

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL**

**GUSTAVO PORTELLA MACHADO**

**O OVO DA SERPENTE:  
A ECONOMIA DA CULTURA ENTRE LEIS DE INCENTIVO E NOVOS MODELOS  
DE FINANCIAMENTO**

**NITERÓI  
2016**

GUSTAVO PORTELLA MACHADO

**O OVO DA SERPENTE:  
A ECONOMIA DA CULTURA ENTRE LEIS DE INCENTIVO E NOVOS MODELOS  
DE FINANCIAMENTO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Universidade Federal  
Fluminense como requisito parcial para  
obtenção de grau de Bacharel em  
Produção Cultural.

ORIENTADORA: PROF.<sup>a</sup> DR.<sup>a</sup> MARINA BAY FRYDBERG

NITERÓI

2016

M149 Machado, Gustavo Portella.

O ovo da serpente : a economia da cultura entre leis de incentivo e novos modelos de financiamento / Gustavo Portella Machado. – 2016.

84 f. : il.

Orientadora: Marina Bay Frydberg.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural) Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2016.

Bibliografia: f. 82-84.

1. Economia da cultura. 2. Financiamento. 3. Legislação. 4. Incentivo. I. Frydberg, Marina Bay. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

GUSTAVO PORTELLA MACHADO

O OVO DA SERPENTE: A ECONOMIA DA CULTURA ENTRE LEIS DE INCENTIVO  
E NOVOS MODELOS DE FINANCIAMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Universidade Federal  
Fluminense como requisito parcial para  
obtenção de grau de Bacharel em  
Produção Cultural.

Aprovado em janeiro de 2017

BANCA EXAMINADORA

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marina Bay Frydberg

UFF - Universidade Federal Fluminense

---

Prof. Dr. João Luiz Pereira Domingues

UFF - Universidade Federal Fluminense

---

Prof. Me. Mário Ferreira de Pragmácio Telles

PUC-Rio - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro



## ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

### IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO

Nome do Candidato:

Matricula: 113.033.014

**GUSTAVO PORTELLA MACHADO**

Título do Trabalho:

**"O OVO DA SERPENTE: A ECONOMIA DA CULTURA ENTRE LEIS DE INCENTIVO E NOVOS MODELOS DE FINANCIAMENTO"**

Orientador: **Drª. Marina Bay Frydberg**

Categoria: **Monográfica**

Data da Apresentação: **19/01/2017**

### BANCA EXAMINADORA

1º Membro (Presidente): **Drª. Marina Bay Frydberg**

2º Membro: **Dr. João Luiz Pereira Domingues**

3º Membro: **Me. Mário Ferreira de Pragmácio Telles**

### AVALIAÇÃO:

Análise / Comentário

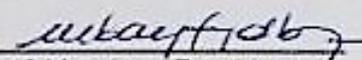
A banca destaca a relevância do tema e a qualidade da análise. Salienta a novidade da abordagem relacionando um elemento estruturante do campo da produção cultural.

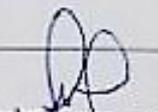
E indica continuidade da pesquisa na pós-graduação.

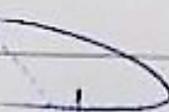
Nota Final (média dos três integrantes da Banca Examinadora):

**10,0 (dez)**

ASSINATURAS

  
1º Membro (Presidente)

  
2º Membro

  
3º Membro

## AGRADECIMENTOS

Foram muitas as pessoas que contribuíram para o sucesso deste trabalho, que representa uma fração das oportunidades de formação, de diálogo e de conhecimento que tive ao longo dos quatro anos de faculdade. Durante esse curto período, foram tantas pessoas que pude conhecer, tantos amigos, que seria inviável listar um por um. A todos que estiveram presentes, em especial aos de 2013.1, muito obrigado.

Agradeço também a todos os professores e professoras, que surgiram e se mostraram presentes dentro e fora da universidade. Este trabalho é uma síntese de tudo que li, ouvi e dialoguei com vocês.

Em especial, este trabalho é o resultado do apoio de quatro mulheres que compartilharam momentos não só durante a escrita desta monografia, mas durante muitos outros. Agradeço, primeiramente, à minha orientadora, Marina, pelas orientações de trabalho e de vida, pela paciência ao longo dos últimos dois anos de pesquisas e escritas, pela formação, pela inspiração e pela folia; À minha irmã, por ser a melhor companheira de vida que alguém poderia ter, mesmo a distância; À minha avó, pelo apoio e pela paixão às artes e histórias, que muito contribuíram pra me fazer chegar até aqui; E, por último, à minha mãe, pela parceria, pelo cuidado, pela coragem de chegar até aqui e por ter me pedido, no dia que me mudei, há quatro anos atrás, que eu fizesse o melhor que eu pudesse, independente de onde eu estivesse. A todas vocês, meu mais sincero obrigado.

## RESUMO

Esta pesquisa situa-se no recente campo da economia da cultura, termo que aproxima as áreas da economia e da cultura, a fim de entender a atual configuração do financiamento da cultura no Brasil e, mais especificamente, a correlação entre as leis de incentivo à cultura e as novas plataformas de colaboração. Ambas são entendidas como contraditórias, as leis de incentivo como uma política neoliberal e as plataformas colaborativas como um discurso ligado à uma nova economia. O objeto aqui é a correlação dessas formas de fomento, se os novos modelos funcionam como uma ruptura com o modelo neoliberal e/ou uma continuidade desse processo através de novas ferramentas e discursos. A Lei Rouanet foi utilizada como referência, pelo seu panorama nacional, e os sites de *crowdfunding*, através do Catarse, da Benfeitoria e do Queremos!, foram abordados como representantes das plataformas de colaboração, pelos discursos utilizados, assim como pela visibilidade e participação que ganharam nos últimos anos.

**Palavras-chave:** economia da cultura; financiamento; Lei Rouanet; *crowdfunding*.

## **ABSTRACT**

This research enters the recent field of cultural economics, a term that combines the fields of economics and culture to understand the current configuration of financing of culture in Brazil and, specifically, the relation between cultural incentive laws and new collaboration platforms. Both models are understood as contradictory, incentive laws as a neoliberal policy and the collaboration platforms as discourse linked to a new economy. The object here is the relation of these forms of financing, if the new models work as a break with the neoliberal model and/or a continuity of its process through new tools and discourse. The Rouanet Law was used as a reference due to its national perspective and the crowdfunding sites (Catarse, Benfeitoria and Queremos!) were approached as representative of the collaboration platforms, due to the discourse used, as well as the visibility and audience they have gained in recent years.

**Key-words:** cultural economics; financing; Rouanet Law; crowdfunding.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### GRÁFICOS:

Renúncia fiscal em 2016, por função orçamentária .....	32
Volume de recursos obtidos via Lei Rouanet .....	42
As 20 maiores instituições que destinaram recursos para projetos via Lei Rouanet (2015) .....	43

### MAPAS:

Total dos valores obtidos por projetos captados na Lei Rouanet por estados (2015) .....	41
---	----

### IMAGENS:

Captura de tela do site da Escola do Financiamento, ligada ao catarse .....	52
Captura de tela do site da benfeitoria sobre os modelos de financiamento da plataforma .....	54
Captura de tela no site Queremos! da propaganda para agências de artistas .....	57
Captura de tela do site do Catarse .....	59
Captura de tela do site da Benfeitoria .....	59
Captura de tela do site do Queremos! .....	60

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>09</b>
<b>CAPÍTULO I - ECONOMIA E CULTURA EM MÚLTIPLOS DIAGNÓSTICOS .....</b>	<b>12</b>
1.1 Diálogos entre economia e cultura .....	13
1.2 A configuração no campo artístico .....	16
1.3A configuração no campo científico .....	19
1.4 A configuração no campo político .....	22
1.5 O indivíduo entre economia e cultura .....	26
<b>CAPÍTULO II - QUEM A LEI DE INCENTIVO INCENTIVA? .....</b>	<b>29</b>
2.1 O financiamento público .....	30
2.2 A primeira lei de incentivo e o neoliberalismo .....	33
2.3 Lei Rouanet (1991-2016) .....	36
2.4 Dados da Lei Rouanet .....	40
<b>CAPÍTULO III - FINANCIAMENTO COLETIVO PARA (QUASE) TODOS .....</b>	<b>46</b>
3.1 O financiamento exclusivamente privado .....	47
3.2 Plataformas colaborativas online e seus modelos de financiamento .....	49
3.2.1 Catarse .....	50
3.2.2 Benfeitoria .....	53
3.2.3 Queremos! .....	56
3.3 O mercado de <i>crowdfundings</i> .....	58
<b>CAPÍTULO IV - O OVO DA SERPENTE .....</b>	<b>64</b>
4.1 Diálogos entre modelos .....	65
4.2 A dialética do financiamento .....	68
4.3 A nova economia .....	71
4.4 Para além das leis e das plataformas .....	76
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>79</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>82</b>

## INTRODUÇÃO

Economia e cultura são duas áreas que apresentam aproximações e divergências, dependendo do campo, do momento histórico e dos agentes envolvidos. A cultura, em seu sentido simbólico, parece enfrentar dificuldades ao relacionar-se com a economia, empiricamente entendida como uma interferência do capital à produção cultural e artística, que acabaria por modificá-la. Mas essas duas áreas seriam tão contraditórias assim a ponto de quando juntas serem sempre nocivas? No campo artístico, é comum um enfrentamento, que, entre outras coisas, delimita as regras do mercado da arte e propõe reflexões sobre essa relação. No campo científico, houve uma demora por um estudo que aproximasse cultura e economia enquanto ciência. Na política pública brasileira, a associação das áreas também é recente e teve seu foco, prioritariamente, nas leis de incentivo à cultura.

Dentro dessas leis de incentivo, a Lei Rouanet, mecanismo federal para o fomento da cultura, é a que está há mais tempo em vigência, completando 25 anos em 2016. Essa trajetória modificou drasticamente a aproximação entre economia e cultura em todos os outros campos e criou consequências que permitem uma análise não só do financiamento à cultura no Brasil, mas da relação entre economia e cultura e dos agentes participantes desse processo. Uma das consequências mais criticadas é que a lei, com fim público, é utilizada em benefício das empresas privadas, através da renúncia fiscal, e, ao mesmo tempo, é voltada para poucos indivíduos com capacidade de sucesso dentro do mecanismo.

Com essa noção de limitação dos agentes participantes, muitos projetos culturais voltaram-se para outras formas de financiamento, que são as mais diversas possíveis. Um dos modelos mais recentes são as plataformas colaborativas online, principalmente os *crowdfundings* ou financiamentos coletivos. Essas plataformas ganharam notoriedade pelo sucesso de alguns projetos e pela mudança de discurso sobre o fomento.

Este trabalho de conclusão do curso de graduação em produção cultural pela Universidade Federal Fluminense situa-se nesse recente campo da economia da cultura, a fim de entender a atual configuração dos processos de financiamento no Brasil e, mais especificamente, a correlação entre as leis de incentivo à cultura e as novas plataformas de colaboração. Ambos formatos de financiamento são entendidos como contraditórios. As leis de incentivo são interpretadas como uma

política neoliberal e as plataformas colaborativas surgiram com um discurso ligado à uma nova economia. Foi investigado, portanto, a existência dessa correlação para entender se os novos formatos de financiamento constituem-se como uma ruptura com o modelo neoliberal e/ou uma continuidade desse processo através de novas ferramentas e discursos.

Foi colocada como questão central neste projeto a possibilidade do financiamento público à cultura no Brasil, ao não diversificar seu formato e não afastar-se de uma lógica neoliberal, ter incentivado e/ou negligenciado o aumento do número de alternativas não públicas no incentivo aos projetos culturais. Estaria o formato utilizado no incentivo público obsoleto diante de uma nova economia da cultura? Para tanto, foi necessário entender como operam essas leis de incentivo e através de quais circunstâncias ocorrem essa nova economia. A Lei Rouanet foi utilizada como referência das leis, pelo seu panorama nacional, e os sites de *crowdfunding* foram abordados como representantes das plataformas de colaboração dentro da nova economia, visibilidade e participação que ganharam nos últimos anos. As plataformas escolhidas para análise foram o Catarse, a Benfeitoria e o Queremos!, principalmente pela importância na área, pelos discursos utilizados e pelos diferenciais nos mecanismos de *crowdfundings*.

Para concretização dessa pesquisa, foram realizadas três etapas: a primeira objetivava uma pesquisa, revisão e análise bibliográfica sobre a relação entre economia e cultura, sobre a Lei Rouanet e sobre as plataformas colaborativas. Buscou-se aqui uma interlocução entre teóricos, conceitos e discursos utilizados para estabelecer diferentes panoramas sobre o tema. Foram utilizados também dados disponibilizados pela mídia e pelo governo; a segunda etapa consistiu na pesquisa e revisão de legislação das leis de incentivo e, especialmente, da Lei Rouanet, levantando dados, questionamentos e tensões sobre seus 25 anos de vigência; por último, a terceira etapa voltou-se para uma pesquisa de mídia e análise de discurso do conteúdo divulgado online pelas plataformas colaborativas analisadas. Nessa etapa, foi investigado os sentidos relacionados aos mecanismos de incentivo propostos pelos *crowdfundings*.

Essa metodologia foi essencial para o levantamento de dados que pudessem confrontar diferentes mecanismos de financiamento, seus funcionamentos e as

delimitações de cada modelo, assim como suas divergências, aproximações e as demandas necessárias para que os indivíduos possam participar.

Resultou em quatro capítulos divididos da seguinte forma: em *Cultura e economia em múltiplos diagnósticos* (Capítulo 1) investiga-se as relações entre economia e cultura em diferentes campos e as dificuldades para que os indivíduos participem desse campo e possam disputá-lo; em *Quem a lei de incentivo incentiva?* (Capítulo 2) é feita uma análise do financiamento público no Brasil, das leis de incentivo e, mais especificamente, da Lei Rouanet. São analisados alguns de seus dados e também algumas de suas críticas; em *Financiamento coletivo para (quase) todos* (Capítulo 3) é analisado um financiamento exclusivamente privado através das plataformas colaborativas, em especial os *crowdfundings*. Três plataformas são analisadas (Catarse, Benfeitoria e Queremos!) a fim de entender seus discursos, divergências e aproximações; no último capítulo, *O ovo da serpente* (Capítulo 4) são confrontados os dois modelos de financiamento, leis de incentivo e *crowdfundings*, a fim de entender se o discurso de ruptura na economia de fato acontece e em quais níveis se dá e/ou se há uma manutenção das lógicas neoliberais do fomento.

Os quatro capítulos se conectam pela complexa disputa do financiamento à cultura no Brasil, que se configura como uma das etapas mais polêmicas da produção de qualquer prática cultural e como uma etapa de constante aproximação e afastamento entre economia e cultura. Nesse sentido, este trabalho visou contribuir, através de análises quantitativas e qualitativas, com os estudos no recente campo da economia da cultura, conceito que aproxima as duas áreas, e com um entendimento sobre a cultura enquanto um campo com potenciais simultaneamente simbólicos e econômicos, de forma que não sejam necessariamente excludentes ou corruptíveis quando associados.

## CAPÍTULO I

### CULTURA E ECONOMIA EM MÚLTIPLOS DIAGNÓSTICOS

São muitas as tentativas de encontrar definições que traduzem as diferentes importâncias que integram o termo cultura. Nos últimos anos, no campo científico e no político, este representado pelo Ministério da Cultura, ganhou força um modelo tridimensional (cidadão, econômico e simbólico) de entender a cultura.

Ao tratar especificamente dos aspectos econômicos, o debate se centra nas leis de incentivo e nos montantes de dinheiro solicitados para essas leis pelos projetos culturais, que são instrumentos utilizados na área da cultura para apresentar a concepção de uma ideia e a sua proposta de execução à potenciais investidores. Nesses casos, a relação entre a economia e cultura parece ser tratada como uma eventualidade e não como uma condição intrínseca às suas existências.

A ideia neste capítulo é não só entender os caminhos que foram trilhados para que houvessem essas separações entre economia e cultura, mas também os processos existentes que modificam esse panorama e que, segundo Durand (2013), ganharam atenção nos últimos anos, principalmente em países ricos, como é o caso do termo economia da cultura e de seus estudos. Ao evidenciar os contornos desse processo, além de estabelecer sua perspectiva no Brasil, tornar-se-á visível a relação que os sujeitos possuem com a temática, principalmente no que diz respeito às suas capacidades artística, científica e política.

A estrutura pensada para tanto será dividida nos cinco itens subsequentes. O primeiro *Diálogos entre cultura e economia* (1.1) investiga os aspectos históricos e teóricos aqui considerados importantes na relação entre economia e cultura e na origem do termo economia da cultura. Os três itens seguintes *A configuração no campo artístico* (1.2), *A configuração no campo científico* (1.3) e *A configuração no campo político* (1.4) tangenciam algumas das relações entre economia e cultura, assim como suas aplicabilidades e desenvolvimentos, em três importantes áreas de conhecimento e de disputa da cultura. Por fim, *O sujeito entre economia e cultura* (1.5) pretende expor a inserção e manutenção dos indivíduos dentro dos campos anteriormente expostos, compreendendo diferentes incorporações dessa relação entre economia e cultura no cotidiano dos sujeitos.

## 1.1 Diálogos entre cultura e economia

Cultura e economia são dois campos que encontraram dificuldades dialógicas em diversos setores da sociedade. Nas artes, embora exista por um lado uma resposta dos artistas sobre essa dicotomia, por outro há uma série de especificidades no campo e no mercado que o engloba, como a difícil constituição do seu valor monetário. No âmbito científico, esta separação é marcada pela delimitação bem característica entre os estudos das ciências sociais e os das ciências econômicas. No âmbito político, a cultura geralmente envolve um orçamento pequeno e está muito distante de receber a importância para o desenvolvimento das nações como a economia obtém. Parece existir uma incompatibilidade entre campos já muito bem definidos: “[...] empresas capitalistas versus economia informal; mercados perfeitos versus mercados imperfeitos; economias sérias versus economias triviais [...]” (ZELIZER, 2009, p. 238). Com uma complexificação das relações sociais e do próprio sistema capitalista na contemporaneidade, essas duas esferas tendem a possuir poderes distintos em diferentes momentos e lugares, o que aumenta a possibilidade de divergências, aproximações e, sobretudo, diálogos entre economia e cultura.

Por vezes, a partir desses enfrentamentos surgem separações ideológicas sobre o próprio conceito de cultura e suas funções na sociedade. O *copyleft*, por exemplo, que prevê a possibilidade de qualquer pessoa modificar e distribuir uma obra de outro artista, foi desenvolvido em contraponto ao *copyright*, criado junto à uma série de leis a fim de proteger as criações dos artistas e o próprio mercado. No campo da música, muitos CDs se diferenciam entre quem exhibe a marca do *copyleft* e, portanto, se permite ser copiado e editado e quem exhibe a marca do *copyright*, contrária a essas ações. São diferentes métodos de entender, criar, produzir, difundir e fruir a cultura a partir de um enfrentamento entre o simbólico e o mercantil, entre o que poderia ser chamado de economia e o que seria uma não-economia.

Por um ponto de vista histórico, a origem deste confronto pode estar atribuída a diferentes significados. Para Paul Tolila (2007), os estudos econômicos demoraram cerca de cinquenta anos para se preocuparem com o setor cultural, o que poderia explicar o baixo número de reflexões sobre o assunto e, principalmente, de dados econômicos e de indicadores culturais. Ainda segundo o autor, os economistas consideravam a cultura atípica aos outros universos que participavam e

influenciavam, principalmente por não se constituir enquanto um grande mercado, e, segundo Smith e Ricardo, pais fundadores da economia política, estarem apenas no campo do lazer, o que não influencia, para eles, na economia da nação. A economista Françoise Benhamou (2007, p.15) lembra que “Smith diz que a cultura constitui o domínio por excelência do trabalho não produtivo [...]”.

É somente entre o fim do século XIX e início do século XX, que esse contexto passa a se alterar. “[...] foi preciso esperar transformações sociológicas massivas (aumento do tempo livre e do lazer, crescimentos dos gastos consagrados à cultura pelos diferentes atores econômicos)” (TOLILA, 2007, p. 26). Já Benhamou (2007) acredita ainda que os economistas que mostraram interesse pela cultura o fizeram por uma inclinação artística e não como economistas. No entanto, “[...] as poucas reflexões que alguns consagram, como que por acidente, à economia da arte permitiram estabelecer as balizas para um estudo desse campo.” (BENHAMOU, 2007, p. 15).

Em texto publicado na Folha de São Paulo, em 2006, Antonio Negri e Giuseppe Cocco, filósofo e cientista político respectivamente, apresentam um novo olhar sobre essa relação entre cultura e economia. Para os autores, não é só a cultura que necessita da colaboração da economia, mas sim a economia, voltada ao mercado principalmente, que necessita cada vez mais das dimensões culturais. O marketing e os estudos de consumo contribuem nesse sentido para entender a dependência da economia sobre a cultura. Ou seja, em um momento no qual o capitalismo não se satisfaz nos bens materiais produzidos, a cultura é incorporada às práticas de mercado a fim de criar distinções entre as mercadorias e entre os próprios consumidores. Segundo Negri e Cocco

a cultura “gera valor” (como diz o “management”) porque o que é incorporado aos produtos são formas de vida: estilos, preferências, status, subjetividades, informações, normas de consumo e até a produção de opinião pública. A mercadoria precisa ser dotada de valor cultural. O trabalho se torna, assim, ação cultural. O trabalho da cultura se torna cada vez mais o paradigma da produção em seu conjunto. (NEGRI & COCCO, 2006)

A partir desse entendimento, pode-se indicar também uma mudança no modo de pensar dos economistas não só por transformações sociais massivas, como descritas por Tolila (2007), mas por uma necessidade de se produzir

conhecimento acerca do trabalho na atualidade e de um novo entendimento sobre a mercadoria, carregada de questões culturais.

A socióloga Viviana Zelizer (2009) analisa essas relações através das teorias duais, que ganharam força durante o século XIX como resultado de uma repercussão do capitalismo industrial. Para os economistas desse período, a racionalidade industrial era uma oposição a solidariedade das empresas, dos mercados e da economia nacional. Duas teorias são essenciais para entender essas dualidades e, portanto, uma separação entre a ideia de economia e a de cultura: as *esferas separadas* e os *mundos hostis*. O primeiro conceito envolve a existência de campos diferentes com funcionamento e princípios também opostos, “racionalidade, eficiência e planejamento, de um lado, e solidariedade, sentimento e impulso, do outro.” (ZELIZER, 2009, p. 238). Essas duas esferas, por se diferenciarem em seus próprios métodos, acabariam por gerar também resultados divergentes. O *copyright* e o *copyleft* podem ser entendidos por esta perspectiva, na medida em que são oposições com métodos e fins divergentes. Já a teoria dos *mundos hostis* acredita na aproximação dessas *esferas separadas*, entendendo como resultado uma contaminação de ambas. Isto é,

“[...] a invasão do mundo sentimental pela racionalidade instrumental resseca aquele mundo, enquanto a introdução do sentimento nas transações racionais produz ineficiência, favoritismo, proteção aos amigos e outras formas de corrupção.” (ZELIZER, 2009, p. 238)

Partindo do pensamento de Zelizer (2009), tais teorias justificariam a escassez de economistas no campo da cultura e dariam conta de entender ainda diversos outros desdobramentos na vida social, como o de gênero. Nessa divisão entre cultura e economia, ficaria a cultura, pelo seu potencial simbólico e sentimental, associada ao mundo feminino, e a economia, teoricamente mais racional, ao mundo masculino. No entanto, para a autora, ambas as teorias são falhas na medida em que não preveem a coexistência de duas esferas sem o seu corrompimento.

