o crescimento regional por meio da aquisição de habilidades e afirmação da imagem de uma identidade que se reconhece como agente universal. Seus líderes dizem oferecer oportunidades no âmbito das ações artístico-culturais tanto para artistas já consagrados, como para aqueles que se encontram em início de carreira.

O Itaú Unibanco aposta na integração de linguagens, uma vez que sua equipe procura relacionar as áreas do conhecimento em meio a suas propostas culturais. Essa instituição bancária manifesta um discurso contra hegemônico, em que afirmam ter o propósito de proporcionar ao seu público diferentes visões a respeito do cinema, formando plateias críticas, conscientes e transformadoras para deixar um legado à sociedade, no qual apoia projetos que valorizam o compromisso do espaço com a democratização da cultura.

O discurso das organizações é atrativo, situação que justifica a adesão de determinados artistas, no entanto, muitas vezes precisam abrir mão de sua autenticidade para garantir o acesso a recursos financeiros para sua manutenção. Com isso, é imperativo se preocupar com o tratamento destinado aos artistas, em que, ao buscarem atender aos requisitos dos editais de financiamentos podem submeter-se a mudanças que comprometam a sua essência (Bendassolli; Borges-Andrade, 2012; Simões; Pires, 2015).

4.2.5 Benefícios para as instituições financiadoras

O BNDES, Banco do Brasil, Banco do

Nordeste e Itaú Unibanco atuam no âmbito da Lei Federal de Incentivo à Cultura em seus financiamentos, beneficiando-se das deduções fiscais. Todavia, o Itaú Unibanco, desde o ano de 2017 e o BNDES, desde 2006, têm atuado por meio de orçamento contemplando seus recursos diretos, sem a utilização de vantagens fiscais.

Na Caixa Econômica Federal, depois de selecionados os projetos, são definidas algumas regras a serem seguidas pelos proponentes, a considerar que uma delas reside na exigência de que sua marca seja divulgada por intermédio dos produtos financiados que forem desenvolvidos e divulgados.

O Banco do Brasil e o Banco do Nordeste ainda estabelecem que por estratégia se pode analisar e selecionar projetos que se encontram de fora dos editais publicados, sem a necessária aprovação das Leis de Incentivo à Cultura, fato que demonstra a situação de que eles visam atingir primeiro os seus interesses comerciais.

Algumas das contrapartidas exigidas pelo Banco do Nordeste são imagem e componente comercial, pois sua tarefa patrocinadora favorece a inclusão de suas logomarcas nos produtos gerados, o social/acessibilidade por intermédio do acesso gratuito total ou parcial à atividades culturais, incentivo ao trabalho voluntário, venda de ingressos a preços populares e o elemento ambiental como modalidade de doação de material utilizado às instituições de reciclagem. Ademais, esse banco lança mão de imagens e produtos dos projetos incentivados quando julgar oportuno.

O Itaú Unibanco demanda dos protagonistas de projetos apoiados pelo programa Rumos Itaú Cultural, o uso de sua logomarca e que sejam mencionados nas iniciativas de divulgação por meio de mídias sociais. Destacam que os direitos não são exclusivos, evitando que prejudique a exploração do projeto conforme registrado no contrato, mas a utilização prevista não tem limitação temporal ou numérica, sendo válida tanto para o Brasil quanto para o exterior, sem que seja devida alguma remuneração a qualquer título.

As instituições bancárias demonstram em

seus editais e sites oficiais que buscam benefícios em troca dos financiamentos ofertados, principalmente no que tange à divulgação de suas marcas. Essa lógica é esperada, pois em suas estratégias buscam o alcance de lucratividade, que é possibilitado por intermédio de sua promoção nos recursos midiáticos dos produtos gerados a partir da criação de uma imagem positiva de responsabilidade social (Costa; Medeiros; Bucco, 2017; Kellner, 2001; Lorêto; Pacheco, 2007; Simões; Pires, 2015; Xavier; Baldez, 2021; Yúdice, 2006).

