

FINANCIAMENTOS DE PROJETOS CULTURAIS POR INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS: UMA CONVENIÊNCIA DE CULTURA

JOICIANE RODRIGUES DE SOUSA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

FERNANDO GOMES DE PAIVA JÚNIOR

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

FELIPE MOURA OLIVEIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

Agradecimento à órgão de fomento:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

FINANCIAMENTOS DE PROJETOS CULTURAIS POR INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS: UMA CONVENIÊNCIA DE CULTURA

1. INTRODUÇÃO

Os projetos culturais no Brasil recebem fomento financeiro de organizações que querem mostrar sua responsabilidade social e promover a sua imagem, sejam as grandes estatais como a Petrobrás, as instituições financeiras, empresas privadas, ou de fontes oficiais provenientes do governo, como do programa Cultura Viva do Ministério da Cultura (ALVES, 2017; LORÊTO; PACHECO, 2007; MELO et al., 2014; SOVIK, 2014).

A existência da conveniência de cultura entre as partes constitui um aspecto relevante, pois Yúdice (2006) assevera que isso acontece quando a cultura deixa de se tratar apenas de um modo de vida e se torna um produto do sistema. Os artefatos culturais como música, teatro, dança e filmes passaram a fazer parte da indústria de entretenimento do mundo globalizado, no qual para manter sua sustentabilidade angariam investimentos de setores não governamentais.

Instituições bancárias aproveitaram-se da diminuição da participação do Estado no segmento cultural, decorrente das leis de incentivo a renúncia fiscal pelas organizações que investem em cultura, e da possibilidade de se obter reconhecimento midiático da comunidade para, assim, envolver-se nos investimentos dessa área de fomento cultural (CERQUEIRA, 2018; LORÊTO; PACHECO, 2007; SILVA; MAZZIONI, 2016; SIMÕES; PIRES, 2015).

Desse modo, o problema central deste estudo reside em: "como o financiamento por instituições bancárias em projetos culturais pode ser visto em termos de conveniência de cultura?". A escolha dessas entidades se deve ao fato de elas possuírem valor de destinação aos projetos de responsabilidade social, com destaque para o segmento de cultura (ALEIXO, 2013; MELO et al., 2014; SILVA; MAZZIONI, 2016; TABOSA, 2012).

O objetivo do estudo consiste em descrever como o financiamento por instituições bancárias em projetos culturais pode ser visto em termos de conveniência de cultura. A ideia aqui diz respeito ao esforço por se identificar categorias de artefatos culturais que sejam contempladas pelos editais das entidades bancárias e averiguar os critérios definidos para a seleção dos projetos, além de buscar verificar que impactos podem ser gerados e compreender como pode está acontecendo a conveniência de cultura nessa relação de financiamentos.

Este estudo traz como contribuição acadêmica a discussão acerca de financiamentos em projetos culturais por instituições bancárias, diferenciando-se na literatura ao considerar a conveniência de cultura proposta por Yúdice (2006). Como contribuição prática, favorece a definição de ações administrativas e estratégicas pelos gestores dos bancos e pelos produtores de cultura dentro de sua própria realidade, podendo servir de base para projetos futuros. Também traz resultados importantes para o governo, a fim de inovar suas políticas públicas.

O estudo mostra que a conveniência de cultura acontece nos financiamentos entre as instituições bancárias e os agentes de produção cultural, demonstrando mais, que as primeiras obtêm maior benefício na negociação.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com o intuito de embasar os resultados, apresenta-se uma discussão quanto aos financiamentos de projetos culturais, às instituições bancárias como financiadoras de projetos culturais e financiamentos como conveniência de cultura.

2.1. Financiamentos de projetos culturais

O campo da cultura é fundamental para a prosperidade da sociedade e um bom planejamento governamental na área é essencial. Tal como no Brasil, alguns países apresentam atuações similares como investimentos por meio de subsídios do Estado aos patrocínios das empresas, controle de aprovação dos projetos por agentes públicos, problemas com prioridade da cultura e uso da lógica mercantil (BUKVIĆ; ŠAIN; MARŠIĆ, 2018; GAGRO, 2019; KICHURCHAK, 2020; KIM et al., 2020; LEE, 2022; MODZELEWSKA et al., 2020; SRAKAR; VECCO; TÓTH, 2017; STORONYANSKA; KINAL, 2023; МУЗЫЧУК, 2019).

A produção cultural possibilita o empoderamento das pessoas a partir de suas identidades, a fim de alcançar uma democracia efetiva. Pelo que a cultura representa, pode contribuir para a cidadania, impactando nas realidades sociais através da criatividade, inovação e sustentabilidade, e o respeito às diferenças e à diversidade (COSTA; MEDEIROS; BUCCO, 2017).

O tema cultura e seus setores desperta preocupações com questões a serem delineadas de forma aprofundada, uma delas é o entendimento com respeito à identidade profissional dos produtores desse campo. No prisma da psicologia social do trabalho surge um fator crítico, dado que não se pode analisar a atuação deles em uma visão de emprego tradicional e se precisa levar em consideração identidades e representações (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2012; HALL, 1997; WOODWARD, 2000).

O Ministério da Cultura (MinC) tem força no planejamento e execução das políticas nacionais de cultura e de artes brasileiras, uma vez que o seu foco está na cidadania e na diversidade cultural, direitos autorais e intelectuais, economia criativa e fomento cultural, formação, livro e leitura, audiovisual e cinema, patrimônio histórico e artístico, museus e bibliotecas nacionais. O financiamento da cultura pode ocorrer através da Lei de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), Lei Paulo Gustavo, Lei Aldir Blanc, Cultura Viva, e com financiamento direto por meio de editais para projetos específicos lançados anualmente (BRASIL, 2023).

A Lei Rouanet representa o meio primordial de regulação de financiamento à cultura no Brasil. Nos seus artifícios, subsidia a cultura de modo direto por meio do Fundo Nacional de Cultura (FNC), e indireto por meio do Mecenato, e mais a partir dos Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart). O Mecenato se sobressai pelas regalias fiscais ao imposto de renda devido por pessoa física ou jurídica, garantindo a possibilidade de sua promoção e publicidade, podendo ainda deduzir o valor total patrocinado, sempre respeitando os limites do imposto de 4% ou 6% para pessoa jurídica ou física, nessa ordem (CERQUEIRA, 2018).