A construção de um pensamento que relaciona economia e cultura, de maneira mais forte, só surgiu através de um novo conceito há pouco mais de cinquenta anos: a economia da cultura. Diferente das *esferas separadas* e dos *mundos hostis*, o termo economia da cultura se constituiu em um esforço de entender os aspectos econômicos da cultura, principalmente em um viés monetário,

sem abandonar ou corromper suas particularidades simbólicas. Benhamou (2007) elencou as reflexões que eram atuais e ocasionaram no início da formação do campo da economia da cultura. Segundo ela, “[...] efeitos externos, investimentos de longo prazo, especificidade da remuneração, envolvendo um forte elemento de incerteza, a utilidade marginal crescente, importância de ajuda pública ou privada” (BENHAMOU, 2007, p. 17) foram essenciais para o desdobramento desse novo espaço de estudos.

É nesse campo que a aproximação entre cultura e economia se intensificou, ora pendendo mais para o fator econômico e até desenvolvimentista da cultura e ora destacando a potência da cultura e da criatividade em outros setores da economia. O desenvolvimento da economia da cultura não significa, no entanto, o fim das disputas entre economia e cultura, mas sim o surgimento de um dos campos que resultaram desse embate. De qualquer modo, foi necessária uma série de especificidades, principalmente no campo econômico, que permitissem e legitimassem a nova área da economia da cultura.

[...] três fatores contribuíram para esse reconhecimento: o surgimento de uma propensão a gerar fluxos de rendas ou de empregos, a necessidade de avaliação das decisões culturais, no plano teórico, a evolução da economia política para campos novos (economia das atividades sem fins lucrativos, revisão do pressuposto da racionalidade, economia das organizações, economia da informação e da incerteza). (BENHAMOU, 2007, p. 18)

É certo que esse campo ainda é muito recente perto de outros já tão constituídos e importantes dentro da sociedade. No entanto, é imprescindível analisar os aspectos artísticos, científicos e políticos que o formam, principalmente no Brasil atual, onde poucos profissionais têm se dedicado sobre a temática. É através desse caminho que busca-se não só entender os diálogos entre a economia e a cultura ou a própria economia da cultura, mas também as aproximações e divergências que resultaram desse modo dual de analisar as produções simbólicas e artísticas das sociedades.

## **1.2 A configuração no campo artístico**

Dentro da área artística, não são incomuns notícias e debates que confrontam os dois campos e separam os artistas e obras mais adeptas a cada vertente, inclusive atribuindo uma série de juízos sobre cada uma. Se um artista pende para o

lado do mercado é comum escutar que ele abriu mão de sua capacidade artística, simbólica e criativa. Se ele anula a possibilidade econômica, ele diminui sua capacidade de circulação e, ao mesmo tempo, não se sustenta através de sua arte. Howard Becker (1977b), ao pensar nos *mundos artísticos*, reflete sobre esse movimento pendular dos artistas, classificando como *profissionais integrados* e *inconformistas*. O primeiro grupo envolveria artistas adequados ao seu mundo e às suas convenções. Já no segundo grupo estariam

[...] os artistas que, tendo pertencido ao mundo artístico convencional próprio de sua época, lugar e meio social, acharam-no tão inaceitavelmente restrito que acabaram por não querer mais conformar-se com as suas convenções. [...] o inconformista, embora mantenha com esse mundo uma ligação afastada, recusa à sujeição às suas normas, impossibilitando-se com isso de participar de suas atividades organizadas. (BECKER, 1977b, p. 14-15)

Assim, torna-se perceptível a mesma dualidade, que aparece entre economia e cultura, no campo artístico. Nessa lógica, não seria possível aprofundar-se em características simbólicas e, ao mesmo tempo, adequar-se ao mercado.

Pierre Bourdieu (1996) explica que tanto o campo econômico quanto o campo artístico estão pautados em leis próprias, fundamentais e tautológicas. Segundo ele, “a do campo econômico, elaborada pelos filósofos utilitaristas: negócios são negócios; a do campo artístico, explicitamente colocada pela escola que se diz da arte pela arte [...]” (BOURDIEU, 1996, p. 147). A mudança está quando, em uma época onde se aplica a lei do campo econômico em todos os outros campos, a arte e a cultura negam esse fim, estabelecendo os critérios que orientam o campo. Para Bourdieu (1996), esse processo aconteceu mais acentuadamente, de forma a se tornar presente nos dias atuais, no século XIX, na Renascença, quando há uma separação total de objetos, entre os que seriam arte comercial e os que seriam arte pura, isto é, singular ao campo. Ao originar uma forma de interesse específica para algum campo, a consequência poderia ser que esse interesse soasse como absurdo ou até como desinteresse para outro campo. Nesse caminho, os diálogos entre economia e cultura no campo artístico constituem-se também enquanto disputas.

Não é por menos que muitos artistas se esforcem em tensionar e criar a partir dessa relação. Duas obras de Cildo Meireles<sup>1</sup> são interessantes para entender estes

---

<sup>1</sup> Cildo Meireles é um dos mais reconhecidos artistas contemporâneos brasileiros. Suas obras são marcadas pela versatilidade de experiências e por uma característica conceitual com um forte teor

questionamentos. Em “A árvore do dinheiro”, de 1969, Cildo propôs uma obra de arte formada por uma pilha de notas de cruzeiros que tratava da disparidade entre o valor simbólico e o valor real do dinheiro.

[...] a obra anuncia logo abaixo, com uma plaquinha: “100 bilhetes de 1 cruzeiro. Preço: 2 mil cruzeiros”. Tornando visível a prática do consumo, o preço da obra ser o da aura e do mercado. O trabalho era a demonstração contundente da separação entre valor e trabalho, corrente no mercado financeiro e no circuito de arte. (MAIA, 2009, p. 103)

Em outra obra, de 1975, conhecida como “Inserções em circuitos ideológicos - projeto cédula”, o artista retirava cédulas de dinheiro de circulação, imprimia frases subversivas para o momento histórico, como a célebre “Quem matou Herzog?” e as recolocava em seu circuito. Além de fazer circular informações através do próprio público, o artista modificou o sentido econômico daquelas cédulas.

Se em “A árvore do dinheiro” e em “Inserções em circuitos ideológicos - projeto cédula” há uma mudança através da arte no significado atribuído ao dinheiro, outros artistas fazem um caminho parecido e igualmente importante, como o chileno Alfredo Jaar<sup>2</sup>. Em “Cultura = Capital”, Jaar reproduz essa frase em diferentes monumentos históricos e museus por onde passa. Sua ideia parece trazer a cultura não apenas para uma determinada centralidade, mas também para o cerne do desenvolvimento econômico. Em um momento de crises políticas e financeiras, no qual a pasta da cultura dentro dos governos pode ser facilmente esquecida ou ter seu orçamento cortado, entender a cultura enquanto capital permite pensar em seu contrário, a inexistência do capital sem a cultura. Nesse contexto, a obra “Cultura = Capital” ganha mais força e cria uma nova problemática: a possibilidade da cultura estar em pé de igualdade com a economia dentro de um sistema capitalista, isto é, o fim da cultura ser unicamente um fim comercial, econômico e lucrativo. É preciso ir ao campo científico e, aqui especificamente, retornar Bourdieu (1996) como forma de perceber que essa realidade não está dada. Embora as leis que orientam o campo econômico se ampliem cada vez mais para os outros campos, esse enfrentamento gera noções ambíguas, que vão desde o sucesso econômico como

---

político / social, abrangendo da ditadura militar no Brasil até a dependência do país na economia internacional.

<sup>2</sup> Alfredo Jaar é um artista, arquiteto e cineasta chileno radicado nos Estados Unidos. É conhecido por suas instalações com teor político e social, principalmente sobre as guerras. Possui obras em diversos museus pelo mundo.

sucesso artístico até o desinteresse total do campo artístico pelos fundamentos e fins do campo econômico.

### 1.3 A configuração no campo científico

Não foi só o campo da arte que recusou as leis que regem outro campo. No âmbito científico, a cultura demorou para aparecer dentro das pesquisas do campo da economia e ainda está distante de se constituir enquanto ramo de destaque dentro dos estudos econômicos (TOLILA, 2007). A economia da cultura surge como uma especialidade acadêmica para aproximar ambas as vertentes, mas com um histórico restrito aos países mais ricos e em desenvolvimento, abordando principalmente temas como “[...] mercado de trabalho, subvenção governamental, evolução do consumo, custo da proteção ao patrimônio, entre outros [...].” (DURAND, 2013, p. 163).

A trajetória desses estudos é recente, o primeiro data de 1966 e foi realizado por Baumol e Bowen: *“Performing arts: The economic dilemma”*. Considerado o precursor da pesquisa em economia da cultura, foi encomendado pela empresa Ford, que incentivava financeiramente projetos culturais, e buscou compreender a economia das apresentações ao vivo na Broadway, principalmente as questões que tangenciam a viabilidade de retorno financeiro dessas apresentações. O estudo abriu espaço para novos pensamentos e aproximações através da economia da cultura. Nos anos 70, o conceito ganharia um espaço específico para publicação, o *Journal of Cultural Economics* (DURAND, 2013), lançado pelo professor William Hendon, da Universidade de Akron. Hendon também organizou, em 1979, a *First International Research Conference on Cultural Economics* e colaborou com o surgimento da *Association for Cultural Economics International* (ACEI) que passou a responder pela edição do *Journal of Cultural Economics* e da *Fédération européenne des associations pour l'économie de la culture* (FEDAEC), criadas em 1993. (MIGUEZ, 2008).

A expressão economia da cultura no Brasil, no entanto, ganha função anos depois apenas. Para Durand (2013), o surgimento do termo, no início da década de 1990, esteve associado de forma restrita e equivocada às leis de incentivo à cultura, “costumava ser reduzida a tema de debate e especulação acerca dos montantes da captação e de seu impacto na viabilização de projetos e no *marketing* das

empresas.” (DURAND, 2013, p. 123). Essa centralidade dos estudos voltados para as leis de incentivo à cultura se explica pela importância que elas adquiriram durante o período dos anos 1990, “[...] quando as leis de incentivo fiscal praticamente deslocaram os recursos públicos orçamentários diretos da obrigação de garantir os fundos necessários ao desenvolvimento da produção cultural do país.” (MIGUEZ, 2008).

Os primeiros dados com esse entendimento da economia da cultura no Brasil foram levantados em 1988 pela Fundação João Pinheiro, viabilizando o documento “Economia e cultura: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil”. Embora o estudo pioneiro possuísse limitações, abriu o caminho para investigações sobre a produção, a distribuição e a fruição da cultura no país, principalmente voltadas para as indústrias culturais (filmes, livros, discos, entre outros). No entanto, nem mesmo o estudo das indústrias culturais e as primeiras evidências das suas capacidades de geração de lucro para o país foram suficientes para abrir o campo econômico ao universo cultural.

Observe-se que se a avassaladora presença das indústrias culturais não foi capaz de abrir espaço próprio no campo da teoria econômica para uma atenção particular sobre as relações entre cultura e economia, também não acionou qualquer movimento nesta direção a seminal contribuição da chamada Escola de Frankfurt que, com Adorno e Horkheimer, funda a discussão sobre a questão da indústria cultural enquanto portadora de uma lógica específica segundo a qual a produção de bens simbólico-culturais passa a obedecer aos princípios mais gerais da produção econômica capitalista (uso crescente e massivo da máquina, divisão e especialização do trabalho, alienação do trabalho) [...] (MIGUEZ, 2008)

Não é por menos que poucas graduações e pós-graduações *stricto sensu* de economia possuem uma área de dedicação voltada para a economia da cultura, mesmo que comprovada por diferentes teóricos sua importância não só simbólica e social, mas também econômica para o desenvolvimento do país. Durand (2013), em 2006, analisou os cursos de pós-graduação em economia no país. [...] Verificação feita nesses 29 programas credenciados [na Associação de Pós-graduação e Pesquisa em Economia (Anpec)] constatou que em nenhum deles há qualquer disciplina com o nome de Economia da Cultura.” (DURAND, 2013, p. 138)

A demora presumida deriva da constatação de uma hegemonia conservadora, na ciência econômica, do que se chama de *mainstream*. É a força que impõe a modelagem matemática como padrão inevitável da cientificidade, uma fé profunda na racionalidade instrumental dos agentes, e

o mercado visto como redentor em qualquer domínio.” (DURAND, 2013, p. 138)

A imposição de um modelo matemático para a economia se aproxima da diferenciação analisada por Zelizer (2009) entre o que seria uma economia séria e o que seria uma economia trivial. Segundo ela, “Os economistas, na verdade, frequentemente dicotomizaram o mundo em mercado e não-mercado, racional e pessoal, eficiente e sentimental, macho e fêmea” (ZELIZER, 2009, p. 237).

Com o avanço da economia da cultura, incluindo já certa visão dos economistas, e com a divulgação dos dados econômicos da cultura, vem à tona um modelo desenvolvimentista de estudar e entender a cultura. Nesse sentido, Ana Carla Fonseca Reis (2007) apresenta uma outra visão dos estudos em economia da cultura, acreditando que ambos os pólos (cultura e economia) parecem ter encontrado um caminho de convergência capaz de promover mudanças simbólicas, sociais e políticas, mas que possui também “uma faceta econômica fundamental para gerar a inclusão em uma sociedade em desenvolvimento.” (REIS, 2007, p.-58).

Esse modelo desenvolvimentista costuma estar associado também ao discurso dado à economia criativa, que surgiu na metade da década de 1990 pelos governos Britânico e Australiano. A economia criativa é a utilização da criatividade e da inovação como insumo para qualificar e distinguir os produtos e serviços. “Desde então, estes dois países têm acionado um conjunto específico de políticas voltadas para potencializar atividades que, embora marcadamente culturais, foram por eles denominadas de indústrias criativas.” (MIGUEZ, 2008).

Em 2001 é publicado em Londres o primeiro estudo sobre o assunto intitulado *The creative economy: How people make money from ideas* de John Howkins. E, é seguido por outros dois outros estudos publicados nos Estados Unidos: o *Creative Industries* também em 2001 por Richard Caves e, em 2002, o livro *The rise of the creative class* de Richard Florida. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2016, p.17)

Segundo o Relatório final de desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2016), os estudos de abrangência internacional da economia criativa aparecem somente mais tarde, em 2004, durante a XI Conferência Ministerial da UNCTAD (Conferência de Comércio e Desenvolvimento da ONU) em São Paulo. A Conferência influencia, no Brasil ainda, a realização, em 2005, do I Fórum Internacional das Indústrias Criativas em Salvador, na Bahia, através de parceria entre o Ministério da Cultura e a UNCTAD.

Uma disputa entre os termos “economia criativa” e “economia da cultura” se forma no campo científico e no político, principalmente para decidir qual definição possui maior abrangência sobre o universo cultural (MIGUEZ, 2008; MINISTÉRIO DA CULTURA, 2016), além de qual estaria mais propícia para o simbólico e qual estaria mais conectada ao comercial. Novamente, economia *versus* não-economia (ZELIZER, 2009), interesse para um campo e desinteresse para o outro (BOURDIEU, 1996).

Um dos resultados dessa recente incorporação dos estudos econômicos na cultura foi a divulgação de dados específicos para a área. Um dos poucos documentos que foram gerados no Brasil ,após os divulgados pela Fundação João Pinheiro, estima que a indústria criativa e, portanto, a economia criativa representou um dos maiores crescimentos no país entre 2004 e 2013. Segundo o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil,

estima-se que a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004. Nesse período, o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos (SISTEMA FIRJAN, 2014, p. 10)

Como contraponto, a Unesco e a Conferência de Comércio e Desenvolvimento da ONU (UNCTAD) estimam que produtos e serviços culturais representaram 7% do PIB mundial em 2003 (REIS, 2007). Esses dados, no entanto, ainda podem ser aprimorados, já que não costumam considerar toda a cadeia produtiva que a cultura movimenta. Dados e pesquisas, como essas, são essenciais não só para fomentar o debate científico da relação entre economia e cultura, mas também para disputar politicamente maiores orçamentos na pasta da cultura.

#### **1.4 A configuração no campo político**

Para entender o campo político dentro da relação entre economia e cultura é preciso entender a cultura, sobretudo, pela sua função de legitimação e de negociação ou como *recurso*, conforme explorado por Yúdice (2006). “[...] a cultura está sendo crescentemente dirigida como um recurso para a melhoria sociopolítica e econômica [...]” (YÚDICE, 2006, p. 25). Esse modo de entender facilita a compreensão da cultura e de sua economia enquanto disputa, principalmente quando há interferência do poder público e/ou de instituições privadas com potencial

de investimento nessa área. “[...] financiar cultura é financiar processos e vidas e disputar visões de mundo, cosmopolíticas. É em torno da cultura que se pode formar uma rede crítica que coloque os governantes em urgente diálogo [...]” (BENTES, 2007, p. 90). É nesse sentido que a relação entre economia e cultura têm se desenvolvido na política brasileira, especialmente, no âmbito das políticas públicas para o financiamento da cultura.

Dados divulgados pela UNCTAD, através do *Creative Economy Report*, em 2010, evidenciam que políticos e pesquisadores na Europa e América Latina utilizam o termo economia da cultura quando abordam os aspectos econômicos das políticas culturais (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2016). Inicialmente, no Brasil, o termo apareceu com Celso Furtado e sua valorização dos aspectos econômicos dos bens culturais.

As atividades culturais incluem-se entre aquelas cuja demanda apresenta uma elevada elasticidade-renda, sendo ao mesmo tempo fontes criadoras de emprego e fracas consumidoras de divisas. Contudo carecemos de informações sobre essa matéria, até hoje considerada de pouca relevância econômica. (FURTADO, 1988, p. 6 *apud* MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011, p.92)

Com o tempo, o termo se modifica e passa a demandar principalmente indicativos e dados para análise econômica da cultura, como realizados pela Fundação João Pinheiro (1988). Para preencher essa demanda, passam a ser realizados alguns estudos tanto por empresas privadas quanto pelo Ministério da Cultura, culminando na proposta do Ministério da Cultura durante o governo Lula (2003-2010), em 2004, de “cooperação técnica com o IBGE para a produção de indicadores e a análise de informações relativas à cultura, a partir da organização dos dados que já são produzidos por aquele importante Instituto” (MIGUEZ, 2008). Outras parcerias importantes foram incorporadas, como o IPEA, o SEBRAE, o BNDES e a UNESCO, por exemplo.

É interessante notar que o Ministério da Cultura, assim como o termo economia da cultura, passa por uma inconstância no entendimento de sua função. Desde sua criação, em 1985, o Ministério já passou por diferentes compreensões de seu papel, assim como de sua importância econômica. Em dois momentos, em sua breve história, o Ministério chega a ser extinto. Primeiramente, se torna uma Secretaria ligada à Presidência, durante o governo Collor (1990-1992), e retorna com Itamar Franco (1992-1994), em 1992. Posteriormente, durante a gestão interina

do governo Temer<sup>3</sup>, a pasta da cultura é incorporada ao Ministério da Educação, mas rapidamente retorna à sua origem após forte pressão popular e manifestações da classe artística contra o governo. Outro momento histórico é ainda importante para entender o sentido que é dado para a cultura nacionalmente, quando, durante a gestão do ministro Francisco Weffort (1995-2002)<sup>4</sup>, é utilizado o lema “Cultura é um bom negócio”, chegando a um dos ápices da política neoliberal dentro do Ministério. Para Durand (2013), o mínimo de continuidade político-administrativa deveria ser pré-requisito para o desenvolvimento de uma cultura democrática e plural. No entanto, as políticas de financiamento, que foram o eixo da economia da cultura no Brasil, passaram por modificações durante todos os períodos e gestões do Ministério da Cultura, representando uma inconstância na ainda mais breve política econômica para a cultura.

Foi, mais especificamente, no governo Lula (2003-2010), com a gestão dos ministros Gilberto Gil e Juca Ferreira, que a política cultural ganhou um outro significado, assim como sua economia. Em 2006, a assessora especial do Ministro e também coordenadora do Programa Nacional de Economia da Cultura justifica a implantação desse Programa pela necessidade de diversificar as tradicionais políticas de fomento (PORTA, 2008). Segundo ela

A diversa e sofisticada produção cultural brasileira, para além de sua indiscutível relevância simbólica e social, deve ser entendida também como um dos grandes ativos econômicos do país, pelo seu potencial de gerar desenvolvimento qualificado. É preciso reconhecer esse potencial e fomentá-lo, pois isso significa a geração de riqueza e inclusão social, além de uma inserção qualificada no país no cenário internacional (PORTA, 2008)

No plano internacional, o país de fato alcançou destaque em reuniões e fóruns sobre a temática. No marco estratégico da UNESCO, publicado em 2006, além de considerar a importância da dimensão econômica da cultura, inclusive no favorecimento da diversidade cultural e dos direitos humanos, é indicado que “o impacto econômico da cultura é amplamente reconhecido no Brasil” (UNESCO, 2006, p. 43 *apud* MINISTÉRIO DA CULTURA, 2016, p. 49)”. Mas, se houve sucesso na inserção internacional do Brasil dentro do campo político, não ocorreu o mesmo

---

<sup>3</sup> Michel Temer assumiu interinamente a presidência da república após o afastamento da presidenta Dilma Rousseff, durante o processo de *impeachment*, sendo empossado somente em 31 de agosto de 2016, após a retomada do Ministério da Cultura.

<sup>4</sup> A gestão de Francisco Weffort à frente do Ministério da Cultura corresponde ao período do governo de Fernando Henrique Cardoso como presidente da república (1995-2002).

com a diversificação das políticas de fomento. A Lei Rouanet, mecanismo federal de renúncia fiscal do imposto de renda para investimento em projetos culturais, por exemplo, completa 25 anos em 2016, com a mesma lógica neoliberal para o financiamento da cultura, que será explorada no capítulo seguinte. Foram poucas as políticas que modificaram a relação entre economia e cultura até hoje, principalmente no campo do fomento.

Pode-se citar, como exemplo de uma modificação na economia da cultura, a Política Nacional de Cultura Viva (PNCV)<sup>5</sup>, iniciada no governo Lula e sancionada em 2014 pela então presidenta Dilma (2011-2016), que implementou e posteriormente reconheceu inúmeros pontos de cultura pelo país, diversificando os incentivos fiscais e fortalecendo a diversidade da produção cultural. O PNCV é fruto desse modo de pensar a cultura com mais capilaridade e visibilidade, isto é, pensar a cultura através de seus agentes mais distantes da indústria hegemônica, o que contribui hoje para um entendimento mais complexo da economia da cultura. No entanto, foi também durante o mesmo governo Dilma (2011-2016) que houve a criação, em 2011, da Secretaria de Economia Criativa no Ministério da Cultura durante a gestão da ministra Ana de Hollanda (2011-2012) e o seu fim, em 2015, no início da segunda gestão como ministro de Juca Ferreira (2015-2016). Em seu discurso de posse do Ministério da Cultura, em 2015, Juca chega a falar em as economias da cultura. Em sua fala, ele fortaleceu o conceito e enfatizou a necessidade de se pensar a cultura a partir de três eixos, projetados desde a gestão Gil: “a cultura como dimensão simbólica, cultura como direito de todos e a cultura como uma economia importante.” (FERREIRA, 2015).