5 CONCLUSÃO

As discussões que emergem deste estudo mostram o esforço das instituições bancárias no sentido de buscar financiar projetos e produtos culturais. Contudo, observa-se certa instrumentalidade na relação entre instituições financiadoras e proponentes de recursos financeiros, em que a cultura passa a ser um recurso negociável a partir dos interesses das partes envolvidas. Tendo em vista a existência de uma relação de poder, a lógica de mercado se sobressai em comparação às lógicas como a comunitária em si, em que existe competição entre produtores culturais de modo a atenderem às exigências das patrocinadoras para alcançar o financiamento.

A relevância da atuação das instituições bancárias é expressa em suas práticas de responsabilidade social no setor cultural, mas possuem práticas corporativas que visam majoritariamente benefícios próprios, como acontece na divulgação de suas marcas. Não obstante a existência de interesses das organizações patrocinadoras, os proponentes atendidos com os editais também obtêm suas vantagens, tais como a garantia de sua sustentabilidade financeira, caracterizando uma conveniência da cultura, o qual existe um elemento instrumentalista ao usar a arte e a cultura como bem para buscar resolver problemas socioeconômicos.

Mesmo as instituições se diferenciando com relação às suas especificidades, os critérios de seleção dos projetos culturais

presentes nos editais analisados mantêm um padrão semelhante como a relevância daquele produto cultural para a sociedade civil, viabilidade financeira e técnica, apresentação de contrapartida nos resultados obtidos e contribuição para a disseminação da cultura. A partir desses critérios fica evidente o processo de troca entre os financiadores e os proponentes culturais.

O estudo traz contribuição teórica para o campo da cultura, dado que revela nuances dos financiamentos de projetos culturais por instituições bancárias sobre a ótica de Yúdice (2006). Além de seu contributo para os produtores de cultura e as organizações financiadoras de modo a refletirem sobre o seu papel. Traz resultados significativos para a inovação nas políticas públicas de incentivo à cultura e, contribuição social quanto a contribuir para o financiamento de maneira equitativa dos projetos culturais nas comunidades.

As limitações do estudo estão associadas à análise tão somente de instituições bancárias, demandando uma análise sobre as diferenças entre os contextos organizacionais e setores culturais distintos, uma vez que a Lei de Incentivo à Cultura abrange diversas organizações públicas e privadas. Além disso, o corpus de pesquisa foi construído apenas com a análise de documentos escritos.

Os objetivos do estudo foram alcançados, mas abre-se espaço para pesquisas que avaliem a problemática de pesquisa em outros segmentos de financiadores e explorem como os produtores culturais podem construir sua própria sustentabilidade financeira para reduzir a instrumentalidade da relação de poder com os financiadores. A utilização de outras fontes de dados na pesquisa qualitativa, como entrevistas e observação, se faz necessário para propor considerações mais robustas acerca de conveniência da cultura nos financiamentos de instituições bancárias.