Regulamentações são necessárias para garantir que as políticas de fomento à cultura sejam executadas. No contexto internacional, salienta-se a colaboração da UNESCO e no contexto brasileiro as políticas públicas culturais nos governos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, entre 2003 e 2010, com um esforço em estabelecer um diálogo para revisar, formular, estruturar e executar as políticas setoriais (CERQUEIRA, 2018; POZZER, 2011; THOMPSON, 1997). Nos últimos anos, o setor passou por retrocessos, mas, com a volta do presidente ao cargo presidencial em 2023, espera-se a retomada de medidas nesse sentido.

Os projetos culturais do Ministério da Cultura do Brasil são identificados em sete áreas temáticas, a saber, audiovisual, humanidades, música, artes cênicas, artes integradas, patrimônio cultural e artes visuais. Cada uma destas áreas temáticas possui subdivisões, como por exemplo, as artes cênicas dispõem das áreas de dança, circo, ópera e teatro, que caracterizam particularidades de suas conjunturas culturais (SILVA et al., 2021).

Estudo aplicando Mineração de Textos sobre dados abertos governamentais, usando o algoritmo Latent Dirichlet Allocation (LDA), identificou ao fazer uma nuvem de palavras do

corpus de pesquisa, que as palavras mais frequentes foram “temporada”, “crianças”, “espetáculo”, “teatral”, “social”. Com isso, inferiu que o “Teatro Infantil” é um dos artefatos culturais bastante disseminados dentro das áreas temáticas dos projetos culturais brasileiros, sendo relevante para o desenvolvimento desse público na sociedade (SILVA et al., 2021).

Silva e Dellagnelo (2008) identificam que os critérios de avaliação de desempenho utilizados por financiadores de grupos teatrais presente na cidade de Florianópolis em Santa Catarina, são semelhantes tanto para organizações com ou sem fins lucrativos. Sejam esses critérios exigência de vários documentos e informações antecipadas, preenchimento de formulários sobre qualificação pessoal, controle de despesas, registros internos, qualidade do espetáculo e impactos na sociedade, o que pode causar desigualdades, já que em organizações sem fins lucrativos, os procedimentos internos exigidos não fazem parte de suas rotinas.

Uma das formas utilizadas na era digital para se obter recursos financeiros de fomento a cultura são as plataformas de *crowdfunding*. Nesse formato, organizações, empresas ou pessoas buscam apoio na internet, para isso, utilizam-se das mídias sociais para divulgar suas ideias. Existem ferramentas específicas para projetos culturais, em que se pode alcançar desde o espaço local até o internacional, muito útil no período da pandemia (BÜRGER; KLEINERT, 2021; FOÀ, 2019; KEDZIERSKA-SZCZEPANIAK, 2021).

Borges e Lima (2016) estudaram o âmbito local do trabalho de organizações culturais em comunidades intermunicipais e áreas metropolitanas portuguesas, identificando que as atividades criativas aconteciam na formação de uma visão espectadora em tecnologias digitais, interagindo as organizações aos mais jovens e com toda população envolvida nos processos de produção de espetáculos, filmes e leitura, em que havia colaboração do Estado, municípios e das estruturas culturais locais.

Para que os projetos culturais se mantenham ativos necessitam de doações ou financiamentos do Estado ou de corporações através de seus programas de responsabilidade social, no setor cultural. Nessa circunstância, as pessoas envolvidas devem saber identificar as oportunidades, no qual ter o perfil de liderança é primordial, contribuindo com o êxito de projetos, e isentando o constrangimento da comunidade engajada (MELO et al., 2014; SOVIK, 2014).

Um exemplo é o Programa Social da Mangueira, em que por meio de redes sociais estabelecidas entre a comunidade, o poder público e algumas empresas, conseguem financiamento de inúmeros projetos culturais ao entorno da Escola de Samba da Mangueira. A atuação ocorre em projetos de saúde, educação, cultura, lazer, esporte e formação profissional. O entendimento dos problemas locais e o desejo de superá-los motivam o empreendedorismo e a inovação (COSTA, 2003; SCHIRAY; CARVALHO; AFONSO, 2017).

2.2. Instituições bancárias como financiadoras de projetos culturais

A sociedade está cada vez mais exigente quanto ao engajamento das organizações, sobretudo aquelas de cunho empresarial. Com isso, aumentou a preocupação de suas lideranças com respeito ao setor social, melhorando suas práticas de responsabilidade social. As instituições financeiras foram algumas delas, que passou a ter cobranças dos investidores, governo e clientes, internalizando estratégias de gestão para desenvolver uma imagem positiva (SILVA; MAZZIONI, 2016).

Com a diminuição dos investimentos diretos em ações sociais pelo Estado coloca o compromisso sobre empresas e sociedade, em que se atua somente na regulação das relações sociais. Assim, as instituições bancárias identificaram uma oportunidade para expandir o seu mercado no setor cultural e passaram a utilizar artifícios do governo como as leis de incentivo

à cultura, por meio da isenção de impostos (LORÊTO; PACHECO, 2007; SIMÕES; PIRES, 2015).

Lorêto e Pacheco (2007) analisaram a atuação de instituições bancárias da cidade de Recife Pernambuco no setor cultural, identificando ativo o Bandepe, ABN AMRO Real Bank (Banco Real), Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Caixa e Banco Itaú. Dentre elas a caixa e o Banco do Nordeste financiam projetos por intermédio de um departamento responsável, as demais financiam ações de forma indireta por meio dos institutos ou centros culturais.

Como alguns bancos possuem seus próprios institutos culturais, é possível que os proponentes estejam ligados às organizações incentivadoras, um caso é o Instituto Itaú Cultural e o Banco Itaú. O destaque das instituições financeiras no incentivo aos projetos culturais pode ocorrer por ser um dos setores mais lucrativos, e a redução do impacto dos impostos pode ser atrativo (MELO et al., 2014). Além disso, pode ser estratégia de marketing para promoção de suas marcas, em que houve aumento do poder da cultura veiculada pela mídia, a partir de uma produção que atraia a audiência (ALEIXO, 2013; KELLNER, 2001).