A configuração política da relação entre cultura e economia se encontra com avanços e com demandas urgentes, mas também diante de possíveis retrocessos, dado, por exemplo, a instabilidade das políticas públicas e do próprio Ministério da Cultura. Para Ivana Bentes (2007), que foi secretária da Diversidade Cultural do Ministério, a cultura e suas variadas formas de financiamento e de economias são essenciais para disputar esse cenário.

Em um mundo em crise de postos e empregos, em crise narrativa, a cultura inventa novas formas de atuação, fabulação e sustentabilidades. A cultura emerge não como luxo nem como exceção, mas como modelo de mutação do trabalho precário em potência e vida, o que impacta as formas de produção de valor em todos os campos. (BENTES, 2007, . 88)

---

<sup>5</sup> Conferir Lei Nº 13.018, de 22 de julho de 2014

Por mais que a autora esteja creditando à cultura um papel de transformação em diferentes campos, quase que atribuindo somente à ela a função de modificação na atual estrutura capitalista da sociedade, há de se considerar a importância da cultura e de seus diferentes potenciais como estratégias de disputa política, simbólica e orçamentária. No entanto, é preciso entender também que a utilização da cultura enquanto *recurso* (YÚDICE, 2006) para essas disputas não se dá de maneira fácil, sendo uma necessidade, principalmente para os sujeitos participantes desse campo, estar à par de uma série de questões, incluindo conhecimentos específicos da área cultural.

### **1.5 O sujeito entre economia e cultura**

Os diálogos entre economia e cultura nos mais diferentes campos são simultaneamente potenciais e complexos. Durand (2013) acredita que para a política cultural se tornar mais democrática e mais diversa é preciso um caminho de mão dupla, com continuidade político-administrativa e com a profissionalização dos trabalhadores dessa área. A dimensão do trabalho, então, dentro dessa relação de economia e cultura é um dos fatores que mais se altera com as mudanças que são constantemente provocadas. Essas mudanças não são apenas as consequentes de um modelo neoliberal de tratar a cultura, mas também as de uma característica adquirida no campo cultural de possuir leis próprias (BOURDIEU, 1996). Por exemplo, se os modelos de financiamento utilizados no Brasil criam a necessidade de que os trabalhadores da área possuam conhecimentos de suas leis, o campo da cultura corresponde com métodos próprios de atribuição de valor aos objetos e às apresentações artísticas<sup>6</sup>, o que modificará, por exemplo, a avaliação de quais são os melhores projetos a serem financiados por essas leis. Portanto, trabalhar com a cultura em seus complexos campos de saber, seja no artístico, no científico ou no político, exige que, além das normas específicas de cada campo, os sujeitos compreendam as convenções e normas particulares do âmbito cultural. Esse cenário tende a favorecer a manutenção de indústrias culturais ou economias criativas, da forma que são entendidas pelo Sistema Firjan (2014), comumente inseridas em

---

<sup>6</sup> Conferir BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: Gênese e estrutura do campo literário*. Tradução: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. 432p.

contextos profissionalizados ou com capacidade rápida de profissionalização e de atualização.

A perspectiva, embora pareça maléfica para trabalhadores da cultura, deve ser entendida no sentido pensado por Bourdieu (1996) para os *jogos sociais* ou a *illusio*, consistindo uma “[...] relação encantada com um jogo que é o produto de uma relação de cumplicidade ontológica entre as estruturas mentais e as estruturas objetivas do espaço social” (BOURDIEU, 1996, p. 139). O autor entende que essas regras próprias de cada campo foram postas nas mentes e nos corpos dos agentes participantes desses campos “[...] sob a forma daquilo que chamamos de sentido do jogo” (BOURDIEU, 1996, p. 140). Esse fato seria responsável também por despertar o interesse e/ou o desinteresse dos indivíduos por determinada área ou, ainda, como já exemplificado, a dificuldade da relação entre economia e cultura.

É fato, no entanto, que o que soa como desinteresse pode ser na verdade o enfrentamento à um modelo vigente dentro do campo. Por exemplo, no ano de 2015, durante um dos seus primeiros pronunciamentos como então ministro da cultura, Juca Ferreira afirmou que a Lei Rouanet se tratava de um ovo da serpente neoliberal (MINISTRO DIZ..., 2015). A disputa por uma modificação no formato da lei de incentivo ou por mudanças nas políticas públicas de cultura não é um fato novo e representa, há tempos, um discurso de enfrentamento a um modo de gestão vigente da cultura. Sobre essa questão, Bourdieu lembra que

entre pessoas que ocupam posições opostas em um campo, e que parecem radicalmente opostas em tudo, observa-se que há um acordo oculto e tácito a respeito do fato de que vale a pena lutar a respeito das coisas que estão em jogo no campo. (BOURDIEU, 1996, p. 141)

Segundo ele ainda, esses adversários que, embora com posições divergentes, concordam no mínimo sobre o motivo do enfrentamento criam uma certa confusão sobre o campo, que, por sua vez, se fecha sobre si. Essa complexificação dos campos parece afastar os sujeitos mais distantes e aproximar os que já estão inseridos em sua lógica, “[...] um dos privilégios associados ao fato de se nascer em um jogo é que podemos economizar cinismo, já que temos o sentido do jogo [...]” (BOURDIEU, 1996, p. 142)

A essa inserção dos sujeitos nos campos, Bourdieu (1996) classifica como *habitus*, que é “[...] um corpo que incorporou as estruturas imanentes de um mundo

ou de um setor particular desse mundo, de um campo, e que estrutura tanto a percepção desse mundo como a ação nesse mundo” (BOURDIEU, 1996, p. 144).

A modificação que os sujeitos incorporados podem fazer aos campos varia pelo grau de poder que constituem dentro das lógicas do próprio mundo pertencente. Um ministro da cultura se manifestar sobre a Lei Rouanet, por exemplo, é diferente de um artista pouco legitimado no campo tomar a mesma posição. Pode-se entender esse tipo de poder pela definição de *capital simbólico*, também proposta por Bourdieu.

Chamo de capital simbólico qualquer tipo de capital (econômico, cultural, escolar ou social) percebido de acordo com as categorias de percepção, os princípios de visão e de divisão, os sistemas de classificação, os esquemas classificatórios, os esquemas cognitivos, que são, em parte, produto da incorporação das estruturas objetivas do campo considerado, isto é, da estrutura de distribuição do capital no campo considerado. (BOURDIEU, 1996, p. 149)

O sujeito entre economia e cultura, então, está pautado em dois campos com regras próprias e até opostas, embora coniventes na razão do desacordo. Incorporar os processos e as normas desses campos torna-se ainda mais difícil quando parece que “as leis de funcionamento de um campo social entre outros, o campo econômico, valem para todos os campos” (BOURDIEU, 1996, p. 147).

Como o valor do campo econômico está pautado em uma lógica monetária (*capital econômico*), disputar a economia da cultura, isto é, profissionalizar-se dentro do campo da cultura, manter uma continuidade político-administrativa, disputar as leis de incentivo, como a Lei Rouanet, entre outros desafios, significa conhecer o *sentido do jogo*, acumular *capital econômico*, mas também *capital simbólico*. Essas noções são essenciais para entender que a relação entre economia e cultura está em constante modificação, mas também está sujeita aos interesses específicos e às estruturas já incorporadas na sociedade.

## CAPÍTULO II

### QUEM A LEI DE INCENTIVO INCENTIVA?

A dificuldade histórica na relação entre economia e cultura nos mais diferentes campos somada a complexidade de inserção nos campos e aos distintos interesses políticos modificam constantemente a estrutura da economia da cultura no Brasil. A classe artística e os agentes culturais, dentro desse panorama de disputas simbólicas, apresentam suas disputas internas, principalmente sobre os modelos de financiamento e os seus processos burocráticos.

Ao mesmo tempo, o modelo de fomento parece não acompanhar à diversidade cultural do país. A Lei Rouanet, por exemplo, chega aos 25 anos em 2016 com poucas mudanças ao longo de sua história e com mecanismos que nunca foram colocados em prática por nenhum dos governos desde sua criação. Constituindo-se como a principal lei de financiamento do Brasil, a Lei Rouanet ainda enfrenta críticas por não ser um modelo totalmente público, o que gera inúmeras discussões e diferentes abordagens em seus momentos históricos.

O cerne deste capítulo está em entender os processos de formação do financiamento público à cultura no Brasil e, mais especificamente, as dinâmicas geradas após a implantação da Lei Rouanet, revelando seu lado histórico, mas também analisando os dados gerados no território nacional devido ao seu período de vigência. Aqui, objetiva-se estabelecer um panorama dos processos econômicos da cultura através das leis de incentivo, entendendo as principais críticas ao seu modelo, assim como aproximações e afastamentos entre economia e cultura nesse contexto específico do fomento.

A organização divide-se em quatro tópicos.. Em *O financiamento público* (2.1) é descrito o processo histórico para desenvolvimento das leis de incentivo no Brasil, em *A primeira lei de incentivo e o neoliberalismo* (2.2) é contextualizada a Lei Sarney e os processos contemporâneos à sua criação, em *Lei Rouanet (1991-2016)* (2.3) é traçado um panorama do funcionamento e das críticas da lei vigente e, por último, em *Dados da Lei Rouanet* (2.4) são levantados os principais questionamentos e consequências dos 25 anos da Lei Rouanet, destacando gráficos e dados.

## 2.1 O financiamento público

Entendendo um afastamento entre economia e cultura, a justificativa por um financiamento público para a área é constantemente pautada dentro das discussões nos mais diferentes campos, do político ao artístico. Os modelos adotados pelo poder público para esse fomento são também eixos centrais dessa discussão e, talvez, representem uma das grandes tensões da temática. Afinal, qual seria o modelo mais justo de um financiamento público da cultura?

É difícil estabelecer um momento de início para o financiamento público da cultura. Dentro de um sistema de governo, ela geralmente esteve associada aos indivíduos que buscavam determinado retorno para si, como os mecenas, mesmo que utilizando recursos públicos. Esse cenário é próximo ao que Benhamou (2007) associou ao fato de alguns economistas terem demonstrado certo interesse pela área da cultura ao estudá-la ou ao que Bourdieu (1996) entendeu enquanto *capital simbólico*. A arte aqui significa poder, hierarquia e distinção.

Mecenas é um dos termos mais antigos e utilizados até hoje para determinar um financiamento que visa também um retorno para o financiador. “A origem desse termo vem da Roma antiga, de Caius Cilnius Mecenas, ministro de Caio Julio Augusto, Imperador de Roma.” (CESNIK, 2012, p. 01). Para ele, cabia ao governo resguardar às artes e cabia à arte atribuir determinado poder ao governo. Os mecenas, no Brasil, possuem um papel essencial no impulsionamento da cultura e da arte.

Há quem defenda que o impulso gerado por esses mecenas [no Brasil] fosse movido mais pela vaidade pessoal que pela consciência, o que ocorre em todos os lugares. A benemerência da alta elite nessas situações é dada, sobretudo, em troca do prestígio pessoal dentro do alto círculo social. (CESNIK, 2012, p. 04)

Embora, a definição da prática do mecenas como uma benemerência possa esconder os diferentes interesses do financiamento à cultura, a análise dessa prática pode auxiliar no entendimento sobre o início de diversas políticas públicas para a cultura. Para Cesnik (2012), a política pública de fomento à cultura no Brasil começa com D. João VI e a construção da Biblioteca Nacional, sem nenhuma participação da iniciativa privada, em 1810. Durand (2013), já relativizando o fator público desse cenário exposto por Cesnik (2012), acredita que a administração pública da cultura por um longo período, incluindo o supracitado, se dedicou exclusivamente às artes

eruditas e à administração de instituições, que estavam concentradas territorialmente nas cidades mais importantes e voltadas para as classes privilegiadas. Para além da discussão sobre o foco da política pública, é preciso destacar sua associação ao nome de D. João VI, sobretudo devido a retribuição simbólica por ele adquirida.

Formas mais institucionais de aplicar políticas públicas surgem com o passar do tempo, como a implantação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN)<sup>7</sup>, de 1937. No entanto, é só em 1985 que forma-se um Ministério da Cultura, responsável, entre outros assuntos, pelas políticas públicas para o financiamento cultural, asseguradas posteriormente pela Constituição de 1988.

A Constituição da República (BRASIL, 1988) garante à todas as pessoas os direitos culturais e o acesso à cultura do país, afirmando que é um dever público incentivar e difundir as diferentes manifestações culturais. Esse destaque na Constituição sobre o incentivo à cultura vai ao encontro de evidenciar o potencial simbólico, social e econômico da cultura para a sociedade, assim como de legitimá-la enquanto um direito global que, muitas vezes, não possui capacidade ou intenção de se auto-financiar, principalmente quando distante do capital econômico e de lógicas monetárias. O estudo da economia da cultura passou a analisar com cuidado esse cenário que se desdobrava há tempos. Baumol e Bowen (1966), ao estudarem as apresentações ao vivo, demonstraram que algumas dessas manifestações não poderiam sustentar-se sozinhas, principalmente por não possuírem um nível industrial de reprodução da obra, devido a questões como o limite do corpo humano em cena, por exemplo.

Após a Constituição, Cesnik (2012) entende uma ruptura no modelo de financiamento público, no qual as políticas públicas de investimento, no modelo que conhecemos hoje, surgiram no Brasil apenas na década de 1990, “[...] perdendo o estímulo natural que havia desde a metade do século XX, mas valendo-se do instituto jurídico que existia, ou seja, do incentivo fiscal” (CESNIK, 2012, p. 02)

O incentivo fiscal com maior visibilidade na área da cultura no Brasil é a renúncia fiscal. Essa renúncia consiste, teoricamente, no Estado permitir que parte

---

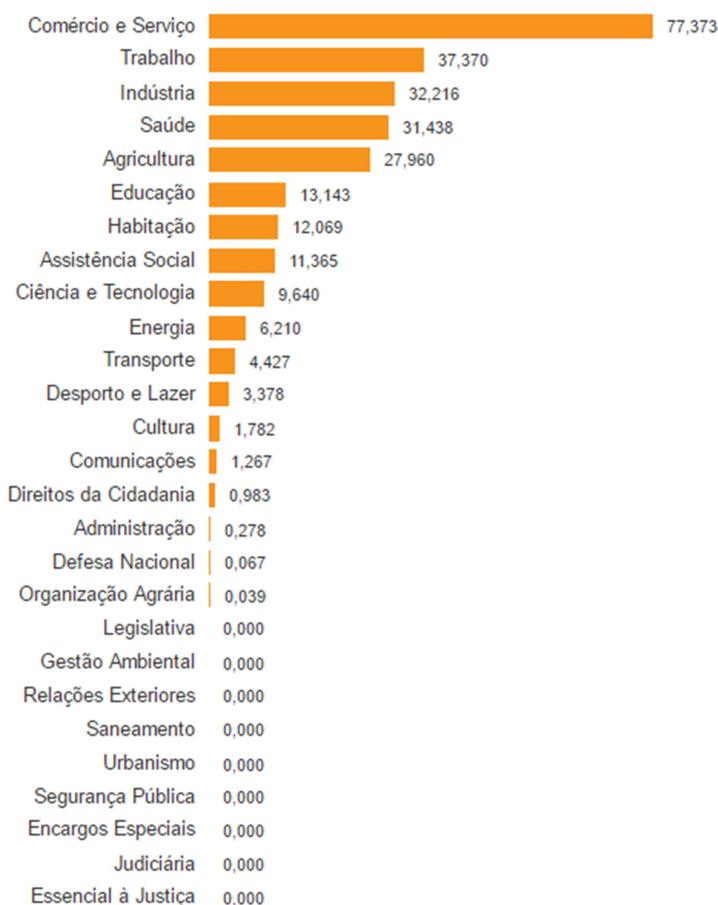
<sup>7</sup> Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) foi criado em 13 de janeiro de 1937. Atualmente, é uma autarquia, vinculada ao Ministério da Cultura, com o nome Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)

do imposto devido seja destinado para fomentar alguma área de interesse do país e/ou para aumentar a possibilidade de crescimento do setor econômico.

[...] quando a renúncia fiscal começou a ser aplicada à cultura, ela já tinha quase meio século de tradição na agricultura, na indústria e no desenvolvimento regional. Muitos economistas achavam que, não importando o setor, a renúncia fiscal devia ter prazo determinado de vigência, entendendo que, se, durante certo tempo, ela não atraísse de fato capital realmente privado e energia empresarial para uma região ou setor qualquer de atividades, não deveria continuar. (DURAND, 2013, p. 123-124)

Essa tradição de outras áreas na renúncia fiscal é traduzida no Gráfico 1, no qual a Cultura representa hoje uma das menores taxas de renúncia do governo, atrás de diversas outras áreas.

Gráfico 1 - Renúncia fiscal em 2016, por função orçamentária



Fonte: Folha, 2016.<sup>8</sup>

<sup>8</sup>Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/06/1781532-o-que-saber-para-nao-passar-vergonha-ao-discutir-lei-rouanet-na-internet.shtml>>. Acessado em 27 nov. 2016.

O gráfico 1, além de exemplificar o montante financeiro renunciado para a cultura, permite visualizar o afastamento entre cultura e economia perante outros setores. É importante ressaltar que essa renúncia nem sempre cumpre uma função de retorno ao Estado, como será exemplificado no tópico seguinte, podendo representar a permissão desse Estado sobre o aumento de lucro privado, geralmente ligado à interesses próprios, como o *capital simbólico* no caso da cultura.

Em 2016, a renúncia fiscal para a cultura no Brasil completa 30 anos de história, oscilando constantemente e sendo até interrompida por um pequeno período de tempo. Com essa trajetória, é possível acessar dados e informações relevantes para visualizar um panorama do financiamento à cultura no Brasil, assim como suas consequências e relações.

## **2.2 A primeira lei de incentivo e o neoliberalismo**

A primeira experiência com a renúncia fiscal para a cultura no Brasil aconteceu com a Lei Sarney, em 1986, logo após a criação do Ministério da Cultura. A Lei havia sido apresentada em 1972 no Congresso por José Sarney, mas só conseguiu aprovação quando o mesmo parlamentar se tornou presidente (1985-1990) (DURAND, 2013). Para entender a implantação da Lei é importante considerar a contextualização econômica desse período, marcado pelo crescimento acelerado do neoliberalismo e, conseqüentemente, das parcerias público-privadas. “O termo neoliberalismo foi criado em 1938 [...], durante o Colóquio Walter Lippmann, que reuniu intelectuais liberais de diversos países, buscando respostas para a crescente influência das ideias socialistas e fascistas na Europa.” (AUGUSTIN, 2011, p. 2). Os estudos do neoliberalismo dentro do campo científico se mantiveram marginalizados por três décadas e começaram a ser postos em prática apenas com a crise do capitalismo nos anos 1970 (AUGUSTIN, 2011). Ainda segundo o autor, essas políticas não obtiveram sucesso na revitalização do capital, mas foram essenciais na recuperação do poder econômico das elites. Esse panorama não ficou restrito às políticas econômicas, sendo incorporado rapidamente aos diversos setores da sociedade. As leis de incentivo possuem historicamente esse viés neoliberal de “crítica ao Estado e crença no mercado, que atinge o mundo, a partir da virada dos anos 1970/1980, e o Brasil na década de 1990” (RUBIM; BARBALHO; COSTA, 2009, p. 10).

Nesse sentido, a Lei Sarney surge como inspiração de outros modelos de entendimento do financiamento da cultura no mundo a partir de uma lógica privatizante, principalmente dos governos Reagan (1981-1989) e Thatcher (1979-1990), nos Estados Unidos e Inglaterra respectivamente, que

reduziram os investimentos diretos do governo e fizeram esforços para aumentar o investimento privado, ou melhor, pseudoprivado, já que na maioria dos casos são oriundos de isenções fiscais. Foi esse modelo que serviu de inspiração para o governo brasileiro alterar sua política cultural, criando as leis de incentivo. (AUGUSTIN, 2011, p. 10)

No Brasil, o mesmo período é marcado ainda por turbulentas mudanças na política econômica, considerando inclusive um processo de redemocratização do país.

A economia brasileira no período que se convencionou chamar de Nova República (1985-1990) foi marcada por uma profunda instabilidade, permeada pelo constante fantasma da inflação. Foram ao todo, três trocas de moeda – Cruzado (1986), Cruzado Novo (1989) e Cruzeiro (1990) – e seis planos de estabilização econômica, com duração média de menos de um ano e todos frustrados em seus objetivos de conter o processo inflacionário. (DUARTE & CALABRE, 2016, p. 1807)

É esse o panorama histórico de privilegiar uma lógica privada frente aos deveres do Estado que justifica a implantação da primeira lei de incentivo à cultura no Brasil favorecer o *marketing* e a economia das empresas (DURAND, 2013). Na dinâmica da Lei Sarney, “Os investimentos eram destinados às pessoas jurídicas de natureza cultural com fins lucrativos, sediadas no Brasil e que estivessem sob controle, direto ou indireto, de pessoas naturais residentes no país.” (DUARTE & CALABRE, 2016, p. 1810). Ainda segundo Duarte e Calabre (2016), isso acontecia através de uma modalidade denominada patrocínio, na qual o investidor pode impulsionar sua marca (*marketing*) através da renúncia fiscal à favor da cultura, deduzindo até 80% do valor permitido pela renúncia contra os 100% permitido quando o incentivo é feito através de outra modalidade, a doação, que não permite a associação da marca da patrocinadora com o evento e, conseqüentemente, seu retorno de *marketing*. A figura do mecenas é, então, transferida para a pessoa jurídica patrocinadora. Isso explica o fato de muitas empresas que possuem dificuldades com a gestão de sua imagem passarem a utilizar a lei de incentivo à cultura como estratégia para modificar sua relação com o público, como por exemplo às empresas que trabalham

com danos à saúde, ao meio-ambiente ou que não possuem um produto diferencialmente comerciável (petrolíferas, cervejarias e bancos, por exemplo).

Os estudos sobre a Lei e, conseqüentemente, sobre esses seus desdobramentos são recentes. Duarte e Calabre (2016) relatam que há pouco conhecimento produzido até o presente momento sobre a Lei, que foi reproduzida posteriormente nos níveis municipal, estadual e até internacional. Ainda segundo as autoras, “Resumida geralmente em apenas uma ou duas frases, a faceta mais evocada da Lei Sarney (Lei 7.505/86) é a da sonegação fiscal, decorrente da ausência de fiscalização.” (DUARTE & CALABRE, 2016, p. 1806).