REFERÊNCIAS

- ALEIXO, J. T. de A. **O mecenato cultural como estratégia de marketing empresarial: os casos Banco Espírito Santo, Banco Português de Investimento e Caixa Geral de Depósitos**. 2013. 139 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação, Marketing e Publicidade) - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2013.
- ALMEIDA, P. S. de; VITA, J. B. Investimentos e patrocínios corporativos: perspectivas dos incentivos fiscais federais à cultura. **Revista de Movimentos Sociais e Conflitos**, Florianópolis, v. 4, n. 2, p. 105-125, 2018.
- ALVES, E. P. M. Mercados culturais no Brasil: o BNDES e o financiamento das empresas culturais brasileiras. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 53, n. 1, p. 24-35, 2017.
- BANCO DO BRASIL. **Edital de Patrocínio Centro Cultural Banco do Brasil 2023 - 2025**. 2023. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/portal/dimac/BBRAEditalCCBB.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2023.
- BANCO DO NORDESTE. **Programa de Patrocínios Banco do Nordeste - 2023/2024**. 2023a. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/>. Acesso em: 19 jun. 2023.
- BANCO DO NORDESTE. **Resultado do Edital Cultural 2016/2018 - Lei Rouanet, Art. 18**. 2023b. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/>. Acesso em: 21 jun. 2023.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BENDASSOLLI, P. F.; BORGES-ANDRADE, J. E. Representações e estratégias identitárias na experiência do artista. **Psicologia & Sociedade**, Recife, v. 24, n. 3, p. 607-618, 2012.
- BNDES. Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social. **BNDES Fundo Cultural - Apoio à Cultura**. 2023a. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/>. Acesso em: 19 jun. 2023.
- BNDES. Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social. **Propostas acolhidas no 1º ciclo de avaliação 2022 - Comitê de Projetos Culturais - CPCult**. 2023b. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/>. Acesso em: 21 jun. 2023.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Ações e programas**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br>. Acesso em: 17 maio 2023.
- BÜRGER, T.; KLEINERT, S. Crowdfunding cultural and commercial entrepreneurs: an empirical study on motivation in distinct backer communities. **Small Business Economics**, [S. l.], v. 57, n. 2, p. 667-683, 2021.
- CAIXA. Caixa Econômica Federal. **Programa de ocupação dos espaços da Caixa Cultural: Patrocínio 2023-2024**. 2023. Disponível em: <https://www.programaculturalcaixa.com.br/regulamento>. Acesso em: 19 jun. 2023.
- CERQUEIRA, A. P. C. de. Política cultural e trabalho nas artes: o percurso e o lugar do Estado no campo da cultura. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 32, n. 92, p. 119-139, 2018.
- COSTA, M. A. N. Sinergia e capital social na construção de políticas sociais: a favela da Mangueira no Rio de Janeiro. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 21, n. 1, p. 147-163, 2003.

COSTA, C. F. da; MEDEIROS, I. B. de O.; BUCCO, G. B. O financiamento da cultura no Brasil no período 2003-15: Um caminho para geração de renda monopolista. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 51, n. 4, p. 509-527, 2017.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

EAGLETON, T. **A ideia de Cultura**. 1. ed. São Paulo: Unesp, 2005.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

FOÀ, C. Crowdfunding cultural projects and networking the value creation: Experience economy between global platforms and local communities. **Arts and the Market**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 235-254, 2019.

FREIRE, A. O financiamento como recurso fundamental das políticas culturais. **Repositório UFBA**, p. 49-65, 2012.

GAGRO, A. K. Financing the theatre system in the Republic of Croatia. **Slavia Meridionalis**, [S. l.], v. 19, 2019.

ITAÚ. **Rumos Itaú Cultural**. 2023. Disponível em: <https://rumositaucultural.org.br/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

KĘDZIERSKA-SZCZEPANIAK, A. Crowdfunding - innovative financing of cultural ventures by society. **Procedia Computer Science**, [S. l.], v. 192, p. 4348-4357, 2021.

KELLNER, D. **A cultura da mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

LIMA, L.; ORTELLADO, P. Da compra de produtos e serviços culturais ao direito de produzir cultura: Análise de um paradigma emergente. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 56, n. 2, p. 351-382, 2013.

LISBOA, S. M. L.; DUARTE, K. C.; RODRIGUES, J. A. dos S. A Institucionalização do Mercado Cultural Brasileiro: Como as Políticas Públicas Influenciam a Formação e Desenvolvimento dos Mercados. **Revista ADM.MADE**, Rio de Janeiro, v. 26, n. 2, p. 31-52, 2022.

LORÊTO, M. S. da S.; PACHECO, F. L. A inserção da lógica de mercado no campo cultural: a relação entre as instituições bancárias e a cultura em Recife. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 4, p. 1-14, 2007.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2003.