Os estudos acerca do desempenho bancário vêm sendo realizados faz algum tempo. Tabosa (2012) identificou uma participação positiva do Centro Cultural Banco do Nordeste em Fortaleza, Ceará, como local de disseminação cultural através da promoção do lazer e entretenimento, que pode desencadear em transformações socioculturais e favorecer o desenvolvimento regional, a partir da promoção do acesso à cultura.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) passou a ser um agente financeiro das empresas culturais brasileiras, nas cadeias de criação, produção, distribuição e comercialização de práticas artístico-culturais, digitais e de entretenimento, em especial no audiovisual, editorial e patrimonial. Até 2006, essa prática envolvia com os mercados culturais somente com as leis federais de incentivo à cultura (ALVES, 2017).

Os projetos culturais entraram na lógica capitalista com competição entre eles por financiamentos, em que, diante da pressão econômica, isso passou a ser um ato empreendedor, reproduzindo os ideais que representam a ação e subjetividade da realidade mercadológica, como gestão, liderança e produto (SOVIK, 2014). Os projetos culturais deixaram sua essência de reduzir a violência nos bairros pobres, a partir do jogo de marketing das grandes empresas.

Uma alternativa para os produtores que desenvolvem atividades artísticas historicamente excluídas pode se dar com as leis municipais de incentivo à cultura, visto que grande parcela do recurso advém do orçamento das próprias secretarias de cultura, não sendo convertido em isenção fiscal. Assim, esse esforço possibilita a submissão de propostas por pessoas físicas e agrupamentos desfavorecidos, no que se refere aos financiamentos advindos de leis federais e estaduais, que se destinam a financiamentos institucionais (XAVIER; BALDEZ, 2021).

No contexto do incentivo governamental para as organizações se tornarem financiadoras, as ações se fundam no pensamento neoliberal, levando a criação de indústrias culturais. O auxílio à cultura tornou-se dependente do setor privado, enquadrando a cultura nas regras do mercado, ou seja, colocando os artefatos como recurso e visando à obtenção dos meios para se sustentarem sem a intervenção estatal (LORÊTO; PACHECO, 2007; YÚDICE, 2006).

2.3. Financiamentos como conveniência de cultura

Alguns estudos enfatizam que organizações como as do setor financeiro são comprometidas com a sociedade, em via da constante preocupação com a responsabilidade social (ALVES, 2017; COSTA, 2003; SILVA; MAZZIONI, 2016). No entanto, questiona-se se isso acontece ou se trata apenas de uma forma de obter vantagens competitivas, uma vez

que se necessita aprimorar os seus processos, a fim de se atingir diferencial no mercado e atender aos interesses das partes envolvidas, mesmo que não se deixe explícito esse propósito.

Outro exemplo é o caso dos empenhos de participação e colaboração em plataformas *online*, conhecido como *crowdfunding*, em que se percebe na prática a mercantilização por parte daquelas que conseguiram poder e se tornaram dominantes. Nota-se que a economia colaborativa constitui uma alternativa para angariar recursos, contudo, os indivíduos e organizações são transformados na inserção da lógica de empreendedorismo de plataforma (FOÀ, 2019).

O estudo de Bürger e Kleinert (2021) observou que os patrocinadores culturais desejam conseguir retribuições pela contrapartida no seu envolvimento com a comunidade cultural. Os financiadores contribuem pensando em benefícios. Kedzierska-Szczepaniak (2021) também destacou que há muitas barreiras, sobretudo, pela desconfiança dos financiadores em relação a não investir em projetos que possam não ser concretizados, desencadeando em uma conveniência de cultura.

Melo et al. (2014) observaram que o financiamento através da captação de recursos no setor privado impacta nos resultados, porque para obter sucesso na captação de recursos os agentes culturais precisam se adequar ao que as empresas patrocinadoras impõem e podem ser interesses divergentes. As empresas buscam a promoção da sua imagem e ser beneficiada com as deduções fiscais, enquanto os agentes culturais querem apenas desenvolver suas atividades. Nas barganhas se dar bem, os agentes que têm mais poder de convencimento quanto aos maiores benefícios a ofertar futuramente (KELLNER, 2001; SIMÕES; PIRES, 2015).

A participação das empresas relacionando suas marcas com o campo cultural afetou o planejamento esperado para o seu sistema de financiamento. Nota-se um esgotamento do modelo adotado por fugir dos objetivos de democratização e acesso aos bens culturais, demonstrando carência de análises e reflexões acerca da política cultural brasileira (FREIRE, 2012). A apreciação de mudanças representa um fato constante no setor cultural, visto que a cultura é transformada pelo homem e os contextos históricos influenciam na realidade das relações sociais (EAGLETON, 2005; MATTELART; NEVEU, 2004).

Os estudos de Costa, Medeiros e Bucco (2017) e de Melo et al. (2014) asseveram que mesmo com a implantação de programas do governo como Pontos de Cultura, ainda se observa a monopolização de beneficiários. Poucos detentores de artefatos culturais conseguem acesso aos recursos públicos, pois o mercado contribui para a manutenção da produção cultural nas mãos de poucas pessoas ou empresas, não distribuindo os recursos equitativamente, inclusive quanto às regiões geográficas com concentração no Sudeste.

Cerqueira (2018) corrobora ao destacar que as políticas culturais ajudam a compreender o crescimento da participação das empresas no financiamento do trabalho artístico, favorecendo uma hegemonia desse gerenciamento. Verifica-se concentração às propensões do mercado e um engessamento do empreendedorismo cultural, com gestores especializados em editais, uma burocracia cultural e as desigualdades regionais de recursos.

O capitalismo busca extrair vantagens até mesmo de aspectos subjetivos de cultura, em que se consegue controlar seus artefatos ao nível de produzir uma configuração de território de existência, imprescindível para sustentar o seu sistema de poder. Da mesma maneira que a biodiversidade do meio ambiente, fonte imprescindível de investimento para o capital, os recursos do multiculturalismo da sociedade também são explorados (ROLNIK, 2001).