Nessa perspectiva, Cesnik (2012, p. 04) entende que a Lei Sarney “[...] pautada no simples cadastramento do proponente, deu margem a uma sequência de fraudes que, ainda hoje, leva ao desconhecimento do destino dos recursos desse período”. Existem muitas críticas como essa, classificando a Lei por sua pouca transparência, por possíveis abusos de algumas empresas e pela não diferenciação dos projetos culturais, isto é, pela Lei não distinguir os projetos que precisavam de apoio público e os que não precisavam, tendo inclusive apoiado “[...] edições de luxo que as empresas gostam de oferecer como presente a seus fornecedores e clientes no fim do ano.” (DURAND, 2013, p. 53). Duarte e Calabre (2016) atribuem aos confrontos políticos entre o Ministério da Cultura e o Conselho Federal de Cultura, em função do que seria considerado importante na avaliação para captação de recursos, a razão da falta de uma real fiscalização sobre a Lei Sarney.

A falta de estudos sobre esse período do incentivo fiscal no Brasil se deve a escassez de documentos históricos daquele momento, o que se agravou com o fim do Ministério da Cultura, durante o governo Collor (1990-1992), simultâneo ao fim da Lei Sarney.

A Lei Sarney foi revogada junto com todas as demais leis de incentivo fiscais vigentes por ocasião do primeiro plano de contenção inflacionária adotado pelo presidente Collor, em março de 1990. Numa postura neoliberal extremada, Collor acreditou que o mercado substituiria o governo no fomento à cultura no país.” (p. 54)

Duarte e Calabre (2016) enfatizam que, mesmo com problemas de fiscalização e de execução, a Lei Sarney foi um importante mecanismo de incentivo, já que garantiu recursos em um período de profunda crise econômica e de instabilidade. Com o seu fim e com os cortes do governo Collor, os trabalhadores da

cultura defenderam a criação de um mecanismo de incentivo fiscal em São Paulo, a Lei Mendonça<sup>9</sup> (CESNIK, 2012). Mas foi em 1991, com Sérgio Paulo Rouanet, então Secretário de Cultura da Presidência da República, que é aprovado o texto base para a ainda atual política de incentivo fiscal no âmbito nacional, a Lei Rouanet, que completa seus 25 anos em 2016<sup>10</sup>.

### **2.3 Lei Rouanet (1991-2016)**

A partir do entendimento dos aspectos neoliberais em auge no momento da criação das leis de incentivo, sobretudo da transferência do poder de decisão do setor público para o setor privado, a Lei Rouanet é dividida em três mecanismos diferenciados: o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), o Fundo Nacional de Cultura e a renúncia fiscal para patrocínios e doações, mais conhecida pela palavra mecenato. O Ficart consiste em

[...] um fundo criado sob a forma de condomínio e sem personalidade jurídica, caracterizando uma comunhão de recursos destinados à aplicação em projetos culturais e artísticos. Esse fundo, apesar de regulamentado pelo Decreto n. 5.761, de 27 de abril de 2006 e pela Instrução CVM n. 186, de 17 de março de 2002, não foi objeto de atenção mais detalhada de nenhuma instituição financeira brasileira. (CESNIK, 2012, p. 33)

Em outras palavras, o Ficart seria um modelo no qual empresa privada junto de artistas / produtores correm risco de lucro ou perda igualmente. Por esse motivo, seria destinado principalmente às ações com caráter mais comerciais e voltadas para a lucratividade da cultura, conforme explicitado pelo art. 9 da Lei Rouanet, no qual são considerados projetos que se enquadram no Ficart:

- I - a produção comercial de instrumentos musicais, bem como de discos, fitas, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográficas;
- II - a produção comercial de espetáculos teatrais, de dança, música, canto, circo e demais atividades congêneres;
- III - a edição comercial de obras relativas às ciências, às letras e às artes, bem como de obras de referência e outras de cunho cultural;
- IV - construção, restauração, reparação ou equipamento de salas e outros ambientes destinados a atividades com objetivos culturais, de propriedade de entidades com fins lucrativos;

---

<sup>9</sup> Conferir Lei Nº 10.923, de 30 de dezembro de 1990.

<sup>10</sup> A Lei Rouanet, segundo sua redação, “Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências”.

V - outras atividades comerciais ou industriais, de interesse cultural, assim consideradas pelo Ministério da Cultura. (BRASIL, 1991, art. 9)<sup>11</sup>

O Fundo Nacional de Cultura, por sua vez, é a mais recente denominação do Fundo de Promoção Cultural<sup>12</sup>, sendo gerido pelo Ministério da Cultura e voltado para a descentralização regional e estética dos recursos, assim como para a valorização da diversidade e do patrimônio cultural brasileiro. O Fundo reserva diretamente “[...] recursos a projetos culturais através de empréstimos reembolsáveis ou cessão a fundo perdido a pessoas físicas, a pessoas jurídicas sem fins lucrativos e a órgãos culturais públicos [...]” (DURAND, 2011, p. 54). No entanto, o Fundo ainda representa uma parcela menor de recursos e está longe de solucionar os problemas ocasionados pela Lei Rouanet.

O mecenato, por último, é o mecanismo mais utilizado da Lei Rouanet e o que financia a maior parte dos projetos culturais com dinheiro público, sendo

[...] um programa de apoio à cultura, por meio de incentivo fiscal à projetos culturais, instituído por uma faculdade da União em conceder a pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do imposto sobre a renda, a título de doações ou patrocínios, em projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, ouvida a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC). (CESNIK, 2012, p. 34)

A CNIC é o grupo de indivíduos habilitados para avaliar projetos culturais. Segundo Bolaño, Mota e Moura (2012), a Lei Rouanet, ao contrário da Lei Sarney, veda a avaliação subjetiva dos projetos pelo seu valor artístico ou cultural, tirando a possibilidade do Ministério escolher os projetos por essas características. Os pareceristas que compõem a CNIC devem julgar por méritos técnicos, como o orçamento e viabilidade de aplicação desse orçamento de acordo com as ações previstas no projeto incentivado.

Esse mecanismo é o cerne da política neoliberal do incentivo à cultura no Brasil. Isto acontece porque ao aprovar um projeto na Comissão Nacional de Incentivo à Cultura não significa que o dinheiro para executá-lo também está garantido. Pelo contrário, a aprovação do projeto constitui-se apenas enquanto uma legitimação do Estado de que o criador do projeto pode, a partir daquele momento, buscar incentivos privados, que serão fornecidos através de renúncia fiscal com formato de doação ou de patrocínio.

<sup>11</sup> Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999.

<sup>12</sup> criado pela Lei nº 7.505, de 02 de julho de 1986

[...] atualmente a maneira como a Lei Rouanet vem sendo regulamentada indica a lógica de que cabe ao mercado decidir qual Cultura merece ser incentivada, mesmo quando este dinheiro é oriundo do Estado, ou seja, que ainda estamos a mercê, daquilo que o ministro Gil chamou de “o Deus Mercado”. (AUGUSTIN, 2011, p. 58)

Além da diferença nas taxas de renúncia fiscal do imposto de renda, a principal diferença entre doação e patrocínio “[...] é a contrapartida de marca do mecenas nas peças promocionais e produtos realizados com esses recursos. No caso do patrocínio, a marca da empresa pode ser inserida no produto final [...]” (CESNIK, 2012, p. 35). Isso não significa uma ocultação da empresa quando o incentivo acontece por doação, mas sim a proibição da veiculação da marca junto às peças promocionais do evento cultural (CESNIK, 2012).

Algumas mudanças foram cruciais para diferenciar a Lei Rouanet da Lei Sarney, por exemplo a proibição do incentivo fiscal por empresas que declaram imposto de renda por lucro presumido, as de menor porte, em detrimento das de lucro real, de maior porte (BOLAÑO; MOTA & MOURA, 2012). Nesse caso, a Lei Rouanet restringe o patrocínio ainda entre as pessoas jurídicas, privilegiando as empresas de grande porte. Esse fato aparece entre as principais reclamações sobre a Lei, mas não foi modificado durante seu tempo de vigência. Nos 25 anos de Lei Rouanet, algumas mudanças foram realizadas em sua estrutura, principalmente durante sua regulamentação nos anos 1990 e, mais especificamente, durante o governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002). No entanto, nenhuma alteração, em nenhum dos governos até os dias atuais, serviu para modificar a lógica do mercado como centralidade no financiamento à cultura.

Belem e Donadone (2013) destacam que a permissão dada nos anos 1990 para a existência, no orçamento do projeto, de um agente negociador de patrocínios foi a concretização de um *mercado de patrocínios*, intermediado por “[...] profissionais que iriam lidar com operações financeiras e usando seus conhecimentos sobre a área tributária, as finanças e o marketing.” (BELEM & DONADONE, 2013, p. 55) Esse mercado de patrocínios é a celebração do *habitus* de Bourdieu (1996), isto é, da aproximação de profissionais integrados às *regras do jogo* e do afastamento dos profissionais mais distantes da lógica estruturante do campo cultural em dado momento. Não só, a lei também passou a prever o abatimento de 100% do total permitido para renúncia fiscal a alguns segmentos

culturais em detrimento de outros, o que não só criou uma disparidade no interesse de patrocinar esses diferentes segmentos, como também gerou uma propensão a criar projetos culturais para essas vertentes com abatimento de 100%, mais fáceis de adquirir potenciais patrocinadores, e uma oneração maior do Estado, já que nos segmentos onde não é possível abater 100%, a empresa precisa fomentar com recursos próprios a porcentagem faltante para completar a totalidade do projeto. Isto é, em um projeto no qual o abatimento é de 80%, a empresa precisa investir no mínimo 20% de recursos próprios para apoiá-lo. “A iniciativa privada não tem aportado anualmente uma maior quantidade de recursos em cultura, no entanto, ela tem anualmente se utilizado com maior frequência do mecanismo de renúncia fiscal.” (BELEM & DONADONE, 2013, p. 58)

Embora a existência de um *mercado de patrocínios* com intermediação do Estado seja notório, não se pode entender como uma ausência do Estado no financiamento à cultura, mas sim como uma manutenção da classe dominante e de sua hegemonia cultural (AUGUSTIN, 2011). Em outras palavras, geralmente a mesma elite que domina o mercado domina também as políticas públicas e o próprio Estado. A Lei Rouanet funciona, então, muito mais como um instrumento de manutenção do poder da elite e de perpetuação do seu entendimento sobre o conceito de cultura do que enquanto um sistema democrático de repasse dos recursos da cultura. Aqui, retorna-se à Bentes (2007) para enfatizar o financiamento à cultura enquanto um eixo estratégico de disputa da visão de mundo ou, ainda, à Yúdice (2006) para entendê-la enquanto *recurso*, pela sua função de negociação e legitimação. Não é por menor que “cultura é um bom negócio”, embora pareça existir um afastamento entre economia e cultura e uma falta de interesse da gestão sobre a pasta da cultura. Coloca-se aqui, então, um dilema: cultura e economia estão de fato afastadas ou assim parece para garantir a dominação da visão de uma elite sobre o próprio conceito de cultura e sobre suas negociações?

Nem mesmo uma profunda mudança de governo, no qual “A intenção de modificar os mecanismos de incentivo à cultura no Brasil, em especial a Lei Rouanet, já estava manifesta no programa de governo Lula, em 2002” (BELEM & DONADONA, 2013, p. 57) foi capaz de alterar esse panorama, talvez por uma necessidade que o governo Lula possuía de manter certa proximidade com a elite para governar. Não se pode dizer, no entanto, que não houve uma tentativa de

modificar a lógica de fomento. O programa e a Lei Cultura Viva são exemplos de uma nova política para o financiamento da cultura no Brasil. Mas o fato é que essas mudanças serviram mais como uma ramificação no conceito de cultura, isto é, enquanto uma diversificação do reconhecimento e financiamento simbólico das atividades culturais, o que não significa obrigatoriamente uma mudança estrutural no financiamento monetário, visto que não modificou a lógica estruturante da política econômica e tampouco facilitou os procedimentos financeiros e burocráticos antes e após o financiamento. É importante, de qualquer modo, entender esse processo enquanto financiamento, mais simbólico do que monetário.

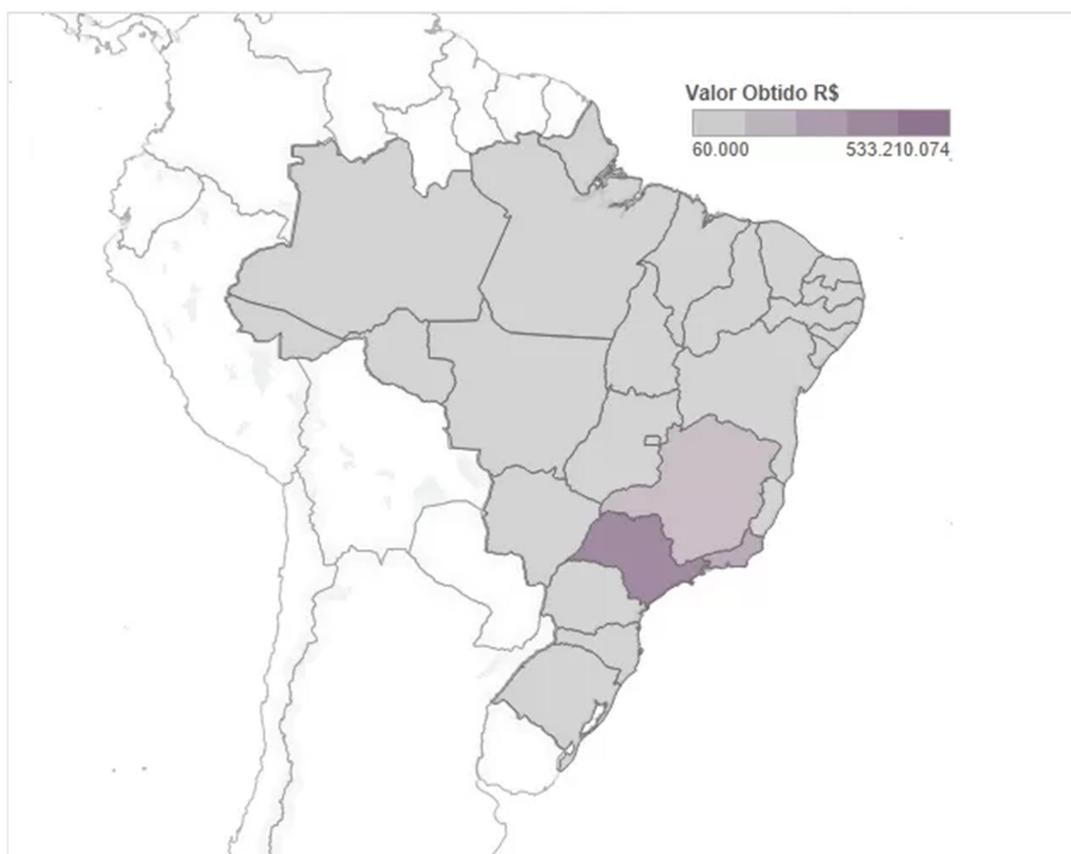
Ao entender a cultura enquanto conjunto dos modos de fazer e de viver, a Lei Rouanet tem funcionado enquanto uma criação, recriação, manutenção e reprodução dos imaginários de cultura estabelecidos pela elite, que é quem costuma estar presente tanto no poder público quanto nas empresas privadas, assim como quem possui maior capacidade de entender o *sentido do jogo* (BOURDIEU, 1996) incorporado à Lei, baseado no *capital simbólico* e no mercado. Juca Ferreira, ao entender a Lei Rouanet como o 'ovo da serpente neoliberal', estabelece uma relação da Lei com a política neoliberal, que inspirou a implantação das leis de incentivo no Brasil, e uma crítica ao modelo de gestão que privilegia a dominação cultural e econômica de um grupo, através de um financiamento tanto simbólico, pelo reconhecimento do estado dos seus fazeres culturais, mas também pela transferência indireta de recursos públicos. A Lei Rouanet chega aos seus 25 anos com diversos tensionamentos, mas com seu objetivo político-simbólico alcançado e traduzido em diferentes dados.

## **2.4 Dados da Lei Rouanet**

Essa manutenção da lógica neoliberal no incentivo à cultura é responsável por diferentes consequências no campo cultural brasileiro, desde a concentração dos recursos na região sudeste e, mais especificamente, na capital de São Paulo e do Rio de Janeiro até o privilégio de projetos culturais, que possuem capacidade própria de sustentabilidade, captarem a maior parte do dinheiro destinado a renúncia fiscal. Por exemplo, "De 1993 a 2009, praticamente 80% dos recursos captados pela Lei Rouanet foram destinados a projetos no Sudeste. Enquanto isso, a região Norte

recebeu menos de 1% do total e a Centro Oeste, 3,2%.” (AUGUSTIN, 2011, p. 14), conforme indicado pelo Mapa 1.

Mapa 1: Total dos valores obtidos por projetos captados na Lei Rouanet por estados (2015)

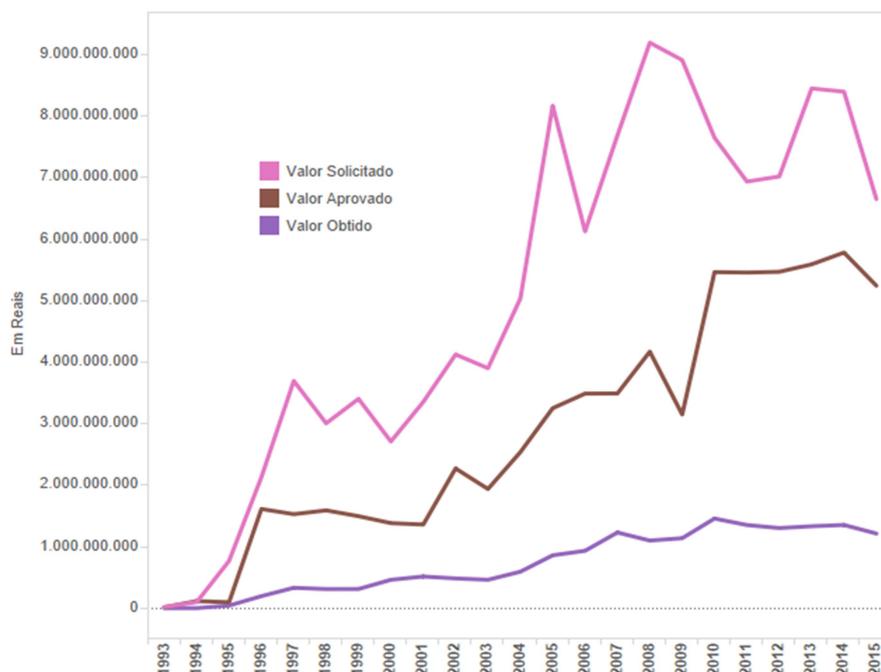


Fonte: O Globo, 2016<sup>13</sup>

Essas concentrações costumam se repetir dentro do próprio Sudeste e dentro dos estados do Sudeste. Os montantes captados, no entanto, não são suficientes para entender a dinâmica do financiamento no Brasil. É preciso atentar-se para o montante solicitado para captação, o montante aprovado para captação e os projetos captados (Gráfico 2). A disparidade traduz em dados o contexto neoliberal da Lei Rouanet, já descrito, e a necessidade de articulação dos sujeitos em disputa pelo fomento à cultura. O financiamento público à cultura e, mais especificamente, sua captação não é um direito global, mesmo que expresso na Constituição.

<sup>13</sup>Disponível em <<http://blogs.oglobo.globo.com/na-base-dos-dados/post/o-volume-de-financiamento-de-projetos-culturais-lei-rouanet-em-4-graficos.html>>. Acessado em 27 nov. 2016.

Gráfico 2 - volume de recursos obtidos via Lei Rouanet



Fonte: O Globo, 2016<sup>14</sup>

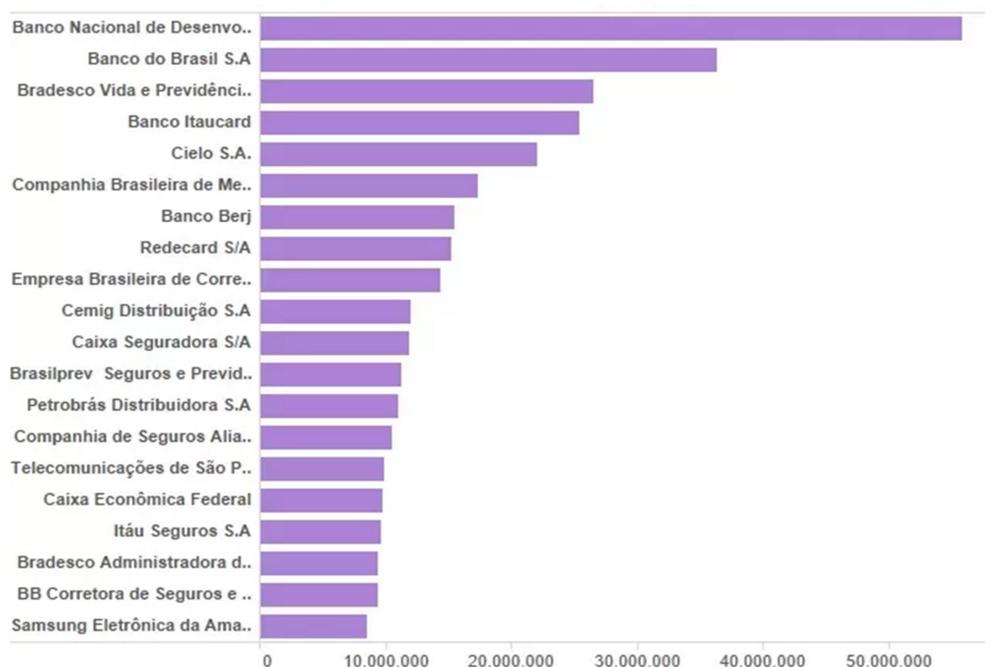
Esse panorama, mesmo que já pareça crítico, desconsidera ainda os projetos não autorizados a captar recursos. Também não inclui as razões desses projetos serem inabilitados pelo CNIC ou as razões que impediram possíveis proponentes de se inscreverem corretamente ou até de não se inscreverem, desconsiderando, por exemplo, o fato das inscrições para Lei Rouanet ocorrerem de forma *online*, através de plataforma para esse fim, e de que nem todas as pessoas possuem conhecimento para sequer participar do sistema. No geral, esses projetos analisados são propostos e incentivados por pessoas jurídicas com capacidade e conhecimento para disputar o financiamento.

Segundo relatório de recursos da Lei Rouanet em 2014 (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2015), organizado pela Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (Sefic) do Ministério da Cultura, dos projetos captados, cerca de 86% foram propostos por pessoas jurídicas, demonstrando que, além de uma concentração regional existente na captação de recursos, há uma presença alta da cultura institucionalizada, que demanda dos agentes envolvidos um conhecimento burocrático, organizacional e administrativo.

<sup>14</sup>Disponível em <<http://blogs.oglobo.globo.com/na-base-dos-dados/post/o-volume-de-financiamento-de-projetos-culturais-lei-rouanet-em-4-graficos.html>>. Acessado em 27 nov. 2016.

