

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO (CELACC)
GESTÃO EM PROJETOS CULTURAIS E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS**

**O FOMENTO DO ACESSO A CULTURA À POPULAÇÃO POR MEIO DE
INSTITUTOS PRIVADOS**

Gabriela Rocha

Orientadora: Maria Bernardete Toneto

**São Paulo
Novembro/2010**

GABRIELA ROCHA

**O FOMENTO DO ACESSO A CULTURA À POPULAÇÃO POR MEIO DE
INSTITUTOS PRIVADOS**

**Trabalho de conclusão apresentado ao curso Gestão
de Projetos Culturais e Organização de Eventos**

Orientadora: Maria Bernardete Toneto

**São Paulo
Novembro/2010**

RESUMO

Este artigo apresentará uma breve discussão a respeito do termo democratização cultural, movimento que vem ganhando força por meio dos institutos culturais derivados da iniciativa privada. Conhecendo a realidade brasileira de acesso cultural limitado a classes sociais específicas, a intenção é trazer à discussão como tais institutos culturais podem fomentar o desenvolvimento cultural da população. Para isso, será realizado um estudo no Instituto Itaú Cultural, que oferece e incentiva ações de cultura no Brasil, já que a principal origem dos recursos que o Itaú Cultural utiliza para realizar suas atividades é o Ministério da Cultura, que fornece 70% de toda a verba do ano. Os 30% restantes vêm da Itaúsa, dinheiro utilizado para os custos operacionais.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 7 |
| 2 CULTURA: ASPECTOS HISTÓRICOS, CONCEITUAIS E DIMENSÕES..... | 9 |
| 3 OS PRIMEIROS INVESTIMENTOS CULTURAIS PRIVADOS | 13 |
| 3.2 Bens e Políticas Culturais | 15 |
| 4 UM DEBATE SOBRE A CHAMADA ‘DEMOCRATIZAÇÃO CULTURAL’ E O ACESSO AOS BENS CULTURAIS | 17 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 23 |

1 INTRODUÇÃO

O tema cultura é algo que pode gerar discussões em todas as esferas de estudo, desde a Antropologia até mesmo a disciplinas mais modernas, como gestão de projetos culturais e eventos. Isto porque tratar de cultura é abordar um tema inerente a todo ser humano, pois pode se manifestar de qualquer maneira e em qualquer lugar.

Neste artigo, pretende-se tratar da temática no ambiente dos espaços culturais derivados da iniciativa privada, como forma de suprir a demanda pela responsabilidade social empresarial, prática esta tão em voga na sociedade contemporânea.

No presente trabalho, a cultura será tratada tal como propôs John Thompson, no livro *Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação*, Vozes, 1995, no qual caracterizou “[...] a cultura de um grupo ou sociedade como o conjunto de crenças, costumes, ideias e valores bem como os artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade”. (THOMPSON, 1995, p.)

Quando Thompson diz que cultura é ação, comunicação entre pessoas, interação, gestos que são interpretados, transmitidos recebidos e alterados, nota-se uma visão ampla do termo que não se restringe apenas às práticas sociais ou às manifestações artísticas de um povo. O conceito defendido por Thompson torna-se essencial à discussão do tema, uma vez que enxerga o sujeito como participante ativo da cultura, sendo que um cidadão comum possui recursos e plena capacidade intelectual de produção de manifestações artísticas independentes da aprovação ou reconhecimento de qualquer autoridade.

Partindo do pressuposto que o homem é naturalmente um agente cultural, **qual seria a melhor forma de fomentar o desenvolvimento cultural da população, por meio dos institutos culturais derivados da iniciativa privada?** Qual deve ser a preocupação principal das políticas culturais desenvolvidas por tais institutos? Ampliar o acesso aos bens, serviços e equipamentos culturais ou incentivar a participação ativa de produção? Parece recorrente a utilização do termo ‘Democratização Cultural’ nas políticas culturais de tais institutos, mas, qual é o real sentido dele?

O Artigo se baseará no exemplo do Instituto Itaú Cultural e, mais precisamente, em seu programa *Rumos*, que, segundo o próprio instituto, é um projeto de caráter nacional que busca apoiar a produção artística e intelectual brasileira. O princípio do programa é a identificação de iniciativas e mapeamentos tanto no terreno das artes (cênicas,

visuais, musicais, interativas, audiovisuais, literárias) quanto no do pensamento (pesquisa acadêmica, educação, jornalismo). Os produtos gerados pelo projeto são distribuídos gratuitamente a instituições culturais e educacionais, disponibilizados a emissoras de TV parceiras e gratuitamente no site do Itaú Cultural.

Percebe-se que o instituto apropria-se da visão de cultura de Thompson citada anteriormente, uma vez que esta é produzida e apropriada coletivamente por todos os cidadãos indistintamente, visto que tal instituto cria meios e mecanismos eficazes para que o cidadão comum tenha direito ao acesso de produção e fruição dos bens produzidos pelo o programa *Rumos*.