Os resultados do estudo realizado por Xavier e Baldez (2021) com produtores culturais da cidade de Cataguases, Minas Gerais, mostram que os projetos aprovados se concentram em grupos já estabelecidos no mercado e há ausência de grupos historicamente excluídos. E mais, as ações culturais privilegiam fundações culturais, pois os requisitos estabelecidos nos editais e os critérios utilizados favorecem aqueles considerados com vocação cultural.

Por outro ângulo, o estudo de Schiray, Carvalho e Afonso (2017) destaca que iniciativas em favelas como a Mangueira no Rio de Janeiro favorece a busca das lideranças sociais pela solução dos problemas locais, visando alcançar melhores oportunidades de atingir a qualidade de vida da comunidade com a geração de emprego e renda através da produção de músicas (samba), danças, artes plásticas, moda, exposições museológicas e festas gastronômicas. Assim, ver-se que um mesmo objeto de pesquisa pode ser visto por olhares diferentes, já que de fato traz soluções maquiadas, mas por trás esconde uma lógica capitalista exploratória.

Os espaços culturais patrocinados realizam eventos gratuitamente, mas podem gerar emprego e renda, incorporando de algum modo a lógica do mercado em suas manifestações (LORÊTO; PACHECO, 2007). Com isso esse setor, no intuito de alcançar seus objetivos de colocar em prática suas produções, acaba se submetendo às regras impostas por organizações que não se preocupam com a preservação das manifestações artísticas, e sim com o retorno financeiro ofertado, condizendo com a teoria de Yúdice (2006) da conveniência de cultura.

3. METODOLOGIA

O caminho metodológico seguido neste estudo se caracterizou como uma abordagem qualitativa e interpretativa, em que os pesquisadores interpretaram os dados, identificando e analisando temas para chegarem a conclusões que possibilitem desenvolver novas perguntas (CRESWELL, 2007). Quanto aos objetivos, foi uma pesquisa descritiva, pois se fez uma descrição dos fatos analisados (PROVDANOV; FREITAS, 2013).

A organização do *corpus* foi efetuada por meio de uma pesquisa documental, em que a fonte de coleta de dados foi restrita a documentos escritos (MARCONI; LAKATOS, 2003). Para isso, foram levantados os editais de financiamentos de projetos culturais por instituições bancárias, sendo selecionadas cinco delas, a Caixa Econômica Federal, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, Banco do Brasil, Banco do Nordeste e Itaú Unibanco. Teve-se o propósito de analisar os valores ofertados, quais os artefatos culturais contemplados e os critérios utilizados para a seleção das propostas de financiamentos. Ademais, buscou verificar o impacto dessas práticas organizacionais e como podem ser vistas na ótica de conveniência de cultura.

Foi realizada uma análise de conteúdo temática dos dados coletados, que foi concretizada por meio de quatro fases: pré-análise, codificação, categorização e inferência (BARDIN, 2009). De início, foi efetuada a pré-análise dos documentos por meio da leitura detalhada para montar o *corpus*. Depois, os dados foram sistematizados a partir do processo de codificação e sua categorização, em que os códigos foram identificados e separados em grupos por similaridade temática. Por fim, foi realizado o tratamento dos dados obtidos e a interpretação das informações em busca de padrões que possibilitassem as inferências do estudo. A análise e interpretação dos dados foi feita com o auxílio da ferramenta *Atlas.ti*, versão 9.

Os parâmetros de validade e confiabilidade adotados ocorreram em virtude de uma descrição, que não deixa especificações subentendidas e passíveis de não serem percebidas ou compreendidas, adotando padrões e processos de investigação que possibilitem a compreensão e a replicação do estudo como, a triangulação por pares, reflexividade, e descrição clara e detalhada (PAIVA JÚNIOR; LEÃO; MELLO, 2011). Nesse sentido, buscou-se alcançar o rigor científico, assegurando a legitimidade dos dados gerados (FLICK, 2008).

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1. Informações gerais das instituições bancárias

Para conhecer as características das instituições selecionadas para este estudo, são detalhadas algumas informações básicas no Quadro 1.

Quadro 1: Instituições bancárias analisadas.

Instituição	Classificação Quanto ao Capital	Ano de Fundação
BNDS	Público	1952
Caixa	Público	1861
BB	Economia mista	1808
BN	Economia mista	1952
Itaú	Privado	2008

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Legenda: BB = Banco do Brasil; BN = Banco do Nordeste BNDS = Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social; Caixa = Caixa Econômica Federal; Itaú = Itaú Unibanco.

Escolheram-se instituições de cada classificação quanto ao tipo de capital utilizado, com o intuito de analisar as diferenças em suas atuações. Assim, serão analisados os critérios de seleção dos projetos e os artefatos culturais que são beneficiados. Antes de se tentar as seleções de financiamentos, é importante que os projetos sejam avaliados e reconhecidos como artefatos culturais pelo MinC (BRASIL, 2023). A seguir, constam os artefatos culturais contemplados pelos editais analisados.

Quadro 2: Artefatos culturais contemplados pelos editais das instituições bancárias.

Artefato	BNDES	Caixa	BB	BN	Itaú
Artes visuais (mostra coletiva ou individual)	X		X	X	X
Audiovisual					X
Artes Cênicas (teatro, dança)		X	X	X	X
Música		X	X	X	X
Literatura		X	X	X	X
Cinema		X	X	X	X
Programa Educativo	X	X	X		X
Recuperação de acervos	X				X
Restauração/Preservação de patrimônio histórico	X				X
Adaptação/Modernização de instalações	X				X
Livros/DVDs	X				X

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Legenda: BB = Banco do Brasil; BN = Banco do Nordeste BNDES = Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social; Caixa = Caixa Econômica Federal; Santander = Banco Santander; Itaú = Itaú Unibanco.

Nota-se que seguiu os artefatos definidos pelo MinC para o planejamento e execução das políticas nacionais de cultura e de artes brasileiras, no qual incentiva o fomento em formação, leitura, audiovisual, música, artes visuais, artes cênicas, cinema, patrimônio histórico e artístico, museus, bibliotecas nacionais (BRASIL, 2023; SILVA et al., 2021). No Quadro 3 constam os critérios de seleção dos projetos culturais das instituições analisadas.

Quadro 3: Critérios de seleção dos projetos culturais das instituições bancárias.