Entre os apoiadores, a lógica não é diferente. Em 2014, foram 3.424 pessoas jurídicas que investiram cerca de um bilhão duzentos e noventa milhões de reais (R\$1.295.571.435,48) contra 9.371 pessoas físicas que, embora em número maior, representaram um investimento de cerca de 24 milhões de reais (R\$24.604.249,20). Essas empresas são, ainda, as de maior porte, já que não é permitida a renúncia fiscal por empresas de lucro presumido. Nesse cenário, a Lei Rouanet tem representado uma transferência de dinheiro público, em sua maioria, de empresa privada para empresa privada, muito distante de um rompimento com uma lógica econômica neoliberal e clássica. O Gráfico 3 apresenta as empresas que mais destinaram recursos em 2015, destacando não só empresas privadas de grande porte, mas também empresas públicas. É interessante destacar que muitas empresas repassam financiamento para institutos próprios, como o Itaú Cultural, por exemplo, que capta recursos do próprio Banco Itaú. Outros destaques são os próprios institutos e órgãos públicos, que também captam recursos por lei de incentivo, solucionando um problema da falta de verba da pasta do Ministério e do sustento de suas unidades, mas impedindo uma descentralização maior dos recursos.

Gráfico 3 - As 20 maiores instituições que destinaram recursos para projetos via Lei Rouanet (2015)



Fonte: O Globo, 2016.<sup>15</sup>

<sup>15</sup>Disponível em <<http://blogs.oglobo.globo.com/na-base-dos-dados/post/o-volume-de-financiamento-de-projetos-culturais-lei-rouanet-em-4-graficos.html>>. Acessado em 27 nov. 2016.

Por se tratar de um dinheiro público repassado através das empresas privadas, existem critérios de interesse público que esses projetos devem se enquadrar, dentro dos objetivos da Lei Rouanet, objetivando a implementação de políticas públicas capazes de

- (a) contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;
- (b) promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;
- (c) apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;
- (d) proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;
- (e) salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;
- (f) preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro;
- (g) desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações;
- (h) estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória; e
- (i) priorizar o produto cultural originário do País (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2015)

No entanto, muitos projetos costumam ganhar a mídia por apresentar características destoantes dos objetivos da Lei Rouanet. São esses projetos que chamaram atenção para a Lei nos últimos anos e que fomentaram o debate sobre sua relevância, ora aproximando cultura e economia e ora afastando ainda mais ambos os campos. A cantora Claudia Leitte, por exemplo, em 2013, solicitou ao MinC em torno de 6,5 milhões de reais para realizar um conjunto de shows nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país. Desse valor, conseguiu captar 1,2 milhões de reais. A inserção da cantora na mídia, sua projeção nacional e sua capacidade de mobilização de público compactuam com os objetivos do Ficart, nunca implementado, e mostram o *capital simbólico* necessário para alcançar o patrocínio, que é traduzido em alcance de *marketing* pelo projeto que deseja incentivo. No caso do projeto de Claudia Leitte chama atenção a reprovação pela União, em 2016, da prestação de contas apresentada e o pedido de devolução da totalidade do dinheiro corrigido. Outro caso emblemático foi o do filme Chatô - O rei do Brasil, de Guilherme Fontes, que captou, entre 1995 e 1999, 8,6 milhões de reais através da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual, mas nunca havia sido apresentado ao público ou finalizado. O Tribunal de Contas da União (TCU) solicitou ao diretor,

em 2014, entre devoluções e juros, a multa de 71 milhões de reais. No entanto, o filme foi lançado em 2015 e foi adotado como recurso pelo TCU.

Esse tipo de produção, ao mesmo tempo que aproxima cultura e economia ao expor a dimensão econômica das produções culturais, afasta ambos os campos ao tratar dessa relação por sua má utilização de recurso público. Esse panorama, além de distanciar a política de financiamento de seu entendimento enquanto um ativo econômico importante do país, capaz de gerar riquezas, como entendido por Paula Porta (2008), afasta principalmente a cultura de sua importância simbólica, focando a falta de transparência com o dinheiro público e a cultura produzida por poucos e para poucos. A Lei Rouanet, então, ao financiar a cultura que não necessita de recursos públicos ou ao não fiscalizar sua aplicação, alarga o afastamento entre economia e cultura, principalmente após a reprovação da sociedade civil e de alguns governantes sobre o financiamento público voltado à determinados grupos.

Não é por menos que o Tribunal de Contas da União (TCU)<sup>16</sup>, ao analisar a aprovação e captação de recursos para o evento Rock in Rio, em 2011, indicou que a Lei Rouanet não deveria mais ser voltada para projetos culturais lucrativos, que possuem sustentabilidade própria. O relatório indica ainda que o Ficart, nunca sistematizado devido aos benefícios da renúncia fiscal, possuiria função de contemplar projetos similares com patrocínio privado. Fica como questionamento, então, um pensamento de Durand (2013) sobre o financiamento à cultura e, mais especificamente, sobre a renúncia fiscal: “Como simplificar a mecânica das leis para aumentar o círculo dos financiadores e financiados?” (DURAND, 2013, p. 61).

Nesse sentido, outro debate vem à tona, se a Lei Rouanet e as leis de incentivo à cultura não estariam obsoletas ou minimamente atrasadas frente ao novo entendimento do conceito de cultura. Afinal, se a cultura é extremamente capilarizada e se as leis de incentivo, que deveriam possuir como objetivo incentivar, não estão acessíveis para todos os tipos de projetos e agentes culturais, como consta na Constituição e nos objetivos da própria Lei Rouanet, elas não representam e, possivelmente, nunca representaram a totalidade e a diversidade cultural existente no Brasil.

---

<sup>16</sup> Conferir Relatório do Tribunal de Contas da União TC 034.369/2011-2

### CAPÍTULO III

#### FINANCIAMENTO COLETIVO PARA (QUASE) TODOS

Com 25 anos de vigência da Lei Rouanet, dadas suas consequências discrepantes em todo território nacional e a sua incapacidade de grandes renovações, inúmeras lacunas no financiamento à cultura foram delimitadas. Às vezes lembradas por editais e por outras políticas de fomento, essas lacunas são parcialmente preenchidas. No entanto, não há garantia de uma grande democratização do fomento à cultura no Brasil. Com esse panorama, muitos projetos culturais passam a buscar formas inovadoras e/ou alternativas para se financiarem. Essas formas são diversas e podem ocorrer de diferentes maneiras, seja aumentando a relação com o público ou seja priorizando a relação com outros projetos culturais. No primeiro caso, há como exemplo o “livro de ouro”, prática de arrecadar dinheiro com pessoas físicas e jurídicas interessadas em apoiar a causa do financiamento e, no segundo caso, pode-se citar as parcerias entre projetos para aumentar a capacidade de articulação com possíveis patrocinadores. Fora dos padrões das leis de incentivo, o financiamento à cultura surge de diferentes brechas.

A internet entra nesse panorama ampliando e modificando a capacidade de articulação em diferentes níveis da vida social, incluindo o financiamento à cultura. São muitos os sistemas criados que utilizam do poder de alcance da internet para atingir objetivos, desde as moedas eletrônicas até as novas formas de *marketing*. Os financiamentos colaborativos e, mais especificamente, os *crowdfundings* ou financiamentos coletivos representam um dos setores incorporados à internet que ganharam mais adeptos nos últimos anos. São diversos sites de diferentes países e com objetivos distintos que tentam facilitar a relação dos indivíduos para alcançar determinado fim. O que se procura investigar aqui é se esse panorama de fato demonstra uma mudança no formato de relacionamento da sociedade e, especialmente, do modo de financiar à cultura, se há um preenchimento das lacunas deixadas pelas leis de incentivo. Para tanto, objetiva-se neste capítulo entender seus discursos e práticas através de seus modelos de funcionamento e relacionamento com o público, com as leis de incentivo e com o mercado.

Três tópicos foram divididos para entender e analisar esse cenário. Em *O financiamento exclusivamente privado* (3.1) é levantada a possibilidade de uma alternativa ao financiamento público, principalmente com o surgimento da internet.

Em *Plataformas colaborativas online e seus modelos de financiamento* (3.2) são expostas três vertentes do financiamento coletivo e seus mecanismos, entendendo suas importâncias e modos de diferenciação nesse tipo mercado. Por último, em *O mercado de crowdfunding* (3.3) são analisadas as diferenças dos três modelos expostos no item anterior e como eles se relacionam com o público, com os projetos e com o mercado.

### **3.1 O financiamento exclusivamente privado**

É difícil estabelecer um panorama sobre o financiamento exclusivamente privado para a cultura, visto que neste trabalho foi escolhido adotar o entendimento da renúncia fiscal enquanto orçamento público e não enquanto investimento privado, o que ainda pode movimentar certo debate dentro das discussões sobre fomento à cultura. É certo, no entanto, que, no financiamento pelas leis de incentivo, em alguns segmentos culturais, a empresa precisa investir uma pequena porcentagem de recursos próprios para apoiar determinado projeto que não possui 100% de dedução sobre o imposto, mas parece fazer isso muito mais por obrigatoriedade da Lei e pelo retorno de marca do que por interesse próprio.

Ao mesmo tempo, como são médias e grandes empresas, principalmente, que patrocinam por renúncia fiscal, pequenas empresas costumam apoiar com serviços, produtos e, às vezes, até com menores recursos monetários diretos. O financiamento exclusivamente privado parece ficar mais em evidência quando os agentes realizadores de um projeto cultural convencem empresas ou indivíduos a patrocinarem seus projetos. Ou, ao contrário, quando o evento, com forte teor lucrativo, adquire uma projeção importante para o *marketing* de determinada empresa e ela investe considerando os retornos daquela ação.

É preciso, no entanto, considerar que grande parte das ações e eventos culturais não possui qualquer tipo de patrocínio externo e cabe aos próprios artistas financiarem suas produções. A utilização de recursos próprios para financiar a cultura é comum e diminui a importância econômica face às suas dimensões simbólica e cidadã, igualmente importantes.

Para suprir essa necessidade de financiamento e/ou para tentar, no mínimo, restituir o investimento próprio em determinada atividade cultural, é comum a busca por maneiras diferenciadas de gerar dinheiro e sustentabilidade, como, por exemplo:

a prática de “passar o chapéu”, que se popularizou na arte de rua, na qual o público dá a quantia desejada pela apresentação; a diversificação das atividades culturais, na qual muitos artistas ganham dinheiro quando contratados para eventos e festas, em uma espécie de mecenato; ou ainda a venda de produtos correlatos, como discos exclusivos para fãs, livros, camisas, entre outros. No entanto, entre as diversas possibilidades de gerar e diversificar o fomento, poucas são realmente satisfatórias a fim de criar uma sustentabilidade através da arte, mas todas parecem entender um sentido de compartilhamento, de coletividade e de mobilização no processo de financiar à cultura. É nessa dimensão do colaborativismo que emergem novas formas de entender o fomento e o seu processo produtivo.

Becker (1977a) acredita que toda a cadeia produtiva é coletiva. E é sempre coletiva porque não é possível que um indivíduo pense e execute todas as etapas do que compõe uma criação. E, mesmo que execute, é preciso inspiração, ensinamento ou suporte de outros indivíduos.

Imaginem, como um caso extremo, uma pessoa que fez todas essas coisas: fez tudo, inventou tudo, representou, criou e experimentou o resultado, tudo sem a assistência ou cooperação de qualquer outra pessoa. Na verdade, quase não é possível imaginar tal coisa, porque todas as artes que conhecemos envolvem redes elaboradas de cooperação. Uma divisão necessária do trabalho ocorre. (BECKER, 1977a, p. 206-207)

Essa divisão do trabalho é essencial para entender os processos do financiamento. Se há uma divisão durante todo processo de criação e produção, existe também uma divisão no processo de financiamento. Nesse contexto, a economia também é coletiva.

As novas mídias e o surgimento da internet, potencializadas pela possibilidade de que os sujeitos estejam mais conectados, compartilhando mais informações e se comunicando mais rapidamente, são essenciais para alavancar essa perspectiva. “Atividades econômicas, sociais, políticas, e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela, como por outras redes de computadores.” (CASTELLS, 2003, p. 08). As plataformas colaborativas *online* representam uma importante característica de um novo modelo de financiar a cultura. Novo pelo seu alcance e pelo seus recursos, mas não pelo seu método, já que, como entendido por Becker (1977a), sempre houve uma divisão social do trabalho e, portanto, métodos colaborativos de produção. Nesse contexto, cabe ao espaço digital, através da internet e das plataformas colaborativas,

complexificar a natureza dialética da cultura (MILLER & HORST, 2015), o que amplia as disputas em todos os campos em que economia e cultura se relacionam, assim como permite o surgimento de novos processos na viabilização de projetos culturais.

### 3.2 Plataformas colaborativas online e seus modelos de financiamento

A internet modifica as formas de relacionamento entre os sujeitos e entre as instituições, principalmente por uma maior capacidade de alcance e de velocidade. O compartilhamento têm se tornado a palavra-chave por trás de muitos empreendimentos *online*. Pode-se citar, por exemplo: as plataformas de *crowdsourcing*, nas quais os consumidores são também os produtores de conteúdo; as plataformas de *crowdfunding*, “[...] referente à área cinematográfica, em que as pessoas definem quais os filmes irão ocupar as salas de um determinado cinema de acordo com seus interesses.” (COCATE & PERNISA JUNIOR, 2012, p. 138); ou ainda outras plataformas colaborativas que modificam os formatos de troca e de relacionamento, como o *Bliive*, site brasileiro que transforma em moeda o tempo dedicado à uma atividade compartilhada. Com essa moeda é possível conseguir outras atividades pelo site, como aulas de inglês, guias turísticos, entre outras. Já o *Tem açúcar?*, outra plataforma brasileira pautada no consumo colaborativo, tem seu foco no compartilhamento entre vizinhos, sendo possível solicitar e colaborar com itens e serviços que pessoas geograficamente próximas solicitem ou ofereçam, estabelecendo também como moeda o compartilhamento.

O financiamento exclusivamente privado à cultura seguiu uma linha parecida, não só criando novas modalidades, mas ampliando o alcance dos seus modelos e do próprio campo cultural. As plataformas colaborativas são hoje importantes meios de compartilhamento nas redes. Os *crowdfundings*, por exemplo, permitem que consumidores participem e escolham os projetos que mais lhes interessam para patrocinar, não só financiando, mas também recebendo recompensas diferenciadas por essas ações, geralmente envolvendo as temáticas dos projetos.

Para a melhor compreensão do conceito, podemos desmembrar o nome em *crowd* que, em inglês, significa “multidão”; e *funding*, “financiamento”. Dessa forma, pode-se considerar que são projetos realizados por meio do financiamento de uma multidão, de um público. Mas não se baseia em “público”, de “dinheiro público”, e sim dinheiro aplicado pelo próprio público (COCATE & PERNISA JUNIOR, 2012, p. 135)

Ainda segundo Cocate e Pernisa Junior (2012), a primeira experiência com o termo crowdfunding surgiu em 2006 através do site Sellaband, voltado para a área musical. No entanto, só em 2009 surge o maior site com o *crowdfunding* como fim, o Kickstarter<sup>17</sup>. O objetivo principal dessas plataformas é “[...] ser direcionado para apoiar aquele que promove uma ideia e, não, para a compra simplesmente de um produto, como é o caso de sites de compras coletivas.” (COCATE & PERNISA JUNIOR, 2012, p. 136).

No Brasil, o Vakinha<sup>18</sup>, ainda em atividade, foi o primeiro site voltado para o *crowdfunding*. É importante destacar que essas plataformas, embora muito apropriadas pelo campo cultural, são voltadas para ideias de diferentes gêneros, inclusive projetos pessoais, como estudos, viagens, entre outros. A primeira plataforma voltada exclusivamente para projetos culturais foi o Catarse<sup>19</sup> (COCATE & PERNISA JUNIOR, 2012).

Contribuindo com os recentes estudos dessa área, serão analisadas aqui três plataformas colaborativas: o Catarse, a Benfeitoria<sup>20</sup> e o Queremos<sup>21</sup>. Essas plataformas foram escolhidas pelos seus diferentes modelos de funcionamento, suas relevâncias e também pela citação do incentivo à cultura e à arte em seus textos de apresentação. Retornando a Miller e Horst (2015), a intenção é entender o funcionamento dessas plataformas como amplificadoras das disputas sobre o financiamento à cultura, assim como a relação dos sujeitos com a temática e os próprios diálogos entre economia e cultura.

### 3.2.1 Catarse

O Catarse se identifica como “a primeira plataforma de financiamento coletivo para projetos criativos no Brasil”<sup>22</sup>. Surgiu em 17 de janeiro de 2011 devido a observação da quantidade de projetos criativos engavetados por idealizadores, sem auxílio para serem executados. No histórico do site, divulgado para a imprensa, é relatado que o Catarse

---

<sup>17</sup> <https://www.kickstarter.com/> - Acessado em 29 de outubro de 2016.

<sup>18</sup> <https://www.vakinha.com.br/> - Acessado em 29 de outubro de 2016.

<sup>19</sup> <https://www.catarse.me/> - Acessado em 29 de outubro de 2016

<sup>20</sup> <https://benfeitoria.com/> - Acessado em 28 de outubro de 2016

<sup>21</sup> <http://www.queremos.com.br/> - Acessado em 29 de outubro de 2016

<sup>22</sup> Trecho retirado do documento sobre a História da fundação do Catarse, link voltado para a imprensa. Disponível em <<https://www.catarse.me/pt/press>> Acessado em 18 dez. 2016

ocupou uma grande falha dos sistemas tradicionais de financiamentos da produção criativa no país. A demanda reprimida por falta de opções encontrou menos burocracia e riscos, mais agilidade e independência do patrocinador e um potencial de financiamento que dependia muito mais dos próprios esforços do idealizador do que da benevolência daqueles que detinham os recursos. [...] É uma atitude que reforça, afirma e propaga valores como independência, liberdade, autonomia, proximidade, transparência e afeto. Trabalhamos no longo prazo para construir uma cultura de colaboração e causar impacto nas lógicas de produção da economia criativa e de diversas cadeias produtivas do Brasil.<sup>23</sup>

Ao realizar tal afirmação, além de identificar enquanto obsolescência os métodos de financiamento de determinada época, o Catarse entende ser preferível a responsabilidade do fomento estar atribuída ao idealizador, como se todos os agentes possuíssem as mesmas ferramentas para mobilização em torno do seu projeto. Não só, a plataforma elenca uma série de questões, entendidas enquanto valores, necessárias para participar desses mecanismos. Agentes com esses valores seriam capazes, juntos ao Catarse, de modificar as lógicas de produção da economia criativa, aqui pautada como uma contradição da benevolência (e não interesse) de quem detém os recursos e as ferramentas da produção cultural. Pode-se entender, para o Catarse, o financiamento coletivo como uma ação contrária às leis de incentivo, que seriam mais burocráticas e com mais riscos envolvidos. Fica como questão se os agentes com os valores elencados pelo Catarse se tornam um novo grupo de detentores de certos recursos necessários para operar esse novo sistema ou se são, de fato, o rompimento de uma lógica econômica tradicional.

O Catarse possui duas formas de financiamento: o modelo *tudo ou nada* e o modelo *flex*. No primeiro, o dinheiro arrecadado por apoiadores só é repassado ao projeto caso a meta inicial, solicitada pelo idealizadores, seja atingida. Caso isso aconteça, só então o idealizador precisa enviar as recompensas aos apoiadores. Nessa modalidade, o projeto só pode ficar no site por até 60 dias corridos. No segundo modelo, o *flex*, o idealizador pode hospedar um projeto por maior tempo, até 365 dias, e pode encerrar o projeto quando desejar. Nesse caso, mesmo que a meta não seja atingida, o valor será utilizado no projeto, mas o idealizador se compromete a enviar as recompensas independente do valor arrecadado. Segundo explicações fornecidas no site, o primeiro modelo é indicado para projetos com valor mínimo necessário para ser executado e o segundo para projetos que acontecerão

---

<sup>23</sup> Trecho retirado do documento sobre a História da fundação do Catarse, link voltado para a imprensa. Disponível em <<https://www.catarse.me/pt/press>> Acessado em 18 dez. 2016

independente da arrecadação, utilizada geralmente como diminuição dos custos do projeto. No entanto, em ambas modalidades, o Catarse cobra uma taxa de 13%, que é arrecadada caso o valor seja atingido no *tudo ou nada* e arrecadada independente do valor total no *flex*. Para facilitar o entendimento e a escolha do modelo, o Catarse possui uma Escola do Financiamento, que conta com e-books, vídeos e infográficos para auxiliar no compartilhamento de informações e no funcionamento da plataforma. Antes e durante o projeto, qualquer idealizador pode contar ainda com auxílio direto dos funcionários do Catarse através de formas de contato disponibilizados no site.

Imagem 1 - Captura de tela do site da Escola do Financiamento, ligada ao catarse



Fonte: Catarse, 200-?.<sup>24</sup>

Há também uma noção de transparência criada no Catarse. O site informa, por exemplo, não possuir outros investidores, patrocinadores ou anunciantes, se posicionando como independente desde sua criação. Os recursos arrecadados são tabelados: 51% é utilizado para salários, 29% para operacional, 16% para impostos e 4% para marketing. É disponibilizado também o maior salário pago (R\$6000,00) e o menor salário (R\$1000,00), estabelecendo como uma prática diferente de outros segmentos no Brasil, que, segundo o Catarse, trabalham com discrepância entre salários de até 57 vezes do menor para o maior, e nos Estados Unidos, onde essa

<sup>24</sup>Disponível em <[http://www.ofinanciamentocoletivo.com.br/?utm\\_source=Central%20de%20suporte%20do%20Catarse&utm\\_medium=link-home&utm\\_campaign=Suporte%20Catarse](http://www.ofinanciamentocoletivo.com.br/?utm_source=Central%20de%20suporte%20do%20Catarse&utm_medium=link-home&utm_campaign=Suporte%20Catarse)>. Acessado em 27 nov. 2016.

discrepância seria de 300 vezes. A meta da empresa é chegar a 4 vezes de diferença.

Os dados divulgados pela plataforma até o momento são de mais de 340 mil pessoas que já apoiaram pelo menos um projeto e mais de 3400 projetos apoiados, que totalizam 51 milhões de reais doados para os projetos publicados no site<sup>25</sup>.

### 3.2.2 Benfeitoria

A Benfeitoria, por sua vez, começou em 2011 como uma “plataforma de mobilização de recursos para projetos de impacto cultural, social, econômico e ambiental.”<sup>26</sup> Em seu site, a Benfeitoria se diz a primeira plataforma a não cobrar comissão e a primeira do Brasil a oferecer novas formas de financiamento coletivo.

Diferente do Catarse, a benfeitoria só possui o modelo de financiamento que é preciso atingir a meta de dinheiro solicitada para repassar o valor ao projeto ou, caso contrário, o dinheiro é devolvido aos apoiadores. Segundo a Benfeitoria “Ou todo mundo ganha, ou ninguém perde. Essa é a regra!”<sup>27</sup>. Assim como o Catarse atribui a responsabilidade do sucesso do financiamento ao idealizador, a Benfeitoria, ao realizar a afirmação anterior, se coloca em posição similar ao agente que busca o financiamento. Isto é, ambos dependem do sucesso do financiamento para lucrar, assim como os apoiadores precisam do sucesso do financiamento para adquirirem as recompensas. Novamente, o financiamento coletivo aparece com menores riscos. A propaganda faz sentido quando existe em outro modelo um sistema no qual alguém pode perder enquanto outra pessoa ganha. Pode-se entender nesse sentido outros modelos de financiamento, entre eles as leis de incentivo. O que diferenciaria a Benfeitoria de leis e de outras plataformas?