2 CULTURA: ASPECTOS HISTÓRICOS, CONCEITUAIS E DIMENSÕES

O conceito de cultura tem sido estudado, analisado e modificado com o passar dos tempos por diversas correntes filosóficas. O estudo e análise dessas teorias e concepções sobre cultura são de extrema importância para um gestor cultural, visto que essa base é necessária para ter-se clareza das dimensões desse universo e, a partir daí, agir por meio da definição de uma política cultural.

A cultura teve suas raízes na Física, quando o ser humano era estudado em torno de suas origens e evolução. No entanto, já na Grécia antiga falava-se de cultura como atividade e desenvolvimento intelectuais, saber, ilustração, instrução: a Grécia atingiu o mais alto grau de cultura de sua época. Heródoto, historiador da época, prova essa concepção de cultura por uma descrição sua sobre a cultura do momento:

Eles têm um costume singular pelo qual diferem de todas as outras nações do mundo. Tomam o nome da mãe, e não o do pai. Pergunte-se a um lício quem é, e ele responde dando o seu próprio nome e o de sua mãe, e assim por diante, na linha feminina. Além disso, se uma mulher livre desposa um homem escravo, seus filhos são cidadãos integrais; mas se um homem livre desposa unia mulher estrangeira, ou vive com uma concubina, embora seja ele a primeira pessoa do Estado, os filhos não terão qualquer direito à cidadania (Pertti Peito, 1967, p.22, *apud* LARAIA, 2007, p. 9).

A partir do século XVI, a palavra cultura ganhou significação latina de ‘cuidados prestados aos campos e ao gado, em particular os microscópicos: a cultura de germes’. Ainda no mesmo século, o termo apreendeu sentido figurado, como sendo uma faculdade, o trabalho para desenvolver uma faculdade, terminologia aceita até finais do século XVII. Foi com a chegada o Iluminismo que impôs-se o sentido figurado também nas expressões ‘cultura das artes’, ‘cultura das letras’, ‘cultura das ciências’, isolando-se, em parte, os termos associados ‘formação’, ‘educação do espírito’ etc. (LARAIA, 2007).

A partir desses estudos, foram surgindo outros interessados no assunto, como os antropólogos, que tratam do assunto como algo resultado do ser humano, mais em seu lado individual que coletivo. Os estudos mais recentes é que apontam a cultura como uma forma de expressão social coletiva, como resultado da criação do ser humano (Geertz, 1989).

Thompson trata, a partir da Antropologia, da concepção simbólica de cultura e distingue que ela “[...] é o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças”. O autor também elege as ‘formas simbólicas’ como meio de intitular

sua concepção de cultura. Para ele, essas unidades significativas são “[...] objetos, ações, expressões significativas de vários tipos em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e por meio dos quais, estas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas”

Não obstante todas as concepções já citadas, o antropólogo britânico Edward Burnett Tylor (1832-1917) é considerado o autor do conceito de cultura. Para ele, “Cultura e civilização, tomadas em seu sentido etnológico mais vasto, são um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade” (TYLOR, 1871, p. 11).

De acordo com Laraia (2007), foi Tylor quem formalizou a ideia que vinha crescendo na mente humana; no entanto, a concepção de cultura estava ganhando consistência talvez mesmo antes de John Locke (1632-1704) “[...] que, em 1690, ao escrever Ensaio acerca do entendimento humano, procurou demonstrar que a mente humana não é mais do que uma caixa vazia por ocasião do nascimento” (LARAIA, 2007, p. 23-24).

Geertz (1989, p. 15), afirmou que, assim como Max Weber, o homem é um animal amarrado a teias de significado que ele mesmo teceu. Sendo assim, a cultura é formada por “[...] essas teias e sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura de significado”.

Segundo Lacerda (2010, p. 1), “alguns autores, que trabalham com a temática das políticas culturais no país debruçam-se sobre a história recente das relações entre Estado e cultura no Brasil, dentre os quais, destaca-se Rubim (2007a), que sistematiza o que chama de tradições criadas no âmbito dessa relação.”

Na visão das ciências sociais, a cultura é um complexo que inclui conhecimento, crença, arte, moral, lei, costume e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem na condição de membro da sociedade. São padrões de comportamento típicos de uma sociedade e capazes de modelar a ação do indivíduo e rede de significados que os indivíduos tecem em suas interações cotidianas, que funcionam como um código que informa o comportamento (um texto que nos ajuda a interpretar nossas vidas, um mapa para a ação).

Segundo Geertz (1989), a cultura tem duas dimensões de estudo: (i) a etnocêntrica, que aponta uma visão de mundo na qual nossa cultura é tomada como centro de tudo e as outras são pensadas e sentidas por meio de nossos valores, modelos e definição do que é a existência; e (ii) a relativista, a partir da qual vê-se que as verdades da vida são menos

uma questão de essência das coisas e mais uma de posição a partir da qual se olha para elas; não existem verdades, mas, sim, versões, lembrando aspectos da diversidade, entendendo-se as diferenças culturais.