Critério	BNDES	Caixa	BB	BN	Itaú
Relevância conceitual e temática			X	X	X
Aderência aos pilares conceituais			X		X
Viabilidade financeira	X	X	X	X	X
Viabilidade técnica	X	X	X	X	X

Acessibilidade de diversos públicos	X		X		X
Projeto inédito na cidade			X		
Ampliar acesso da sociedade a patrimônios culturais	X				X
Contribuir para enriquecimento cultural da sociedade		X			
Sustentabilidade do patrimônio cultural	X				
Capacitação de profissionais	X				
Apresentar contrapartida na proposta		X		X	
Expectativa de interesse do público		X			
Adequação as estruturas físicas disponíveis		X			
Condizente com sua missão		X			
Contribui para fortalecer cadeias produtivas culturais				X	
Contribui para fortalecer a diversidade cultural				X	
Tem impacto social				X	
Criatividade, inovação, experimentação, contemporaneidade	X				X

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Legenda: BB = Banco do Brasil; BN = Banco do Nordeste BNDES = Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social; Caixa = Caixa Econômica Federal; Itaú = Itaú Unibanco.

Os critérios de seleção explícitos se repetem nos editais das cinco instituições, mas possuem especificidades que se diferenciam de um para outro, em que o resultado está em consonância com o estudo de Silva e Dellagnelo (2008), dado que apresenta critérios semelhantes para organizações culturais com ou sem fins lucrativos. Percebe-se que mesmo os proponentes culturais sendo beneficiados com os incentivos oferecidos pelas financiadoras, estas últimas buscam obter garantia de retornos pelo investimento fornecido.

A partir dos critérios definidos para a captação de recursos, que é considerada uma etapa fundamental para a escolha das atividades culturais, seus agentes podem muitas vezes fugir da sua essência artística-cultural com o propósito de atender ao que as empresas patrocinadoras esperam. Isso pode provocar a crise de identidade, visto que o sujeito é simbolicamente construído pela imposição (SIMÕES; PIRES, 2015; WOODWARD, 2000).

4.2. Análise temática dos editais de incentivo à cultura das instituições bancárias

Após as análises dos editais foi possível categorizar as informações destacadas no Quadro 4. Para cada categoria foram sumarizados alguns pontos principais conforme segue abaixo:

Quadro 4: Categorias de análise dos editais.

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

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Verificou-se que as instituições seguem a mesma lógica em seus financiamentos, embora pertençam às classificações pública, privada e de economia mista. A seguir, são discutidos aspectos referentes às categorias geradas na análise dos dados a partir das cinco instituições, BNDES, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Caixa Econômica Federal e Itaú

Unibanco, em que se busca traçar um paralelo com a literatura estudada (BANCO DO BRASIL, 2023; BANCO DO NORDESTE, 2023; BNDES, 2023; CAIXA, 2023; BANCO ITAÚ, 2023). Destaca-se que as informações foram retiradas dos editais e dos sites das referidas instituições.

4.2.1. Agentes proponentes

Os recursos do BNDES podem ser solicitados por entidades e órgãos públicos, e instituições privadas sediada no país, sem fins lucrativos. Para isso, possui o Comitê de Patrimônio Cultural e Economia da Cultura (CPCULT), na modalidade de apoio continuado. Dificuldades na organização podem ocorrer, devido ao banco exigir que sejam no mínimo três e no máximo cinco patrimônios na carteira de projetos, e quando for projeto de acervos precisam envolver coleções de instituições distintas.

Por outro lado, a Caixa Econômica Federal tem a limitação de só conseguir se inscrever pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos regularmente constituídas em território nacional, englobando Microempreendedor Individual, cuja atividade econômica seja de finalidade cultural, produção cultural e suas diversas variantes e que seja titular ou detentora dos direitos reais de realização e/ou comercialização do projeto inscrito.

No Banco do Brasil, os proponentes podem ser pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos (instituições, empresas, fundações ou associações) e pessoas físicas (brasileiros ou estrangeiros com CPF). Ainda, é sugerido que os projetos estejam aprovados em leis de incentivo à cultura, sejam federais ou regionais.

Os proponentes do Banco do Nordeste podem ser pessoas jurídicas, desde que de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, e pessoas físicas brasileiras ou estrangeiras residentes no Brasil há mais de três anos. Para isso, solicita projeto com portfólio de dados relevantes relacionadas à proposta, e ainda o histórico do proponente para que os avaliadores possam ter conhecimento de seu perfil, confirmando o que Melo et al. (2014) e Sovik (2014) apresentam, no qual destacam que essa avaliação é muito ponderada. Poderão ser enviados e aprovados até dois projetos por proponente, e precisa a aprovação no Programa Nacional de Incentivo à Cultura (Pronac) ou a proposta completa submetida ao Ministério da Cultura.

Podem participar do Itaú Cultural, pessoas jurídicas e entidades de natureza privada com sede no Brasil, seja com ou sem fins lucrativos; pessoas físicas; duplas, trios, coletivos ou grupos constituídos juridicamente. Estrangeiros podem participar como pessoa física ou como Microempreendedor Individual. Pode inscrever apenas um projeto por edital.

A partir dessa análise, infere-se o quão desafiador é angariar recursos pelas pessoas físicas, dado que concorrem com organizações já estabelecidas, como foi destacado nas pesquisas de Cerqueira (2018), Costa, Medeiros e Bucco (2017), Melo et al. (2014) e Xavier e Baldez (2021), em que mesmo com a implantação de programas do governo, preserva a geração de renda monopolista, concentrada nas mãos de gestores especializados em editais. Nesse sentido, ver-se que os recursos não estão disponíveis para todos, assim como é divulgado nas mídias (KELLNER, 2001). Dessa forma, políticas públicas precisam ser desenvolvidas para resolver esses impasses que são comuns nesse setor.

4.2.2. Localização dos projetos beneficiados

Um fator positivo do BNDES é que dentro da carteira de propostas de um projeto, é necessário que pelos menos uma seja da região Norte. Além disso, a participação no orçamento dos projetos é de 75% para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, 67% para a região Sul e 50% para a região Sudeste. Observa-se uma valorização de regiões consideradas menos favorecidas historicamente, o que pode contribuir para o alcance de equidade entre

regiões. Na última análise feita pelo CPCULT tiveram apenas duas propostas acolhidas, englobando as regiões Norte com três patrimônios, Centro-Oeste com dois patrimônios, e Nordeste e Sudeste com um patrimônio cada (BNDES, 2023b).