A Benfeitoria possui três formas de financiamento: o financiamento coletivo (*crowdfunding*), o financiamento recorrente (*recorrente*) e o financiamento turbinado (*matchfunding* e outros).

---

<sup>25</sup> Conferir dados por categorias dos projetos financiados em <https://www.catarse.me/dbhero/dataclips/fa0d3570-9fa7-4af3-b070-2b2e386ef060>

<sup>26</sup> Retirado da página de apresentação da Benfeitoria, em <<https://benfeitoria.com/proposta>> Acessado em 18 dez. 2016

<sup>27</sup> Retirado da página de explicação da Benfeitoria, em <<https://benfeitoria.com/comofunciona>> Acessado em 18 dez. 2016

Imagem 2 - Captura de tela do site da benfeitoria sobre os modelos de financiamento da plataforma



Fonte: Benfeitoria, 200-?.<sup>28</sup>

O *crowdfunding* envolve o método já citado, também utilizado no Catarse, no qual os consumidores patrocinam os projetos que possuem interesse. O *Recorrente* é um modelo diferente, compreendido como um *crowdfunding* contínuo, isto é, o consumidor ou interessado em determinado projeto faz colaborações mensais compreendendo uma sustentabilidade para projetos com maior duração. A Benfeitoria possui seu próprio *Recorrente*, conhecido como *Sócio Benfeitor*, envolvendo atualmente mais de 100 assinantes que representam uma doação mensal de um valor um pouco menor que R\$5000,00. Qualquer pessoa pode ser um *Sócio Benfeitor* a partir de R\$10,00. Ao fazer parte desse grupo, o apoiador recebe benefícios, como participar de um grupo nas redes sociais para *Sócios*, participar de encontros exclusivos, adquirir um retorno trimestral da Benfeitoria sobre o impacto do seu investimento, adquirir itens exclusivos (carteira de *Sócio*, DVDs sobre economia colaborativa), entre outros prêmios quando são atingidas as metas mensais delimitadas. Para esse modelo, é interessante retornar ao Becker (1977b) e sua classificação de *profissionais integrados* e *inconformistas*, a fim de entender a necessidade de sustentabilidade contínua para algumas produções que geralmente não possuem apelo comercial. O financiamento turbinado, por último, é a associação de *crowfundings*, através do financiamento coletivo, com parceiros estratégicos, geralmente empresas também interessadas nesses projetos, que podem apoiar com complementação financeira no financiamento coletivo até consultoria e divulgação. O *matchfunding* é uma das ferramentas criadas pela Benfeitoria dentro do

<sup>28</sup> Disponível em <<https://benfeitoria.com/>>. Acessado em 27 nov. 2016.

Financiamento Turbinado, no qual para cada R\$1,00 doado por um apoiador, uma empresa patrocina mais R\$1,00, dobrando o valor arrecadado pelo *crowdfunding*. Outras parcerias já foram ou são realizadas pela Benfeitoria, como o patrocínio por uma empresa de 20% do valor solicitado pelos projetos que a interessam, divulgação da ONU para projetos voltados para temática da mulher, consultoria do SEBRAE/RJ para projetos que solucionem problemas socioambientais no Estado do Rio de Janeiro, entre outros.

A Benfeitoria alega não possuir comissão estipulada, cabendo aos idealizadores dos projetos decidirem uma porcentagem a pagar caso o projeto alcance a quantia solicitada. Outro item interessante é a Universidade do Financiamento Coletivo (UFC), um portal educativo criado pela Benfeitoria para explicar o funcionamento do site e do *crowdfunding* que, parecido com a Escola do Financiamento do Catarse, disponibiliza livros, links, entre outros materiais de apoio.

Na parte inferior do site da Benfeitoria, são indicados os patrocinadores que apoiam de alguma forma não especificada a empresa. Atualmente, são 06 patrocinadores: Prefeitura do Rio de Janeiro<sup>29</sup>, Globo<sup>30</sup>, Cravo<sup>31</sup>, Kappamakki<sup>32</sup>, PSR<sup>33</sup> e Visagio<sup>34</sup>.

A empresa afirma possuir 82% de sucesso, sendo a maior taxa do país. Seus dados envolvem 70 mil apoiadores ou *benfeitores*, como são chamadas as pessoas que apoiam financeiramente qualquer projeto no site, 700 projetos viabilizados e 11 milhões de reais arrecadados.

---

<sup>29</sup> A Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro é apresentada como patrocinadora através da Secretaria Municipal de Cultura. <<http://www.cultura.rj.gov.br/>> Acessado em 18 dez. 2016

<sup>30</sup> A Rede Globo faz parte do Grupo Globo, sendo a segunda maior rede de televisão comercial do mundo. <<http://redeglobo.globo.com/>> Acessado em 18 dez. 2016

<sup>31</sup> A Agência Cravo trabalha com capacitação, comunicação e gestão estratégica de indicadores de qualidade e de performance para outras empresas. <<http://agenciacravo.com.br/>> Acessado em 18 dez. 2016

<sup>32</sup> A Kappamakki é uma empresa do mercado musical voltada para potencializar projetos e campanhas de marcas. Desenvolveu o conceito de Inteligência Musical e criou o Estúdio Coca-Cola. <<http://kappamakki.com.br/>> Acessado em 18 dez. 2016

<sup>33</sup> A PSR é uma empresa que trabalha com soluções tecnológicas e serviços de consultoria técnica nos setores de energia elétrica e gás natural (E&G) em mais de sessenta países. <<http://www.psr-inc.com/pt/>> Acessado em 18 dez. 2016

<sup>34</sup> A Visagio é uma consultora de gestão com modelo de negócios baseado no conceito de engenharia de gestão. Atua em mais de 25 países. <<http://visagio.com/pt/>> Acessado em 18 dez. 2016

### 3.2.3 Queremos!

O Queremos! também é uma plataforma colaborativa de *crowdfunding* com um funcionamento diferente do Catarse e da Benfeitoria. Primeiramente, é voltado para o campo da música e para a realização de shows, restringindo ainda mais seu campo de atuação. Foi fundado em 2010 e já possui mais de 80 shows realizados. A plataforma permite aos fãs solicitarem apresentações dos artistas nacionais e internacionais que desejam, aglomerando esses pedidos para chamar atenção dos produtores e artistas para os locais com maiores solicitações e chances de retorno financeiro. Após identificar a origem da demanda de shows, a plataforma permite que produtores, artistas e o próprio Queremos! criem um *crowdfunding* para realizar um show do artista no local desejado e no tempo desejado. O *crowdfunding* corresponde ao valor dos ingressos para realizar o show. Isto é, ao invés de patrocinar com dinheiro de investimento que pode gerar recompensas, os apoiadores investem o valor nos ingressos, geralmente mais baratos para quem antecipa a compra pelo Queremos!, e/ou nos pacotes especiais, que podem incluir, entre outras coisas, encontro com os artistas, prêmios, fotos aparecendo no site da plataforma como apoiador etc. Nesse modelo, então, há dois modos de usar a plataforma, um para fãs e outro para artistas e produtores. Para os fãs, há a vantagem, além de descobrir os locais que artistas irão tocar, mobilizar os artistas que possuem interesse para locais que eles não consideravam para shows, assim como comprar ingressos e outros benefícios mais baratos do que fora da plataforma. Também é possível mobilizar outros sujeitos interessados nos mesmos shows e nas mesmas localidades, aumentando a rede de demanda. Já para os artistas, utilizar a plataforma compensa, segundo o Queremos!, pela a “pré-venda e venda de ingressos, passes VIP e meet & greets<sup>35</sup>”, inclusive para quem já deseja comprá-los, pela “campanha de pedidos para identificar compradores antes do anúncio do evento [...]”, pelos “[...] dados gerados para planejar eventos ao vivo e turnês<sup>36</sup>”, assim como pela capacidade de contactar os fãs após o evento realizado através do Queremos!.

---

<sup>35</sup> Passes VIP e meet & greets são formas de ingressos que incluem outros benefícios para os fãs, que vão do encontro com artistas à sessões de fotografias etc.

<sup>36</sup> Trechos retirados da página de auxílio para artistas e produtores atuarem pelo Queremos!. <<http://backstage.queremos.com.br/>>

Caso a meta seja alcançada, representada pelo valor mínimo solicitado pelo artista para que o evento seja viável, o show acontece e o artista pode vender outros ingressos mais caros por fora da plataforma. A plataforma cobra uma taxa de 15%, sobre os ingressos vendidos pelo site, para cada projeto que alcança a meta solicitada e nesse valor já inclui as taxas pagas aos convênios para realizar o pagamento online.

O diferencial do Queremos! está no mapeamento de demandas culturais, no compartilhamento dos dados gerados a fim de estreitar laços entre artistas e público e na criação de um canal de comunicação entre esses diferentes agentes. A plataforma é também propositora e produtora de shows, alguns inclusive com patrocínios privados anunciados no site.

Imagem 3 - Captura de tela no site Queremos! da propaganda para agências de artistas

## AGÊNCIAS

- Acesse um mapa detalhado de pedidos de shows feito pelos fãs, em tempo real, saiba onde eles estão e o contacte cada um deles individualmente.
- Determine o interesse dos fãs antes de fechar uma data, cachê e preço dos ingressos.
- Descubra oportunidades fora do radar e novos talentos. Adicione datas a uma turnê. Identifique tendências dentro de gêneros musicais e promova artistas para fãs que pediram shows similares, expandindo a base de fãs e ajudando a aumentar a venda de ingressos.

**Cadastre-se**



Fonte: Queremos!, 200-?.<sup>37</sup>

Os dados disponibilizados são de que mais de 1.5 milhão de fãs já pediram mais de 6500 artistas, gerando mais de 3 mil eventos pelo mundo. Em território nacional, o Queremos! é muito utilizado para atrair artistas internacionais, o que geralmente envolve custos maiores de produção e demandam também uma garantia maior de retorno financeiro sobre o deslocamento internacional. Um mapa de ilustração voltado para artistas e produtores (Imagem 3) utiliza o território do país com círculos amarelos, que representam a demanda dos fãs. Esses círculos amarelos chamam mais atenção nas maiores aglomerações urbanas, especialmente

<sup>37</sup>Disponível em <<http://backstage.queremos.com.br/>>. Acessado em 27 nov. 2016.

no Sudeste. Essa concentração retratada é parecida com a observada nas leis de incentivo e pode significar para a plataforma e, para os agentes interessados em utilizá-las para realizar shows, que há maiores solicitações de shows nessas áreas. Essa perspectiva não contribui para uma democratização da distribuição desses grandes shows e coloca em dúvida o real poder dos fãs nessa plataforma, já que dependem, inclusive, da territorialidade em que estão inseridos.

Os patrocínios de empresas privadas são realizados junto de cada *crowdfundings*. Isto é, empresas que se interessam pelo público de determinada banda ou de determinada localidade onde ocorrerá o show podem realizar parcerias com cada *crowdfunding* e associarem suas marcas com shows específicos de seu interesse.

### **3.3 O mercado de *crowdfundings***

Uma primeira observação comparativa entre os sites evidencia algumas proximidades, como a identidade visual bem elaborada de cada plataforma, a utilização de vídeos, de cores chamativas, de símbolos e de fotos. Os três sites possuem fontes tipográficas parecidas e formatações semelhantes, apresentando, ao entrar em suas páginas principais, propagandas da própria plataforma como experiências inovadoras. Vale ressaltar algumas frases-chaves utilizadas. No Catarse aparece a frase “Financiamento coletivo para todos”, na Benfeitoria é destacado o “atendimento personalizado, comissão livre e a maior taxa de sucesso do Brasil” e no Queremos! as “experiências inesquecíveis acontecendo pelo poder dos fãs”<sup>38</sup>. As três frases representam uma característica comum no discurso das três plataformas em análise: a diversidade de agentes que podem utilizá-las, o atendimento diferenciado para cada um desses agentes, a possibilidade de sucesso devido à forma de entender o financiamento da cultura, e o poder de financiar dado a outros indivíduos (*a regra do jogo*), uma rede de mobilização criada pelo idealizador.

---

<sup>38</sup> Trechos retirados das páginas de abertura do catarse, da Benfeitoria e do Queremos!  
<<https://www.catarse.me/>> <<https://benfeitoria.com/>> <<http://www.queremos.com.br/>> Acessados em 18 dez. 2016.

Imagem 4 - Captura de tela do site do Catarse



Fonte: Catarse, 200-?.<sup>39</sup>

Imagem 5 - Captura de tela do site da Benfeitoria



Fonte: Benfeitoria, 200-?.<sup>40</sup>

<sup>39</sup>Disponível em <[http://www.ofinanciamentocoletivo.com.br/?utm\\_source=Central%20de%20suporte%20do%20Catarse&utm\\_medium=link-home&utm\\_campaign=Suporte%20Catarse](http://www.ofinanciamentocoletivo.com.br/?utm_source=Central%20de%20suporte%20do%20Catarse&utm_medium=link-home&utm_campaign=Suporte%20Catarse)>. Acessado em 27 nov. 2016.

<sup>40</sup>Disponível em <<https://benfeitoria.com/>>. Acessado em 27 nov. 2016.

Imagem 6 - Captura de tela do site do Queremos!



Fonte: Queremos!, 200-?.<sup>41</sup>

É importante notar uma preocupação nas três plataformas, dentro das dúvidas frequentes disponibilizadas pelos sites, com um discurso de confiança no método proposto e com a segurança do pagamento. Em todas, há métodos parecidos de abordar essa temática, enfatizando a manutenção constante das plataformas, a facilidade de pagamento e a possibilidade de contato com os administradores, caso aconteça qualquer problema.

Os projetos que estão sendo captados durante aquele momento e com maior possibilidade de alcançar a meta, de acordo com o que já foi apoiado, são facilmente acessados ao entrar na página, sendo fácil também acessar informações, explicações ou entrar em contato com os administradores das plataformas. Todas possuem ligações com as redes sociais, seja através de perfis próprios ou através de opções de compartilhamento, sendo possível inclusive acessar o que seus conhecidos incentivam dentro das plataformas. Esse compartilhamento facilitaria a formação de uma rede de participação para aumentar a taxa de sucesso dos agentes idealizadores de projetos nas plataformas colaborativas.

<sup>41</sup>Disponível em <<http://backstage.queremos.com.br/>>. Acessado em 27 nov. 2016.

Uma vez que os projetos são compartilhados nos sites, um fala para o outro, que divulga em sua rede social cujos “amigos” tomam conhecimento e, os interessados também comunicam em suas redes ou comentam com amigos, boca a boca. E a partir de uma pessoa que obteve conhecimento do projeto, espalha-se para muitos. Essa teia de conhecimentos constrói a inteligência coletiva que pode favorecer a formação de novos doadores daquele projeto. Esse troca-troca, essa coletividade, esse conjunto de pessoas que se simpatizam pela mesma ideia e se dispõem a bancá-la só se solidifica pela cultura da convergência, sendo que vários meios de divulgação facilitam a chegada do projeto aos “ouvidos” de muitos, seja pela Internet, seja pela comunicação oral, dentre outros meios. Assim, a cultura participativa propicia a formação da inteligência coletiva. E é por meio desta que os processos de crowdfunding conseguem se tornar realidade. (COCATE & PERNISA JUNIOR, 2012, p. 138)

É de se notar, no entanto, que o compartilhamento em rede e a construção de uma inteligência coletiva não são naturalidades. Pelo contrário, exigem uma série de ferramentas e conhecimentos, não disponíveis para todos os sujeitos, anteriores ao próprio processo. É preciso reconhecer, mesmo que não aprofundado neste estudo, um recorte de classe tanto para os idealizadores de projetos quanto para os apoiadores. É preciso possuir uma renda que permita financiar projetos culturais. Esse fato se configura em uma disputa dos e pelos *crowdfundings*. Alguns grupos sociais podem se identificar mais com determinada plataforma e/ou com determinado projeto e, da mesma maneira, outros grupos podem não se identificar com nenhum dos dois objetos.

Além de uma disputa de mercado entre as plataformas, que variam pelos detalhes e pelas abordagens, há um mercado dentro de cada plataforma, uma disputa entre os melhores projetos, as melhores recompensas, entre outros detalhes. No geral, as plataformas parecem atuar, principalmente, para os mercados de nicho dentro do campo cultural, viabilizando projetos que não estejam dentro da lógica do patrocínio ou da distribuição e alcance do mercado, mas pela Internet conseguem maior engajamento e mobilização, embora possam existir exceções. “Há públicos específicos para cada elemento apresentado no ciberespaço, por isso podemos ressaltar a facilidade que há em sugerir e, concomitantemente, formar nichos que se interessem por aquele conteúdo.” (COCATE & PERNISA JUNIOR, 2012, p. 137).

Essa ideia é próxima do que Tolila (2007) entende como *oligopólio de franja*, uma nomenclatura dada pelo economista americano Georges Stigler. Ela compreende que as indústrias culturais foram dominadas pelas grandes empresas e,

em torno delas, existem outras empresas menores que atendem as brechas do mercado. Nesse cenário, a concorrência tomaria três formas possíveis:

[...] o oligopólio homogêneo em que os produtores oferecem produtos similares quanto às gamas, com o que a vantagem de custo é absolutamente determinante para cada empresa (é o caso do setor automobilístico); o oligopólio diferenciado que joga na diferenciação dos produtos (é o caso dos cosméticos e dos detergentes, por exemplo); e o oligopólio de franja em que o centro oligopolístico coexiste com uma franja concorrencial que age em “nichos” de mercado e é capaz de responder às demandas específicas dos consumidores. (TOLILA, 2007, p. 43-44)

Para impedir o crescimento dessas empresas e como estratégia de mercado, geralmente as grandes empresas monopolizam o setor de distribuição e difusão das ações, dos produtos e das apresentações culturais. Pelo discurso das plataformas colaborativas, pode-se entendê-las nesse contexto, atuando principalmente em uma possível democratização do financiamento e da distribuição. No entanto, não é qualquer indivíduo que está capacitado para utilizar esses financiamentos coletivos. Mesmo com a existência de Escolas e Universidades do Financiamento, existem uma série de questões que definem quais são os agentes participantes desse modelo de patrocínio. Dados da Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios (Pnad), divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, mostram que, somente em 2014, pela primeira vez mais de metade dos domicílios brasileiros possuem acesso a internet, no entanto esse dado ainda se restringe à 54,9% do total<sup>42</sup>. Assim como é preciso considerar uma má distribuição de renda no país, representando um recorte de classe para potenciais apoiadores de cultura, quando o financiamento é feito por pessoa física através de plataformas colaborativas.

Assim como a Lei Rouanet só permite sua inscrição online, os *crowdfundings* se restringem à esse universo. Da mesma maneira, ambos os mecanismos estão pautados em relações além do potencial artístico e técnico dos projetos. Se a captação de recursos depende de um *mercado de patrocínios* capitaneado por agentes bem relacionados, com *capital simbólico* para relacionar-se com empresas interessadas em patrocinar os projetos, os *crowdfundings* demandam sujeitos relacionados virtualmente, com alta capacidade de articulação e de mobilização entre outros sujeitos, além de uma capacidade técnica no âmbito digital a fim de criar materiais atrativos para o projeto.

---

<sup>42</sup><http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2016/04/pela-primeira-vez-celulares-superaram-computadores-no-acesso-a-internet-no-pais> Acessado em 18 dez. 2016

As novas tecnologias, sobretudo a digital, criaram novos produtos, novas formas de produzir, de divulgar, de distribuir e de consumir, conseqüentemente, criaram novos modelos de negócio e novas formas de competição por mercados. (PORTA, 2008)

Nesse sentido, um mercado de *crowdfundings* é próximo ao entendimento de um *mercado de patrocínios*, analisado por Belem e Donadone (2013), mas, ao invés dos agentes captadores de recursos, há os diferentes sites de patrocínios, suas escolas de financiamento, seus assessores, entre outras facilidades. No fim, esses agentes, seja por Lei Rouanet ou por *crowdfunding*, recebem uma porcentagem por suas atuações e/ou colaborações. Se ambos os modelos de fomento exigem conhecimentos específicos sobre o universo da cultura e sobre o seu mercado, o que diferenciaria, então, esses métodos de financiamento?

## CAPÍTULO IV

### O OVO DA SERPENTE

Se as leis de incentivo e, mais especificamente, a lei Rouanet apresenta uma série de consequências que evidenciam sua ineficácia perante uma diversidade de projetos e agentes culturais, as plataformas colaborativas ou *crowdfundings* surgem com um discurso ligado ao que seria uma nova economia e um modelo mais transparente e justo de financiamento cultural. No entanto, como apresentado no último capítulo, essas novas plataformas também possuem suas restrições e, embora possuam artifícios para facilitar a relação com o público, demandam uma série de outros capitais essenciais para alcançar sucesso no financiamento dos projetos, como a facilidade de relacionamento nas redes sociais, o conhecimento do seu processo de colaboração, além de uma demanda financeira para estar apto a patrocinar projetos.

O objetivo deste capítulo é entender o financiamento coletivo enquanto uma relação de ruptura e/ou de continuidade com as leis de incentivo, especialmente a Lei Rouanet, que se aplica a todo território nacional. Estariam esses mecanismos de *crowdfunding* preenchendo uma possível obsolescência ou falha nas leis de incentivo? Ou a desigualdade e o contexto neoliberal influenciam também o financiamento online?

Torna-se importante também destacar a possibilidade de ultrapassar essas noções de financiamento dentro do campo da economia da cultura, mesmo que o desenvolvimento do termo, no Brasil, tenha focado nas leis de incentivo. Esse entendimento vai ao encontro de outras formas de políticas e de pensamentos que já são propostas e debatidas dentro do cenário da cultura. Existe uma saída para um financiamento mais democrático?

A divisão deste capítulo ocorrerá da seguinte forma: em *Diálogos entre modelos* (4.1) são debatidas relações e tensões entre a Lei Rouanet e as plataformas colaborativas, através dos *crowdfundings*, focando principalmente em suas vantagens e desvantagens, que podem variar de acordo com os sujeitos que as utilizam; em *A dialética do financiamento* (4.2) é discutido o financiamento enquanto uma prática complexa e capilarizada, tal qual o conceito de cultura, entendendo principalmente suas relações, suas disputas e as dificuldades dos sujeitos ao se posicionarem diante desse cenário; em *Uma nova economia* (4.1),

além de comparar cenários da Lei Rouanet e das plataformas colaborativas, é colocada em pauta a possibilidade de ter ocorrido um rompimento na economia capitalista clássica, voltado exclusivamente para um modelo baseado no cooperativismo e na tecnologia; e, por fim, em *Para além das leis e das plataformas* (4.3) são analisadas outras formas de financiamento e seus contextos dentro da economia da cultura, entre leis de incentivo e novas formas de financiamento, a fim de analisar como se desenha o panorama do financiamento em suas múltiplas configurações na contemporaneidade.