MELO, P. T. N. B. de *et al.* O Poder da Intermediação na Rede de Financiamento dos Captadores de Recursos Para Projetos Culturais. **Revista Gestão.Org**, Recife, v. 12, n. 1, p. 1-15, 2014.

MUNIZ, B. B. Quem Precisa De Cultura? O Capital Existencial Do Funk E a Conveniência Da Cultura. **Sociologia & Antropologia**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 447-467, 2016.

PAIVA JÚNIOR, F. G. de; LEÃO, A. L. M. de S.; MELLO, S. C. B. de. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, v. 13, n. 31, p.

190-209, 2011.

POZZER, M. R. O. **Políticas públicas para o patrimônio cultural na América Latina: as experiências brasileira e equatoriana e o papel do Banco Interamericano de Desenvolvimento**. 2011. 154 f. Dissertação (Mestrado em Integração da América Latina) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

PROVDANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

ROCHA, R. Políticas culturais, disputas políticas e o desenvolvimento do campo cultural no Brasil. **Estudos Ibero-Americanos**, Porto Alegre, v. 48, n. 1, p. 1-17, 2022.

ROLNIK, S. Despachos no museu: sabe-se lá o que vai acontecer... **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 3-9, 2001.

SARAIVA, L. A. S.; FRIAS, A. P. R. Por que as empresas investem em projetos culturais? Evidências de uma cidade mineira. **Revista Economia e Gestão**, Belo Horizonte, v. 19, n. 19, p. 44-64, 2009.

SCHIRAY, D. M.; CARVALHO, C. C.; AFONSO, R. A economia criativa como uma abordagem de tecnologia social : Um estudo de caso das favelas da Mangueira, no Rio de Janeiro, Brasil. **Academia Revista Latinoamericana de Administracion**, [S. l.], v. 30, n. 4, p. 508-528, 2017.

SILVA, N. F. F. da *et al.* Inferência de tópicos para identificação de subáreas temáticas de projetos culturais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 26, n. 1, p. 57-79, 2021.

SILVA, F. M. V. da; DELLAGNELO, E. H. L. Avaliação de resultados e financiamento em organizações culturais não-empresariais. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 1-16, 2008.

SILVA, A. Z. da; MAZZIONI, S. Responsabilidade social corporativa: Perenidade nos projetos de instituições financeiras. **Revista Liceu On-Line**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 6-31, 2016.

SILVA, F. A. B. da; MOREIRA, R. O. Seguir os Documentos, Ouvir as Narrativas: Análise de Políticas Públicas e a Produção de Sentidos Sobre Financiamento da Cultura. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 66, n. 1, p. 1-52, 2023.

SIMÕES, J. M.; PIRES, V. V. Financiamento de Projetos Culturais: Um Olhar a Partir do Processo de Captação de Recursos. *In*: Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade, 4., São Paulo, 2015. **Anais [...]**. São Paulo: UNINOVE, 2015.

SOVIK, L. Os projetos culturais e seu significado social. **Galáxia (São Paulo, Online)**, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 172-182, 2014.

SRAKAR, A.; ČOPIČ, V.. Private investments, public values: A value-based approach to arguing for public support to the arts. **Cultural Trends**, [S. l.], v. 21, n. 3, p. 227–237, 2012.

SRAKAR, A.; VECCO, M.; TÓTH, Á. The tale of the cuts and raises: Public budgets for culture in the European countries during the financial crisis. **Hacienda Publica Espanola**, [S. l.], v. 221, n. 2, p. 83-109, 2017.

TABOSA, H. R. **Uma contribuição ao estudo sobre políticas públicas culturais: avaliação do Centro Cultural Banco do Nordeste em Fortaleza**. 2012. 120 f. Dissertação (Mestrado em Avaliação de

Políticas Públicas) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2012.

XAVIER, W. S.; BALDEZ, M. A. N. A. Lei Municipal de Incentivo à Cultura: Quais os Efeitos Inclusivos e Democráticos na Produção Cultural Local?. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 28, n. 97, p. 294-316, 2021.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. 1. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.