Já a Caixa Econômica Federal, em seu Programa de Ocupação dos Espaços da Caixa Cultural verifica sua localização somente em Brasília, Curitiba, Fortaleza, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo, pelo qual apesar de poucas unidades consegue abarcar quase todas as regiões do país, com exceção do Norte que é a mais valorizada pelo BNDES.

O Banco do Brasil, a partir do Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), seleciona projetos culturais para compor a programação das unidades do CCBB em Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP), concentrando-se no Sudeste.

Os projetos do Banco do Nordeste devem ser da região Nordeste, do Norte de Minas Gerais (incluindo os Vales do Mucuri e do Jequitinhonha) e do Norte do Espírito Santo. A instituição possui seus Centros Culturais Banco do Nordeste (CCBN), localizado apenas em Fortaleza (CE), Cariri (Juazeiro do Norte-CE) e em Sousa (PB). No resultado do último edital teve-se 23 projetos aprovados no Ceará, 18 no Pernambuco, 17 na Bahia, 11 na Paraíba, 3 no Maranhão, 2 no Rio Grande do Norte e 2 em Minas Gerais, e os estados de Espírito Santo, Sergipe, Alagoas e Piauí cada um com 1 projeto aprovado, distribuídos entre as áreas artes cênicas, artes visuais, cinema, humanidades e música (BANCO DO NORDESTE, 2023b).

Por fim, o Itaú Unibanco que atua em todos os estados brasileiros e de alguns países do exterior. Contempla propostas para desenvolvimento nas mais diversas áreas de expressão ou de pesquisa. O programa Itaú Cultural participa de bate-papos em cidades de todo o Brasil com o intuito de incentivar o envio de projetos de todos os lugares do país, o que poderia demonstrar a não concentração de localizações atendidas, mas na prática a concentração ocorre. Além do mais, nota-se que o Espaço Itaú de Cinema, é restrito às cidades Brasília (DF), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP) e Salvador (BA).

Com as informações apresentadas, é possível observar uma centralização das localizações geográficas incentivadas pelas instituições financeiras, conforme identificado também nos estudos de Costa, Medeiros e Bucco (2017) e Melo et al. (2014). Há um esforço aparente em reduzir as desigualdades, mas na prática não acontece, por isso, deve-se questionar a lógica capitalista (LORÊTO; PACHECO, 2007; ROLNIK, 2001; SOVIK, 2014).

4.2.3. Exclusividade no financiamento

No que se trata do orçamento para os projetos, o BNDES possibilita que os proponentes também busquem recursos complementares em outras empresas, nas suas fundações e institutos, ou em entes da administração pública.

A Caixa Econômica Federal não financia projetos que tenham como outros patrocinadores empresas concorrentes, porém garante a busca de complementação de recursos próprios ou de terceiros, desde que sejam autorizados. O financiamento acontece por meio de patrocínio, podendo usar recursos próprios, das empresas do conglomerado, ou de recursos incentivados, porém, é necessária a aprovação no Pronac. O recurso destinado considera a disponibilidade orçamentária para patrocínios culturais, determinada anualmente.

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

O Banco do Nordeste na contratação de patrocínio é incentivado pela Lei Rouanet, em que deve comprovar a captação de pelo menos 25% do valor total do projeto, incluindo o

valor a ser patrocinado pelo próprio Banco. A seleção do projeto não assegura o patrocínio solicitado e nem que haja concordância com todos os aspectos propostos pelo proponente.

O Itaú Unibanco aceita financiamento dos projetos por outros editais, privados ou públicos, mas critérios na forma de relacionamento com o Itaú Cultural são definidos, como não ter fontes para os mesmos itens orçamentários, buscar autorizações de outras instituições já contempladas, sobretudo se forem públicas. Com isso, as regras dos demais editais precisam ser avaliadas, em que essa análise é importante para evitar problemas jurídicos.

4.2.4. Benefícios para os agentes proponentes e sociedade

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

A Caixa Econômica Federal apresenta no seu propósito, oferecer à sociedade significativas expressões artísticas e experiências transformadoras, promovendo ações que contribuem com o processo cultural brasileiro, respeitando a inclusão social, desenvolvimento econômico, social e humano, representatividade regional, democratização e a inovação.

O Banco do Brasil destaca a importância de apoiar a cultura, contribuindo com a transformação social, garantindo a pluralidade de culturas diante da diversidade brasileira, multidisciplinaridade entre os saberes, diálogo entre ideias, novos olhares para o mundo e a reafirmação de identidades por intermédio de um pensamento decolonial. Não se sabe o interesse que têm por trás, mas seu discurso vai contra a ordem hegemônica existente no capitalismo.

O Banco do Nordeste por ser uma instituição de desenvolvimento, também valoriza o papel da cultura no fortalecimento da coesão social, geração de renda e aumento do capital social e humano da região Nordeste, contribuindo para o crescimento regional, aquisição de habilidades e afirmação da imagem de uma identidade que se reconhece universal. Oferece oportunidade tanto para artistas consagrados, como para aqueles em início de carreira.

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

O discurso das organizações é atrativo, o que pode justificar a adesão dos artistas, entretanto sabe-se que muitas vezes estes precisam abrir mão de sua autenticidade para garantir o acesso aos recursos financeiros. Com isso, tem-se uma preocupação no tratamento dado a eles, em que podem perder a sua essência ao serem tratados como trabalhadores tradicionais (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2012; SIMÕES; PIRES, 2015).

4.2.5. Benefícios para as instituições financiadoras

O BNDES, o Banco do Brasil, o Banco do Nordeste e o Itaú Unibanco, nos seus financiamentos atuam no âmbito da Lei Federal de Incentivo à Cultura, beneficiando-se das deduções fiscais. Todavia, o Itaú Unibanco desde o ano de 2017, e o BNDES desde 2006, têm atuado também através do orçamento com seus recursos diretos, sem a utilização das vantagens fiscais.