#### **4.1 Diálogos entre modelos**

Se a Lei Rouanet é a principal lei de incentivo à cultura no Brasil, o *crowdfunding* está entre os principais modelos alternativos e exclusivamente privados. É fato que são abordagens diferentes com contextos diferentes. A Lei Rouanet, por uma manutenção de um modelo neoliberal, se fecha cada vez mais em um mecanismo voltado para as grandes empresas, para os grandes artistas e para os *profissionais integrados* (BECKER, 1977b) do mercado. Os *crowfundings* se firmam enquanto um mecanismo alternativo, voltados para características inovadoras pela estética ou pela temática, principalmente simbólicas, cidadãos e socioambientais. No entanto, não podem ser dissociados de suas características privadas, representadas pela intenção de lucro, pelas taxas cobradas aos projetos culturais e pelos patrocínios que conseguem com outras empresas, seja para promoção própria ou para parceria em projetos dentro das plataformas. É preciso confrontar esses modelos, identificar suas aproximações e principalmente suas divergências para verificar a possibilidade de um rompimento com uma lógica de financiamento e/ou uma continuidade dessa perspectiva.

Lei Rouanet e financiamento coletivo acontecem online. Ambos os modelos possuem regras próprias de funcionamento e exigem *capitais* específicos para adquirir sucesso dentro do campo. A diferença parece estar no formato que o projeto adquire para venda à outro indivíduo ou à outra empresa e na facilidade de comunicação online, que não ocorre com as empresas privadas que financiam por Lei Rouanet, mesmo que algumas abram processo próprio de edital para esse tipo de patrocínio por lei de incentivo. Esses processos costumam ocorrer uma vez por ano, são pouco transparentes e não permitem ao proponente uma visibilidade de

todo o processo de financiamento. É preciso considerar ainda a diferença de institucionalidade, enquanto a Lei Rouanet envolve processos burocráticos de tratamento com o Estado, os *crowdfundings* envolvem empresas privadas, que também necessitam do sucesso do projeto, e indivíduos da própria rede social do idealizador, em sua maioria.

Esses diferentes relacionamentos, devido ao tipo de relação com o Estado ou com as empresa privada e os indivíduos, também impacta na aprovação dos projetos, que passam por diferentes entendimentos e critérios pelos avaliadores. Embora as noções de valor para o campo cultural sejam parecidos, já que a arte possui regras próprias e tautológicas, como apontadas por Bourdieu (1996), a aprovação de projetos culturais na Lei Rouanet não pode levar em conta esses valores artísticos, devendo a CNIC avaliar por méritos técnicos, o que não acontece em plataformas de *crowdfunding*, sendo levado em conta, principalmente, a capacidade de mobilização e de conectividade em rede dos idealizadores. Para aprovação na Lei, eles precisam seguir regras estritamente objetivas e nas plataformas a avaliação segue regras pessoais. Já ao considerar a captação de recurso na Lei Rouanet esse distanciamento é menor, demandando igualmente redes e articulações, assim como regras de avaliação pessoas e regras que interessem aos objetivos das empresas.

Outra diferença delimitada entre modelos de financiamento é o discurso utilizado, principalmente voltado para a disseminação da informação, a transparência das ações e a agilidade / burocracia dos processos. Enquanto a Lei Rouanet possui um discurso mais tecnicista, pelo seu próprio formato de Lei, os *crowdfundings* conseguem um alcance mais abrangente, já que fazem parte de empresas que utilizam de marketing e precisam de rápido entendimento sobre seus produtos. Lima *et al.* (2011) percebem duas características fundamentais para sustentar esse discurso das plataformas colaborativas:

A primeira é a descentralização do poder. Neste caso, a autoridade reside com cada agente individual, e não está em um poder único centralizado (como um gerente de empresa, por exemplo). A segunda é que são utilizadas motivações sociais para a produção e coordenação dos agentes participantes, ao invés de vozes que comandam ou preços de mercado. (LIMA *et al.*, 2011, p. 7)

A descentralização de poder, no entanto, também pode ocorrer na Lei Rouanet, através de fomento por pessoa física, mas ainda está atrelada ao Estado,

que precisa aprovar uma autorização para captar por essas pessoas físicas. Nas plataformas colaborativas, essa descentralização do poder não significa, no entanto, uma democratização desse poder, já que, como apontado, ainda demanda uma série de capitais necessários para participar do campo. Pode-se pensar, nesse contexto, em duas categorias parecidas para projetos, tanto inscritos na Lei Rouanet quanto participantes de plataformas colaborativas.

A primeira categoria diz respeito aos projetos que utilizam a Lei Rouanet e os *crowdfundings* já os entendendo como um recurso viável para o financiamento, possuindo determinado grau de certeza do sucesso do projeto. Pode-se observar isso em projetos na Lei Rouanet que possuem alto capital simbólico adquirido pelo proponente, que já possui articulação com empresas dentro de um *mercado de patrocínios*, ou que possuem artistas com influência dentro do campo para disputar esses patrocínios. Encaixam-se aqui também projetos que já possuem incentivo e utilizam o *crowdfunding* como abatimento dos custos do projeto ou que possuem grande poder de mobilização nas redes sociais, como, por exemplo, determinadas campanhas com apelo popular.

A segunda categoria abrange os projetos que utilizam a Lei Rouanet e os *crowdfundings* como mais uma tentativa para o financiamento, apresentando determinado grau de incerteza do sucesso do projeto. Nesses casos, mais próximos dos *profissionais inconformistas* (BECKER, 1977b), há uma intenção de *tudo ou nada*, como o Catarse chama uma linha de patrocínio dentro de sua plataforma. Aqui, o retorno de *marketing* existe, mas ele pode estar aliado a uma taxa de fracasso.

Pela Lei Rouanet, essa diferenciação se justificaria pela criação do Ficart, ainda sem regulamentação, ou pelo fortalecimento do Fundo Nacional de Cultura. No *crowdfunding* não há essa diferenciação, embora os projetos não estejam tão pautados na taxa de retorno de marca, com exceção de alguns casos, como o *matchfunding* da Benfeitoria, mas sim na conectividade e abrangência das redes dos investidores e artistas. Essas duas categorias podem explicar porquê um projeto com muitos capitais não necessariamente concorre com outros projetos menores nas plataformas colaborativas e o porquê esse tipo de financiamento pode parecer mais justo. Primeiramente, há uma diferenciação nas redes sociais dos idealizadores desses projetos, mas há também diferenças de tratamento, caso isso seja uma

demanda. O projeto com mais certeza de seu sucesso pode optar por um modelo de redução de custos, que lucra de qualquer maneira, pelo financiamento coletivo recorrente ou contínuo ou ainda por um modelo associado às empresas privadas, que geram mais benefícios. Já o projeto ainda em uma situação mais incerta pode optar pela maneira clássica de financiamento dentro das plataformas, o *ganha ou perde*, contando com orientações das plataformas colaborativas, de suas assessorias para o financiamento.

Um fato interessante a se apontar é que uma das perguntas frequentes no site da Benfeitoria é se há a possibilidade de abatimento do imposto de renda ao financiar um projeto, que não é possível nas plataformas colaborativas, mas é na Lei Rouanet, tanto por empresas privadas quanto por pessoas físicas. Esse tipo de questionamento pode representar uma vontade de adquirir benefícios pelos apoiadores dos *crowdfundings* que só estão disponíveis para mecanismos públicos de incentivo. Nesse caso, é evidenciado a potencialidade de determinados pontos do fomento público, que pode utilizar-se de vantagens econômicas para o apoiador, assim como as plataformas colaborativas demandam as recompensas para quem patrocina. Portanto, as vantagens e desvantagens de cada modelo, seus diferentes discursos e suas proximidades parecem entrar em confronto, principalmente quando as plataformas colaborativas se identificam como uma nova economia ou, ainda mais específicas, como no caso do Catarse, dizem ocupar falhas nos sistemas tradicionais de fomento. O que se tem observado nos projetos culturais é que buscam-se diferentes formatos de financiamento, inclusive simultaneamente.

## **4.2 A dialética do financiamento**

Bier e Cavalheiro (2015) entendem o surgimento dos *crowdfundings* e uma consequente legitimação de seus processos pela sociedade civil como uma mudança no modelo de financiamento da cultura no Brasil. Essa mudança se concretiza, segundo os autores, ao evidenciar que a Lei Rouanet possui um mecanismo de incentivo à cultura para pessoas físicas tal qual os *crowdfundings*, no entanto não atingiu os mesmos adeptos e os mesmos montantes financeiros. Para Bier e Cavalheiro (2015), esses modelos são diferentes em seus conteúdos, contextos e processos.

Antes do advento do Crowdfunding os empreendedores culturais seguiam o caminho tradicional para transformar sua ideia em realidade, tais como apresentar planos de negócios aos agentes financiadores, como bancos e produtoras, ou até mesmo recorriam aos editais de grandes organizações de fomento à cultura. (BIER & CAVALHEIRO, 2015, p. 38)

Parece existir, nessa perspectiva, uma positivação do modelo existente no *crowdfunding*, uma possível aproximação entre economia e cultura a partir de um entendimento da cultura enquanto empreendimento, privilegiando seu potencial econômico e industrial frente ao seu potencial simbólico e social. No entanto, ao entender cultura enquanto recurso (YÚDICE, 2006) e o financiamento enquanto disputa (BENTES, 2007), o fomento à cultura surge muito mais como uma relação dialética, na qual é comum a utilização de todos os modelos disponíveis, a fim de concretizar os projetos culturais, essenciais para existência de uma multiplicidade de identidades, movimentos e grupos. Prova disso é que a própria Lei Rouanet permite a captação de recursos em mais de uma empresa privada ou até em outras leis de incentivo e/ou outros modelos. Nesse caso, o processo parece já prever sua ineficácia enquanto um modelo de financiamento democrático, deixando novamente para o proponente (idealizador) a missão de procurar inúmeras formas para financiar seu projeto. Isto é, cabe ao idealizador dominar mais de um mecanismo de fomento.

Esse contexto incentiva o *mercado de patrocínios* e, não muito distante, incentiva também um mercado de *crowdfundings*. A criação do *matchfunding*, por exemplo, une em um mesmo sistema formatos diferentes de financiamento, o de pessoas físicas e empresas privadas interessadas nas temáticas dos projetos. Esse modelo configura-se como uma dimensão dessa associação de financiamentos e coloca-se enquanto um diferencial para a plataforma que a criou, a Benfeitoria. A dialética do financiamento, então, traduz-se em disputa pelo fomento. Essas disputas estão contextualizadas em determinado tempo, espaço e, principalmente, em determinados recortes sociais. Não é qualquer prática cultural e, menos ainda, qualquer agente cultural que está apto a disputar as leis de incentivo, seja pelo desconhecimento de seus processos ou pelo distanciamento de uma lógica comercial, essencial para o retorno de *marketing* das empresas. E nos financiamentos colaborativos não é diferente.

Cada mecanismo de fomento preenche uma lacuna do financiamento em uma relação na qual os agentes, que as utilizam e possuem condições para disputá-las, demandam as manutenções e transformações em seus métodos para suprir suas

necessidades de fomento. Pode-se entender a Lei Rouanet enquanto dominante no setor do financiamento público à cultura e os *crowdfundings* enquanto movimentos necessários ao sistema neoliberal para suprir as demandas de certos mercados de nicho, retornando o conceito de *oligopólio de franja* (TOLILA, 2007). O fato dos *crowdfundings* estarem voltados prioritariamente aos mercados de nicho, ao mesmo tempo que se constituem enquanto brechas ao financiamento tradicional por modificarem parcialmente as *regras do jogo* (BOURDIEU, 1996), também contribuem para a manutenção de agentes dominantes nas leis de incentivo e nos próprios *crowdfundings*, já que não rompem com uma lógica neoliberal de fomento. Nesse sentido, o financiamento à cultura se encontra em uma perspectiva na qual o mercado se adapta às novas práticas que surgiram com as tecnologias e, principalmente, com a internet.

Essa capilaridade do financiamento, ao mesmo tempo que evidencia uma precarização do financiamento à cultura no Brasil, mostra um desenvolvimento da economia da cultura que, no atual contexto, demanda novos formatos de financiamento, principalmente em contraposição às leis de incentivo, mas que deveriam integrar-se à políticas de fomento.

O desenvolvimento da economia da cultura exige mecanismos diversificados de fomento, diferentes da política de apoio via leis de incentivo fiscal. É preciso formular ações integradas e contínuas que enfrentem os principais gargalos do setor. Implantar uma estratégia para esse setor - envolvendo financiamento, legislação, capacitação e regulação - é um desafio imediato se quisermos aproveitar oportunidades geradas pelas novas tecnologias que estão alterando modelos de negócio e formas de acesso a mercados. (PORTA, 2008).

Há aqui um confronto entre a diversidade de gestão e uma gestão da diversidade, conforme explorada por Barros (2011). É preciso, conforme pensado pelo autor, afastar a gestão de um entendimento exclusivo de desenvolvimento econômico,

a relação aqui proposta deveria partir da negação do mito da linearidade crescente, e assumir de forma circular e dinâmica a ideia da multilinearidade dos caminhos. Aqui, a gestão da diversidade constituir-se-ia para além da catalogação de curiosos modelos normativos, no difícil exercício de troca e hibridização dos mesmos. O reconhecimento da diversidade cultural poderia se transformar em experiência com as mesmas, tanto no campo subjetivo estético, quanto na dimensão normativa e racional. Em ambas, estaríamos explorando a dimensão simbólica da diversidade cultural, traduzindo-a como experiência de diversas ordens. (BARROS, 2011, p. 26)

A diversidade da cultura pode associar-se, portanto, a uma diversidade de gestão de suas variadas economias e necessidades de financiamento. No entanto, “[...] a cultura traduzida em oportunidade parece movimentar um significativo nicho de mercado.” (BARROS, 2011, p. 22), desencadeando um entendimento da cultura unicamente pela sua capacidade financeira e dominando os espaços de fomento seja com fins de aumentar a lucratividade das empresas patrocinadoras por Lei Rouanet ou das mediadoras por financiamentos coletivos. Até o presente momento, não há formas de gestões públicas que articulem e diversifiquem os modelos de financiamento a fim de romper hegemonias culturais. A experiência até os dias atuais têm diversificado a gestão, proporcionando diferentes agentes dominantes em cada modelo de financiamento.

### **4.3 Uma nova economia**

As empresas de financiamento coletivo adotaram um discurso de uma nova economia em contraponto ao que seria uma economia velha, arcaica e diferente das possibilidades criadas pelos seus sites. Ou, como explicada pelo Catarse, a economia colaborativa “ocupou uma grande falha dos sistemas tradicionais de financiamentos da produção criativa no país.”<sup>43</sup> Por esse motivo, as empresas de financiamento coletivo utilizam palavras-chaves como colaboratividade, compartilhamento, inovação, criatividade, entre outras. No entanto, não se pode tirar do objetivo destas empresas uma lógica de lucratividade, mesmo que não baseada no retorno de *marketing* idealizado na Lei Rouanet. Como descrito por Negri e Cocco (2006), há uma associação maior da cultura no campo do mercado, a fim de diferenciá-lo. Nesse caso, há uma associação da cultura e de seu poder simbólico no seu próprio processo de financiamento, a fim de delimitá-lo enquanto produto (nova economia *versus* velha economia). Pode-se entender essa associação também enquanto uma precarização do financiamento, uma perda no direito de financiar os projetos culturais caso o idealizador não se encaixe nos novos formatos incorporados pelas empresas, que auxiliam no processo de fomento. Da mesma maneira, faz com que o indivíduo precise concentrar funções da cadeia produtiva em si.

---

<sup>43</sup> Trecho retirado do documento sobre a História da fundação do Catarse, link voltado para a imprensa. Disponível em <<https://www.catarse.me/pt/press>> Acessado em 18 dez. 2016

No campo político, torna-se um risco que o próprio governo assuma o discurso da economia colaborativa enquanto solução para o financiamento à cultura no Brasil e deixe, por exemplo, de pensar mecanismos e políticas que atuem para sujeitos que poderiam ou não enquadrar-se dentro da economia colaborativa. Esse caminho excluiria ainda mais alguns indivíduos e contribuiria para uma privatização dos setores da cadeia produtiva e sua consequente preservação de hegemonia das elites. A gestão de Francisco Weffort (1995-2002) como Ministro da Cultura, ao valorizar em demasia a Lei Rouanet e a cultura enquanto negócio, assim como a Secretaria de Economia Criativa (2011-2015), ao incentivar um modelo empreendedor na cultura, podem ter trilhado em partes esse caminho. No entanto, como tornou-se comum na gestão pública de cultura, o processo administrativo de ambos os períodos foi interrompido e modificado por outra abordagem econômica sobre a cultura. Em qual sentido, então, a economia colaborativa seria um rompimento com um modelo econômico arcaico?

Pode-se resgatar aqui Viviana Zelizer (2009), para entender essa dinâmica através das teorias duais. Isto é, quando o debate sobre a cultura está em voga parece existir uma demanda por uma explicação econômica para legitimá-la, como se ambas não pudessem coexistir. Dentro das plataformas de *crowdfunding*, por exemplo, por vezes a aproximação entre economia e cultura precisa ser traduzida em ganhos diretos para o investidor, como as recompensas, o que é similar aos ganhos diretos de empresas patrocinadoras dos projetos por leis de incentivo, como cotas de ingresso, retorno de *marketing*, entre outros. Essa característica representa uma dificuldade de dissociar as noções de uma economia monetária e lucrativa do conceito de cultura. Em outras palavras, se a cultura possui financiamento, possuiria um fim exclusivamente comercial. No entanto, nos *crowfundings* essa noção está pautada no dom de dar, receber e retribuir (MAUSS, 2003), isto é, em uma determinada confiança entre os participantes. Marcel Mauss (2003), em seus estudos nas sociedades de tipo arcaico, observa um fenômeno<sup>44</sup> que pode-se utilizar aqui para entender o tipo de relação econômica, para além da monetária, nessas plataformas.

[...] o que eles trocam não são exclusivamente bens e riquezas, bens móveis e imóveis, coisas úteis economicamente. São, antes de tudo, amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças,

---

<sup>44</sup> *sistemas de prestações totais* (MAUSS, 2003, p. 191)

danças, festas, feiras, dos quais o mercado é apenas um dos momentos, e nos quais a circulação de riquezas não é senão um dos termos de um contrato bem mais geral e bem mais permanente. (MAUSS, 2003, p. 189-190)

A prática de presentear e retribuir nas plataformas colaborativas parecem ser utilizadas como uma forma de alavancar o financiamento, já que as recompensas podem motivar outros indivíduos a incentivarem suas redes sociais, mas também como uma certeza de que o financiamento garantirá uma retribuição física ou simbólica, dependendo do nível de contribuição. Essa retribuição, dada pelo idealizador do projeto, carrega geralmente uma aproximação com o próprio idealizador ou com o projeto, assim como Mauss entende que todo presente ofertado possui uma alma, resquícios do idealizador, o que explica a razão da retribuição. A dívida dada deve ser retribuída, em um sistema de prestações e contraprestações (MAUSS, 2003). No caso da Lei Rouanet, o financiamento da empresa privada, através do mecenato, a algum projeto cultural parece gerar uma prática parecida, já que, mesmo utilizando recursos públicos, a empresa adquire o direito de utilizar sua marca na divulgação do projeto, fomentando seu próprio *marketing*. Essa prática dita colaborativa bastaria, então, para modificar a relação neoliberal no financiamento à cultura das leis de incentivo?

A verdade é que tanto as leis de incentivo como os *crowdfundings* parecem trilhar um caminho parecido, especializando-se em um contexto *online*, tautológico e de constante aproximação e afastamento entre economia e cultura. No entanto, é preciso sempre destacar o princípio de que as leis de incentivo são públicas e os financiamentos coletivos não, mesmo que Bentes (2007, p. 94) acredite que

[...] o desafio é fazer emergir uma cultura de redes que apoie e reforce a criação de novas institucionalidades - e induza a isso - com redes específicas de cogestão com o sistema MinC em todos os níveis. O sistema de participação vai desde a ativação dos Pontos de Cultura, agentes territoriais locais, redes e arranjos nacionais, conferências, teias, fóruns e encontros até plataformas, gabinetes digitais, consultas públicas e ferramentas de participação virtuais, em escala e modulação distintas mas complementares (BENTES, 2007, p. 94)

Diferente do entendido por Bentes (2007), de fato é preciso considerar uma possível nova economia, mas voltada para a lógica dos sujeitos que já estavam afastados da velha economia e não encontraram nesses novos procedimentos a solução para disputarem igualmente o financiamento à cultura, já que esta se

apresenta enquanto um espaço de disputa de visão de mundo e de hegemonia da elite assim como a anterior. Nesse sentido, Castells lembra que

[...] a nova economia se funda num potencial sem precedentes de crescimento da produtividade em decorrência dos usos da Internet por todo tipo de empresa em todo tipo de operação, então estamos ingressando, provavelmente, num novo mundo dos negócios. Um mundo que não cancela ciclos comerciais nem substitui leis econômicas, mas transforma suas modalidades e suas consequências ao mesmo tempo em que acrescenta novas regras ao jogo (como rendimentos crescentes e feito de rede). Por um lado, a nova economia é a economia da indústria da internet. Em outra abordagem, observamos o crescimento de uma nova economia a partir de dentro da velha economia, como um resultado do uso da Internet pelas empresas, para seu próprio objetivo e em contextos específicos. (CASTELLS, 2003, p. 10)

A internet não têm mudado as regras do jogo completamente, mas as complexificado (CASTELLS, 2003; MILLER & HORST, 2015). A nova economia dentro da velha economia é uma boa síntese de como os *crowdfundings* parecem funcionar. Assim como pensado por Becker (1977b), através dos *artistas integrados* e dos *inconformistas*, e por Bourdieu (1996), através da concordância do motivo de discordar entre dois pólos de interesse, o que seria a nova economia para os *crowdfundings* parece ser contrário ao que seria a velha economia. No entanto, as diferenças de cada um dos modelos se concentra nos detentores dos recursos de cada um, que podem ser os mesmos, mas não na descentralização do conhecimento, das ferramentas e do discurso utilizado. O Ficart, Fundo nunca regulamentado da Lei Rouanet, por exemplo, possui alguns pontos muito próximos com algumas experiências de financiamentos coletivos, principalmente os casos nos quais é preciso atingir a quantia de dinheiro solicitada senão ela retorna para os investidores. Em ambos os casos, o investidor ganha ou perde junto ao projeto. A chance de risco é parecida, mas no caso do Ficart, ela é posterior ao financiamento, o que pode ocasionar em prejuízo, e no caso do financiamento coletivo, ela se restringe à etapa do fomento. Novamente, uma etapa da cadeia produtiva é monopolizada e depende de diversos fatores para acontecer. Nova e velha economia não parecem tão diferentes assim nessa perspectiva.

Esse argumento é potencializado ao tentar aproximar das leis de incentivo os conceitos das plataformas colaborativas, principalmente o que elas atribuem como valores para os idealizadores de sucesso dessas plataformas. O fato da colaboratividade, pode ser analisada na Lei Rouanet. Além de Becker (1977a)

entender uma dimensão coletiva em qualquer atividade, a Lei Rouanet demanda uma série de diferentes agentes para sua concretização, desde os agentes que aprovam os projetos autorizados a captar financiamento até os empregados das empresas investidoras, bancos, produtores etc. A colaboração é igual enquanto conceito, mas diferente enquanto tipo de participação e alcance desses agentes. Isto é, mesmo que na Lei Rouanet seja possível o patrocínio por pessoa física, ele envolve uma burocracia maior e um tipo de relacionamento diferente, de pessoas físicas para Estado *versus* pessoas físicas para pessoas físicas nas plataformas colaborativas, o que justifica o baixo valor de patrocínio por pessoas físicas na Lei Rouanet.