Na Caixa Econômica Federal, depois de selecionados os projetos são definidos algumas regras a serem seguidas pelos proponentes, uma delas é a exigência que sua marca seja divulgada nos produtos financiados que forem desenvolvidos.

O Banco do Brasil e o Banco do Nordeste ainda estabelecem que por estratégia, poderá analisar e selecionar projetos fora dos editais publicados, sem a necessária aprovação das leis de incentivo à cultura, demonstrando que visam atingir primeiro os seus interesses.

Algumas das contrapartidas exigidas pelo Banco do Nordeste são imagem/negocial, isto é, a inclusão de suas logomarcas nos produtos gerados; o social/acessibilidade através do acesso gratuito total ou parcial nas atividades, incentivo ao trabalho voluntário e ingressos a preços populares; e o ambiental, como doação de material às instituições de reciclagem. Ademais, utiliza quando julgar oportuno as imagens e produtos dos projetos contratados.

O Itaú Unibanco demanda dos projetos apoiados pelo programa Rumos Itaú Cultural o uso de sua logomarca e que os mencione nas ações e mídias de divulgação. Contudo, destacam que os direitos não são exclusivos, evitando que prejudique a exploração do projeto conforme o contrato. A utilização prevista não tem limitação temporal ou numérica e é válida para o Brasil e o exterior, sem que seja devida nenhuma remuneração a qualquer título.

As instituições buscam algo em troca, principalmente a divulgação da sua marca. Essa lógica é esperada, uma vez que buscam a promoção nos meios midiáticos para criar uma imagem positiva de responsabilidade social quanto aos desafios da sociedade. Nesse sentido, o que acontece no campo estratégico é a busca de benefícios próprios, por isso, é possível notar que os projetos mais financiados sejam aqueles com maior visibilidade na mídia (COSTA; MEDEIROS; BUCCO, 2017; KELLNER, 2001; LORÊTO; PACHECO, 2007; SIMÕES; PIRES, 2015; XAVIER; BALDEZ, 2021; YÚDICE, 2006).

5. CONCLUSÃO

As discussões oriundas deste estudo mostram o quão os financiamentos de cultura tornaram frequentes, principalmente com as Leis de Incentivo à Cultura. Pôde observar que a lógica de mercado se sobressai, em que as expressões culturais se tornaram um recurso comercializado. Desse modo, é importante analisar como ocorre a relação entre produtores e financiadores de cultura, razão motivadora desta pesquisa, que analisou como o financiamento por instituições bancárias em projetos culturais podem ser visto sob um olhar da conveniência de cultura.

Constata-se a relevância da atuação das instituições bancárias analisadas, através de suas práticas de responsabilidade social, sobretudo no campo cultural. Entretanto, questionam-se as estratégias que há por trás, no qual na análise dos editais foi possível identificar ações que visam os seus benefícios próprios, sejam elas a dedução de impostos, escolher projetos não inscritos em edital desde que considere conveniente, além de colocarem como critério a divulgação de suas imagens na reprodução dos produtos gerados.

Apesar dos interesses das organizações patrocinadoras, enfatiza-se que os proponentes atendidos com os editais também obtêm suas vantagens, essencialmente a garantia de sua sustentabilidade financeira, caracterizando uma conveniência de cultura. Observou-se que os artefatos contemplados nos editais correspondem àqueles definidos pelo Ministério da Cultura, tais como, artes visuais, audiovisual, artes cênicas, música, literatura, cinema, programa educativo, recuperação de acervos e de patrimônios históricos, livros/DVDs.

Nesse contexto foram verificados os critérios de seleção dos projetos, em que, mesmo se diferenciando em suas especificidades, mantiveram uma lógica semelhante, sejam eles de relevância para a sociedade, sejam de viabilidade financeira e técnica, de modo a se apresentar contrapartida, ser ideias inovadoras, possibilitar a capacitação de profissionais, contribuir para a disseminação da cultura e ser acessível a diversos públicos. Além disso, foram verificados quais agentes proponentes eram atendidos (pessoas físicas ou jurídicas), se solicitava exclusividade do financiamento, qual a localização geográfica, em que se notou certa concentração no Sudeste.

Esta pesquisa impacta nas práticas das instituições bancárias, dado que pode influenciar na definição de ações administrativas e estratégicas pelos seus gestores. Ademais, impacta diretamente os produtores de cultura, uma vez que dentro de sua própria realidade podem reivindicar a lógica de exclusão dominante. Também traz resultados para o poder público, a fim de que possam inovar em suas políticas públicas de incentivo à cultura.

As limitações do estudo estão associadas à análise apenas em instituições bancárias e somente em cinco delas, no qual é preponderante analisar as diferenças entre os contextos organizacionais distintos, dado que a Lei de Incentivo à Cultura abrange diversas organizações, e ainda em uma maior quantidade, tanto públicas como privadas. Além do mais, analisou apenas documentos escritos, no caso, editais de seleção de projetos culturais. Mesmo com essas limitações, todos os objetivos iniciais foram alcançados com êxito.

Logo, abre-se espaço para novas pesquisas que busquem avaliar essa problemática em uma maior quantidade de segmentos do mercado, bem como explorar outros fatores, como quais os impactos para os proponentes e sociedade em geral. Também, utilizar outras técnicas de pesquisa qualitativas mais robustas, tais como entrevistas para depois realizar a análise dos discursos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEIXO, J. T. D. A. **O mecenato cultural como estratégia de marketing empresarial: os casos Banco Espírito Santo, Banco Português de Investimento e Caixa Geral de Depósitos**. 2013. 139 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Marketing e Publicidade, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2013.

ALVES, E. P. M. Mercados culturais no Brasil: o BNDES e o financiamento das empresas culturais brasileiras. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 53, n. 1, p. 1-13, 2017.

BANCO DO BRASIL. **Edital de Patrocínio Centro Cultural Banco do Brasil 2023 - 2025**. 2023. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/portal/dimac/BBRAEditalCCBB.pdf>. Acesso em: 18 jun. de 2023.

BANCO DO NORDESTE. **Programa de Patrocínios Banco do Nordeste - 2023/2024**. 2023a. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/>. Acesso em: 19 jun. de 2023.

BANCO DO NORDESTE. **Resultado do Edital Cultural 2016/2018 - Lei Rouanet, Art. 18**. 2023b. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/>. Acesso em: 21 jun. de 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 5. ed. Lisboa: Edições 70, 2009.

BENDASSOLLI, P. F.; BORGES-ANDRADE, J. E. Representações e estratégias identitárias na experiência do artista. **Psicologia & Sociedade**, v. 24, n. 3, p. 607-618, 2012.

BNDES. O Banco Nacional do Desenvolvimento. **BNDES Fundo Cultural - Apoio à Cultura**. 2023a. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/>. Acesso em: 19 jun. de 2023.

BNDES. O Banco Nacional do Desenvolvimento. **Propostas acolhidas no 1º ciclo de avaliação 2022 - Comitê de Projetos Culturais - CPCult**. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/>. Acesso em: 21 jun. de 2023.

- BORGES, V.; LIMA, T. Organizações culturais e apoio público local: Que territórios e desafios? **Cidades, Comunidades e Territórios**, v. 32, p. 1-17, 2016.
- BRASIL. **Ministério da Cultura**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br>. Acesso em: 17 maio. de 2023.
- BUKVIĆ, I. B.; ŠAIN, M.; MARŠIĆ, I. Alternative sources of funding in culture: Case of eastern Croatia. **Ekonomski Vjesnik**, v. 31, n. 2, p. 427-440, 2018.
- BÜRGER, T.; KLEINERT, S. Crowdfunding cultural and commercial entrepreneurs: an empirical study on motivation in distinct backer communities. **Small Business Economics**, v. 57, n. 2, p. 667-683, 2021.
- CAIXA. **Caixa Econômica Federal. Programa de ocupação dos espaços da Caixa Cultural: Patrocínio 2023-2024**. 2023. Disponível em: <https://www.programaculturalcaixa.com.br/regulamento>. Acesso em: 19 jun. de 2023.
- CERQUEIRA, A. P. C. de. Política cultural e trabalho nas artes: o percurso e o lugar do Estado no campo da cultura. **Estudos Avançados**, v. 32, n. 92, p. 119-139, 2018.
- COSTA, C. F. da; MEDEIROS, I. B. de O.; BUCCO, G. B. O financiamento da cultura no brasil no período 2003-15: Um caminho para geração de renda monopolista. **RAP - Revista de Administração Pública**, v. 51, n. 4, p. 509-527, 2017.
- COSTA, M. A. N. Sinergia e capital social na construção de políticas sociais: a favela da Mangueira no Rio de Janeiro. **Revista de Sociologia e Política**, n. 21, p. 147-163, 2003.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- EAGLETON, T. **A ideia de Cultura**. São Paulo: Unesp, 2005.
- FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- FOÀ, C. Crowdfunding cultural projects and networking the value creation: Experience economy between global platforms and local communities. **Arts and the Market**, v. 9, n. 2, p. 235-254, 2019.
- FREIRE, A. O financiamento como recurso fundamental das políticas culturais. **Repositorio UFBA**, p. 49-65, 2012.
- GAGRO, A. K. Financing the Theatre System in the Republic of Croatia. **Slavia Meridionalis**, v. 19, p. 1-19, 2019.
- HALL, S. The work of representation. In: HALL, S. (Ed.). . **Representation. Cultural representation and cultural signifying practices**. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.
- ITAÚ. **Rumos Itaú Cultural**. 2023. Disponível em: <https://rumositaucultural.org.br/>. Acesso em: 20 jun. de 2023.

KEDZIERSKA-SZCZEPANIAK, A. Crowdfunding - Innovative financing of cultural ventures by society. **Procedia Computer Science**, v. 192, p. 4348-4357, 2021.

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

KICHURCHAK, M. Evaluation of the cultural sphere budgetary financing at the subnational level in the context of sustainable development in Ukraine. **Financial and credit activities: problems of theory and practice**, v. 4, n. 35, p. 230-237, 2020.

KIM, G. *et al.* The Effect of Youth Entrepreneurship Education Programs: Two Large-Scale Experimental Studies. **SAGE Open**, v. 10, n. 3, 2020.

LEE, H. K. Supporting the cultural industries using venture capital: a policy experiment from South Korea. **Cultural Trends**, v. 31, n. 1, p. 47-67, 2022.

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

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

MATTELART, A.; NEVEU, E. **Introdução aos Estudos Culturais**. São Paulo: Parábola editorial, 2004.

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

MODZELEWSKA, A. *et al.* Towards greater citizen participation in financing public cultural institutions-Legal barriers and proposed solutions. **Sustainability (Switzerland)**, v. 12, n. 19, 2020.

МУЗЫЧУК, В. Ю. Финансирование культуры в России: шаг вперед и два назад.... **ЗЖурнал Новой экономической ассоциации**, v. 41, n. 1, p. 208-215, 2019.

PAIVA JÚNIOR, F. G. de; LEÃO, A. L. M. de S.; MELLO, S. C. B. de. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 31, p. 190-209, 2011.

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

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

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

SCHIRAY, D. M.; CARVALHO, C. C.; AFONSO, R. Creative economy as a social technology approach: A case study in favela da Mangueira, Rio de Janeiro, Brazil. **Academia Revista Latinoamericana de Administración**, v. 30, n. 4, p. 508-528, 2017.

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

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

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

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

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

SRAKAR, A.; VECCO, M.; TÓTH, Á. The Tale of the Cuts and Raises: Public Budgets for Culture in the European Countries During the Financial Crisis. **Hacienda Pública Española / Review of Public Economics**, v. 221, n. 2, p. 83-109, 2017.

STORONYANSKA, I.; KINAL, N. Investing of the Sphere of Culture in Ukraine: Sources and Peculiarities. **Financial and credit activity problems of theory and practice**, v. 1, n. 48, p. 127-138, 2023.

TABOSA, H. R. **Uma contribuição ao estudo sobre políticas públicas culturais: avaliação do Centro Cultural Banco do Nordeste em Fortaleza**. 2012. 120 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Avaliação de Políticas Públicas, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2012.

THOMPSON, K. Regulation, De-Regulation and Re-Regulation. *In: THOMPSON, K. (Ed.). . Media and Cultural Regulation*. Londres: Sage, 1997.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In: SILVA, T. T. DA (Ed.). . Identidade & Diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000.

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

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