Os estudos da economia da cultura, em especial seus levantamentos de índices, mostram que há uma diminuição da diversidade cultural quando há concentração em qualquer etapa de seu processo produtivo (TOLILA, 2007). É de se esperar que, dado o recorte de classe e de modelo do financiamento coletivo e da Lei Rouanet, passasse a existir uma menor diversidade cultural em ambos os casos e, portanto, um discurso diferente do que seria abordado pela nova economia entendida nos financiamentos coletivos.

Trebor Scholz (2016), em recente dossiê para a Fundação Rosa Luxemburgo, identifica uma mudança de caminho nas plataformas colaborativas. Em dado momento, esses mecanismos modificaram suas formas de atuação de um modelo com fim cooperativo para um modelo com fins cooperativo e lucrativo. Para ele, essas plataformas estão tão ligadas e dependentes do mercado como qualquer empresa, o que cria uma auto-exploração inevitável para os trabalhadores e para os usuários. O *cooperativismo de plataforma*<sup>45</sup>, sustenta Scholz (2016), é entendido em um *capitalismo de plataforma*, pautado na economia colaborativa e compartilhada. As empresas funcionam nesse sistema em escala global, com alto grau de verticalização, opressão sobre os funcionários e usuários, assim como possuem como fim a maximização dos retornos financeiros para si e para outras empresas. O *cooperativismo de plataforma* é construído simultaneamente por empresa e

---

<sup>45</sup> Livre tradução de *Platform Cooperativism*. O conceito, segundo Trebor Scholz (2016), é formado por três partes: a associação das empresas com a tecnologia e com valores da democracia para criar uma noção de que a plataforma criada é uma mudança estrutural; o estabelecimento de um imaginário de solidariedade sobre a plataforma, através da economia colaborativa, e muitas vezes do anonimato dos trabalhadores e usuários; e, por fim, o fato das plataformas serem construídas a partir da reformulação de conceitos como inovação e eficiência que beneficia a todos e não apenas alguns.

consumidores (SCHOLZ, 2016), criando uma noção de compartilhamento, generosidade e até mesmo afeto, como explorado por alguns sites de financiamento.

Os *crowdfundings* podem ser analisados através do termo elaborado por Scholz (2016), com algumas restrições, como o alto grau de verticalização que algumas empresas tentam romper. Esses *crowdfundings*, dado o panorama do que seria uma nova economia e entendendo o papel que eles têm desempenhado frente a esse cenário, não romperam com a lógica neoliberal e lucrativa das leis de incentivo. Isto quer dizer que o financiamento coletivo ainda não é para todos, mas, ao mesmo tempo, não representa uma inércia dos formatos de fomento. Esses, na verdade, estão apenas longe de garantir uma abertura para uma diversidade de agentes e projetos. Aqui, é preferível adotar o entendimento do financiamento coletivo enquanto mais uma complexificação das economias da cultura, no qual

O plural “economias da cultura” foi um artifício para mostrar que são múltiplas as posições teóricas e os interesses envolvidos em se observar, medir, analisar, tomar partido e intervir na esfera cultural de um país a partir de sua base material.” (DURAND, 2013, p. 163)

Essa amplitude de modelos de financiamento, ao mesmo tempo que marca a diversidade de mecanismos para realizar um projeto cultural, evidencia hegemonias culturais dominantes em cada um desses sistemas e a necessidade dos agentes diversificarem constantemente a tentativa de patrocinarem seus projetos e os mediadores possíveis para tal.

#### **4.4 Para além das leis e das plataformas**

A economia da cultura caminha para pensar novas formas de financiamento à cultura, priorizando participação, colaboração, diversidade e, principalmente, mudanças no entendimento da cultura enquanto um ativo econômico e simbólico, simultaneamente, diferente do entendido pelas *esferas separadas e mundos hostis* (ZELIZER, 2009).

Nas leis de incentivo, foi feito um esforço nos últimos anos para debater, dentro dos sistemas elaborados pelo governo, um novo programa para o incentivo à cultura, que substituiria a Lei Rouanet no seu processo nacional de fomento. O

Procultura<sup>46</sup>, entre seus diversos debates na Câmara e no Senado, possui seu foco no privilégio do Fundo Nacional de Cultura que, entre outras mudanças, passaria a ser um fundo de natureza contábil e financeira, permitindo repassar recursos não utilizados no ano em vigência para o ano seguinte. Atualmente, o saldo do fundo, ao final do ano, precisa ser repassado ao Tesouro Nacional. O Fundo, com mais recursos, seria dividido em diferentes áreas, a fim de privilegiar uma diversidade maior de propostas e estéticas, assim como possuiria mecanismos mais bem definidos para diminuir a concentração regional dos recursos. No entanto, ficam dúvidas se o sistema seria de fato eficaz, já que o próprio Fundo existente está longe de corrigir as falhas do mecenato na Lei Rouanet e fica dependente da vontade do governo de gerí-lo, compreendendo, para tanto, uma descontinuidade político-administrativa, principalmente na área da cultura. Juca Ferreira, em seu segundo mandato enquanto Ministro da Cultura (2015-2016), proferiu a comparação que dá título a este capítulo e a este trabalho, entendendo a Lei Rouanet enquanto um ovo da serpente neoliberal. Para além das razões que justificam a adoção do termo, já exploradas no Capítulo II, sua utilização somada a noção de *crowdfunding* também como parte de um contexto neoliberal leva a refletir sobre o ovo da serpente também estar associado a todos os outros mecanismos que dificilmente rompem com lógicas monetárias tradicionais, isto é, que não rompem com a dominação cultural das elites sobre as etapas da cadeia produtiva, em especial o financiamento. São exemplos de outras experiências que tentam romper com o financiamento: o Cultura Viva; os editais de financiamento contínuo; as premiações; entre outras políticas de planejamento econômico.

O Cultura Viva buscou uma forma mais direta de financiar, principalmente através do reconhecimento das ações culturais que já eram praticadas antes da execução de seu edital. No entanto, ainda são feitas críticas ao volume do recurso repassado perto de outras áreas do governo e do próprio Ministério da cultura, como o montante de renúncia fiscal por leis de incentivo, e principalmente ao processo burocrático para ações culturais que deveriam incluir, na maioria das vezes, agentes mais afastados da lógica monetária e da demanda técnico-científica necessária para participar de outros modelos de financiamento. Nessa perspectiva, há alguns anos o

---

<sup>46</sup> Projeto de Lei em trâmite no Senado para substituição do mecanismo federal de incentivo à cultura. Verificar PLC nº 93, de 2014, no Senado e PL 6722, de 2010, na Câmara.

ministério começou a discutir uma desburocratização do programa<sup>47</sup>, que parece não avançar com as descontinuidades políticas.

Outras políticas de fomento se concentraram em pensar estratégias que preencham outras lacunas de uma política de financiamento. Os editais de fomento contínuo, por exemplo, abordam a necessidade de algumas ações receberem um apoio ou sustentação por um período maior de tempo. As premiações, na contramão, se atentam a repassar recursos às ações já realizadas, já funcionando como prestação de contas e diminuindo o processo burocrático posterior ao recebimento dos recursos. Todos esses repasses, em sua maioria, são ainda realizados entre governos e pessoas jurídicas, em suas mais variadas formas, havendo poucas exceções.

Existem muitas outras formas de financiamento. Algumas interessantes trabalham com redução de custos e planejamento econômico, como: a disponibilização de um mapeamento de agentes, empresas e fornecedores culturais; a redução de impostos para atividades e locais culturais; e a promoção de políticas que fomentem público, agentes e outras demandas do setor cultural. Como identificado por Porta (2008), o desenvolvimento de uma estratégia que integre “financiamento, legislação, capacitação e regulação” (PORTA, 2008) pode ser a melhor maneira de aproveitar a oportunidade das novas tecnologias. O que se entende aqui é que “É preciso ultrapassar a lógica de projetos pontuais em prol de estratégias de desenvolvimento.” (PORTA, 2008). As políticas de fomento não se restringem às políticas de leis de incentivo e de plataformas colaborativas e, pelo contrário, esses dois lados do financiamento à cultura têm contribuído mais para criação de gargalos na cadeia produtiva da cultura, que deveria estar voltada para a descentralização de recursos, do que para o aumento de abrangência do financiamento em termos de diversidade cultural e o direito de fomento garantido pela Constituição, tanto para fruição quanto para produção.

---

<sup>47</sup><http://www.ebc.com.br/cultura/2015/02/minc-promete-simplificar-prestacao-de-contas-de-pontos-de-cultura> - Acessado em 19 dez. 2016

## CONCLUSÃO

A tensão entre economia e cultura em diferentes campos é constante. No campo artístico, há uma preocupação em criar diferentes significados a partir da relação dessas duas áreas, seja modificando a noção monetária da economia, como nas obras de Cildo Meireles, ou igualando cultura e capital, conforme apresentado pelo chileno Alfredo Jaar. No campo científico, houve uma demora para a associação entre cultura e economia, mas, ao mesmo tempo, certa aproximação aconteceu a partir da noção de economia da cultura ou de economias da cultura. No campo político brasileiro, ambos os campos e o próprio termo economia da cultura estiveram associados majoritariamente às leis de incentivo à cultura e poucas mudanças foram propostas para esse cenário. Em todas essas perspectivas, a associação entre economia e cultura ora pende mais para uma ideia desenvolvimentista da cultura, ora para a atribuição de características culturais para a economia e para os seus produtos (NEGRI & COCCO, 2006). É difícil identificar um panorama que entendeu a coexistência de ambos os campos sem a interferência de um sobre o outro (ZELIZER, 2009).

Ao investigar o desenvolvimento dos modelos de financiamento à cultura no Brasil, essa tensão torna-se mais latente, principalmente pela centralidade do fomento nas leis de incentivo à cultura, especialmente a Lei Rouanet, que já conta com 25 anos de vigência, e pela busca de artistas, produtores e do próprio mercado por novos modelos de financiamento.

Sobre a Lei Rouanet, identifica-se hoje uma série de consequências da manutenção de seu modelo, desde uma concentração regional dos recursos, a dificuldade de inscrição de projetos, o entendimento do seu funcionamento até um mercado de patrocínios, que demanda conhecimento técnico-científico, influência política, artística, financeira e, principalmente, *capital simbólico* (BOURDIEU, 1996). Essas consequências estão associadas ao modelo da Lei Rouanet, compreendido pelo viés neoliberal do contexto de sua criação e ampliado durante gestões futuras do Ministério da Cultura, mas também estão associadas a uma manutenção da dominação dos meios de fomento e de distribuição por parte da elite.

Sobre os novos modelos de financiamento, em especial os *crowdfundings*, que chamaram atenção nos últimos anos pela abrangência de projetos incentivados e pela quantidade de investidores, identifica-se um discurso que se opõe ao que

seria um modelo clássico de financiamento, posição na qual encontram-se as leis de incentivo (especialmente a Lei Rouanet). Esse discurso sustenta-se a partir de ferramentas tecnológicas, que complexificam a disputa (MILLER & HORST, 2015) a partir de recursos imagéticos, textuais e pedagógicos, mas, sobretudo, a partir da noção bem delineada sobre o dom de dar, receber e retribuir (MAUSS, 2003) e da sensação de transferência de poder para os próprios usuários da plataforma, em uma relação de pessoa física para pessoa física, que pode existir na Lei Rouanet, mas ainda esbarra em uma burocracia de pessoa física para Estado.

Nesses dois modelos de financiamento, economia e cultura encontram novas aproximações e divergências. Na Lei Rouanet, a cultura ganha perspectivas econômicas amplas, com valores mais expressivos do que o orçamento do Ministério da Cultura poderia ofertar. No entanto, é rodeada de gargalos na distribuição desse financiamento. Nos *crowdfundings*, por um lado, parece existir um diálogo maior entre os dois campos, principalmente pela noção de cultura a partir da ideia de projeto e de empreendimento, mas com um discurso ainda ligado ao compartilhamento, ao afeto e ao simbólico. Entretanto, há, assim como na Lei Rouanet, um mercado próprio para as plataformas, que demandam conhecimentos e capitais específicos, redes sociais abrangentes e influentes e apoios de empresas privadas para existência dos sites, assim como no que eles consideram como métodos tradicionais de fomento. Essas plataformas colaborativas atribuíram ainda uma noção lucrativa sobre a ideia de cooperação e compartilhamento (SCHOLZ, 2016), que já existia em qualquer nível de trabalho (BECKER, 1977a).

O que se verifica, dados esses contextos, é a manutenção de uma lógica neoliberal no incentivo da cultura, mas que se modifica constantemente com novas ferramentas e discursos e, até mesmo, com novos agentes dominantes desses métodos de financiamento. Nesse sentido, há uma precarização do fomento, longe de uma democratização e de uma descentralização dos recursos, como por vezes é defendido em ambos os modelos, tanto pelas plataformas quanto pelo governo. A nova economia defendida pelas plataformas colaborativas é uma economia dentro da velha economia, não cancela ciclos comerciais e/ou leis econômicas, mas acrescenta novas regras (CASTELLS, 2003), o que não necessariamente facilita a compreensão da velha economia e, pelo contrário, afasta quem já não conhecia as suas *regras do jogo* (BOURDIEU, 1996).

É preciso pensar, principalmente em âmbito das leis de incentivo, pelo seu caráter público, em novas formas de participação no financiamento para os sujeitos mais afastados dessa relação entre economia e cultura, de forma que ultrapasse os projetos pontuais (PORTA, 2008), mas não perdure da mesma maneira que ocorre com a Lei Rouanet. Muitas iniciativas foram propostas nesse sentido, principalmente após o governo Lula (2003-2010), mas não conseguiram romper com os moldes neoliberais do principal mecanismo de fomento brasileiro. O caminho para esse fim parece estar no entendimento de ambos os campos enquanto coexistentes, isto é, economia e cultura enquanto campos indissociáveis, o que ainda não foi feito dentro das políticas de financiamento no Brasil. Sobretudo, é preciso entender que o financiamento se configura simultaneamente enquanto disputa (BENTES, 2007) e enquanto recurso (YÚDICE, 2006), sendo uma das principais etapas para concretização de qualquer atividade cultural.

Para estudos futuros, recomenda-se aproximar outros modelos de fomento e investigar em quais níveis se dão essas disputas pelo financiamento, através de quais agentes, instituições e capitais. É preciso analisar a transformação da cultura e de seu conceito a partir da análise da disputa pelo financiamento no Brasil. Dado o privilégio que a elite possui sobre os mecanismos de fomento, como observado neste trabalho, uma maior investigação sobre o fomento é de suma importância para o entendimento da relação entre economia e cultura e para identificar as lógicas de manutenção de poder no país.

A ampliação dos estudos sobre economia da cultura, aqui, entra como questão fundamental, não só para trazer a uma centralidade ao debate da relação entre economia e cultura, mas para colocar em foco a questão que pode modificar o panorama para as políticas culturais e para a maior diversidade dos seus agentes no Brasil.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUGUSTIN, André Coutinho. O neoliberalismo e seu impacto na política cultural brasileira. In: II Seminário Internacional Políticas Culturais. Rio de Janeiro, 2011. In: *Anais do II Seminário Internacional Políticas Culturais*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa/Ministério da Cultura, 2011.

BARROS, José Márcio. Diversidade cultural e gestão: sua extensão e complexidade. p. 20 - 27 In BARROS, José Márcio; OLIVEIRA JÚNIOR, José (orgs.). *Pensar e agir com a cultura: desafios da gestão cultural*. Belo Horizonte: Observatório da Diversidade cultural, 2011. 156p.

BECKER, Howerd. Arte como ação coletiva. In *Uma teoria da ação coletiva*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1977a. p. 205-222

\_\_\_\_\_. Mundos artísticos e tipos sociais, In: VELHO, Gilberto. *Arte e Sociedade: ensaios de sociologia da arte*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1977b, p. 9-26.

BELEM, Marcela; DONADONE, Júlio César. A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”. In *Revista Norus: Novos Rumos Sociológicos*, Pelotas, v. 1, n. 1, p. 51-61, jan/jun, 2013.

BENHAMOU, Françoise. *A Economia da Cultura*. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

BENTES, Ivana. Cultura de redes e políticas culturais no Brasil. In *Revista Observatório Itaú Cultural : OIC. - N. 19 (nov. 2015/maio 2016)*. – São Paulo : Itaú Cultural, 2007

BIER, Clerilei Aparecida; CAVALHEIRO, Ricardo Alves. Lei Rouanet x crowdfunding: fomentando os empreendimentos culturais in *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 2015. p 30 - 47.

BOLAÑO, César, MOTA, Joanne e MOURA, Fábio. Leis de incentivo à cultura via renúncia fiscal no Brasil. In CALABRE, Lia (org). *Políticas culturais: pesquisa e formação*. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012. 332 p.

BOURDIEU, Pierre. É possível um ato desinteressado? In: *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Tradução: Mariza Corrêa. Campinas, SP: Papirus, 1996.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, 1988. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>

\_\_\_\_\_. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8313cons.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm)>

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2003.

CESNIK, Fábio de Sá. *Guia do Incentivo à cultura*. 3.ed. São Paulo: Editora Manole, 2012.

COCATE, Flávia Medeiros, PERNISA JÚNIOR, Carlos. Crowdfunding: estudo sobre o fenômeno virtual. *Líbero*: São Paulo, v.15, n. 29, p. 135-144, Jun de 2012.

DUARTE, Renata; CALABRE, Lia. Lei Sarney em números: primeiras análises. In *Anais do VII Seminário Internacional de Políticas Culturais*, 17 a 20 de maio de 2016, Rio de Janeiro / Organizadores: Lia Calabre... [et al.] – Rio de Janeiro : Fundação Casa de Rui Barbosa, 2016.

DURAND, José Carlos. *Política cultural e economia da cultura*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo / Ateliê Editorial, 2013.

FERREIRA, Juca. *Discurso do ministro da cultura Juca Ferreira*. Brasília: Ministério da Cultura, 2015. Disponível em <[http://www.cultura.gov.br/banner2/-/asset\\_publisher/B8a2Gazsrvox/content/discurso-de-posse-de-juca-ferreira/10883](http://www.cultura.gov.br/banner2/-/asset_publisher/B8a2Gazsrvox/content/discurso-de-posse-de-juca-ferreira/10883) >

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. *Economia da cultura: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil*. Brasília, IPC/ Secretaria de apoio à Produção Cultural. Minc, 1988

LIMA, Clóvis *et al.* Trabalho imaterial, produção cultural colaborativa e economia da dádiva. In *Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação*, vol. XIII, n.1. Abr. 2011.

MAIA, Carmen. *Cildo Meireles*, Rio de Janeiro: FUNARTE, 2009. 116p.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas in *Sociologia e antropologia*. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2003. p 183 - 314.

MIGUEZ, Paulo. Alguns aspectos do processo de constituição do campo de estudos em Economia da Cultura. *Anais do IV Enecult - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. 28 a 30 de maio de 2008, Salvador. Disponível em <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14643-01.pdf>:>

MILLER, Daniel; HORST, Heather. O digital e o humano: prospecto para uma antropologia digital. *Parágrafo*, v.2, n.3, jul-dez 2015, p.99-111.

MINISTÉRIO DA CULTURA (BR). *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações*, 2011 – 2014. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-11-content/uploads/2011/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf> >

\_\_\_\_\_. *Relatório de recursos da Lei Rouanet*, 2015. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1171222/Relat%C3%B3rio+2014.2015+para+publica%C3%A7%C3%A3o.pdf/74399ba3-efd9-4953-affe-a17d46e31c85>>

\_\_\_\_\_. *Relatório Final - Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura*, 2016. Disponível em <[http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA\\_PNEC\\_RELATO%CC%81RIO+FINAL.compressed.pdf/8b6dec76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6](http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA_PNEC_RELATO%CC%81RIO+FINAL.compressed.pdf/8b6dec76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6)>

MINISTRO diz que Lei Rouanet é 'engodo' e 'ovo da serpente neoliberal'. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 29 de jan. 2015. Disponível em <[http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/01/1582605-ministro-diz-que-lei-rouanet-e-engodo-e-ovo-da-serpente-neoliberal.shtml#\\_=\\_](http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/01/1582605-ministro-diz-que-lei-rouanet-e-engodo-e-ovo-da-serpente-neoliberal.shtml#_=_)>

NEGRI, Antonio; COCCO, Giuseppe. O monstro e o poeta. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 03 de mar. 2006. Tendências/Debates. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0303200609.htm>>

PORTA, Paula. *Economia da Cultura: um setor estratégico para o país*. Brasília: Ministério da Cultura, 2008.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia da Cultura e Desenvolvimento: Panorama geral e sugestão de debates para não-economistas. In *Revista Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, nº 02, pág 50--58, 2007.

RUBIM, Albino; BARBALHO, Alexandre; COSTA, Leonardo. *Formação em organização da cultura no Brasil: apontamentos iniciais*. Relatório Final. Minc: 2009 Disponível em:<[http://www.organizacaocultural.ufba.br/apontamentos\\_iniciais.pdf](http://www.organizacaocultural.ufba.br/apontamentos_iniciais.pdf)>. Acesso em 13 nov, 2016.

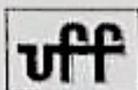
SCHOLZ, Trebor. *Platform cooperativism: challenging the corporate sharing economy*. Rosa Luxemburg Foundation, 2016. Disponível em < [http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files\\_mf/scholz\\_platformcoop.pdf](http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files_mf/scholz_platformcoop.pdf) >

SISTEMA FIRJAN. *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*, 2014. Disponível em <<http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/mapeamento-industria-criativa-2014.pdf>>

TOLILA, Paul. *Cultura e Economia*. São Paulo: Iluminuras, 2007.

YÚDICE, George. A conveniência da cultura. In \_\_\_\_\_. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

ZELIZER, Viviana. Dualidades perigosas. In: *Mana*.15, nº 1: 237-256, Rio de Janeiro, 2009.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

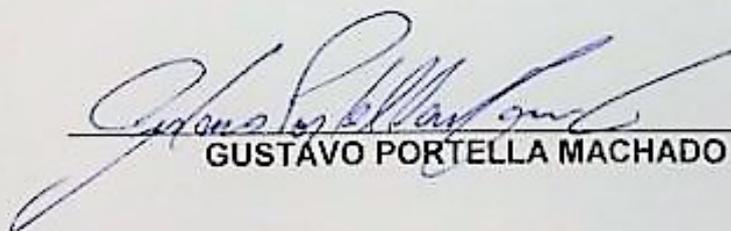
---

## AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE MONOGRAFIA

---

Niterói, 19/01/2017

Eu, **GUSTAVO PORTELLA MACHADO**, CPF 160.606.537-82 formando(a) do curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, autorizo a divulgação do conteúdo da monografia (texto integral e/ou fragmentos, respeitada a autoria) intitulada **"O OVO DA SERPENTE: A ECONOMIA DA CULTURA ENTRE LEIS DE INCENTIVO E NOVOS MODELOS DE FINANCIAMENTO"** defendida nesta data, em bibliotecas e sítios de divulgação de resultados científicos e acadêmicos. Para tal, comprometo-me a entregar a presente monografia em versão digital, em PDF.



---

**GUSTAVO PORTELLA MACHADO**