Laraia (2007) cita outros exemplos de como a cultura é algo inerente de cada região, pessoa ou situação, transcrevendo cartas de diversas nacionalidades acerca de observações de fatos, como no caso do Padre José Anchieta, que, ao chegar ao Brasil e descrever o modo peculiar de vida dos índios como algo ‘estranho’ a ele, “terminou, ironicamente, após descrever diversos costumes daqueles índios Tupi: ‘Tudo isso é interessante, mas, que diabo, essa gente não usa calças.’” (LARAIA, 2007, p. 13).

Segundo o autor, desde a Antiguidade, foram comuns as tentativas de explicar as diferenças de comportamento entre os homens, a partir das variações dos ambientes físicos. Laraia cita inúmeros casos de historiadores que tratam de cultura a partir da observação do local e de como a pessoa se relaciona com essa região. Segundo ele, não é preciso estudar tantos casos de maneira profunda para entender a diferença entre culturas:

Esta comparação pode começar pelo sentido do trânsito na Inglaterra, que segue a mão esquerda; pelos hábitos culinários franceses, onde rãs e *escargots* (capazes de causar repulsa a muitos povos) são considerados como iguarias, até outros usos e costumes que chamam mais a atenção para as diferenças culturais. (LARAIA, 2007, p. 13).

Cita, então, outro exemplos mais, como o fato do casamento, a poligamia, comer carne ou não, a obesidade, o arrotos ao final do jantar africano e, indo não tão longe, a gravidez em alguns países do Nordeste ser considerada um enfermidade. De acordo com Laraia (2007), há dois fatores que são usados para determinar a cultura: o determinismo biológico e o determinismo geográfico, conforme será brevemente descrito a seguir, mas ambos não possuem, em sua ideia, fundamentação científica válida.

O determinismo biológico seria o fator que levaria as raças, nacionalidades e classes serem diferentes umas das outras pelo traço biológico e hereditário. No entanto, essa resultante não é confirmada cientificamente como válida, uma vez que “a espécie humana se diferencia anatômica e fisiológica-mente através do dimorfismo sexual, mas é falso que as diferenças de comportamento existentes entre pessoas de sexos diferentes sejam determinadas biologicamente.” (LARAIA, 2007, p. 19). O autor finaliza o assunto dizendo que as pessoas agem diferentemente não em função de seu sexo, por exemplo, mas em virtude da educação que receberam em casa.

O determinismo geográfico fez respeito às “[...] diferenças do ambiente físico [que] condicionam [à] diversidade cultural. São explicações existentes desde a

Antigüidade, do tipo das formuladas por Pollio, Ibn Khaldun, Bodin e outros [...]” (LARAIA, 2007, p. 21). No entanto, assim com acontece com o determinismo biológico, não poderia ser o geográfico um determinante cultural, uma vez que existem pessoas que coexistem em um mesmo espaço e possuem modos de vida, crenças e valores diferentes. Para ele,

[...] não é possível admitir a idéia do determinismo geográfico, ou seja, a admissão da “ação mecânica das forças naturais sobre uma humanidade puramente receptiva”. A posição da moderna antropologia é que a “cultura age seletivamente”, e não casualmente, sobre seu meio ambiente, “explorando determinadas possibilidades e limites ao desenvolvimento, para o qual as forças decisivas estão na própria cultura e na história da cultura”. (LARAIA, 2007, p. 22)

3 OS PRIMEIROS INVESTIMENTOS CULTURAIS PRIVADOS

O interesse por investimentos culturais privados tem seus princípios, grosso modo, juntamente à maior atenção por parte das empresas em investir em ações de Responsabilidade Social Empresarial, movimento esse que influenciou a criação dos institutos culturais dentro delas. Com início na Europa nos anos de 1970, quando a sociedade começou a cobrar maior responsabilidade social das empresas, o movimento influenciou as manifestações brasileiras no Brasil no final da década de 1980. De acordo com Romeiro (1999, p. 2-3, *apud* ARAÚJO et al., 2006), “O conceito de desenvolvimento sustentável surgiu pela primeira vez, com o nome de ecodesenvolvimento, no início da década de 70.”

Esse termo foi proveniente do Clube de Roma, em 1972, organização formada com a intenção de estudar os vários impactos do capitalismo no meio ambiente e na sociedade, abordando temas como crescimento urbano, pobreza *versus* riqueza, insegurança no emprego, alienação da juventude, rejeição de valores tradicionais, inflação e rupturas econômicas. Foi a partir de 1990, com o movimento *Eco-92*, que a Responsabilidade Social Empresarial começou a ganhar maior visibilidade e importância, com a participação de entidades não-governamentais e o engajamento da iniciativa privada em políticas sociais do governo. Segundo Domeneghetti e Meir (2007, p. 109):

Ultimamente, Sustentabilidade Corporativa passou a ser mais um conceito importante. De fato, passou a ser um vetor determinante no sucesso das empresas, seja por estimular sua capacidade de interagir com seus *stakeholders* gerando ganhos para ambas as partes, seja por sua preponderância na construção de Reputação e Credibilidade a partir de questões como Transparência, Ética, Cidadania Corporativa e Responsabilidade Social Empresarial.

Muitas organizações começaram a criar institutos, fundações e a organizar departamentos dentro das próprias empresas que cuidassem do assunto. Este movimento é caracterizado, segundo o Instituto Ethos (2010), como

[...] a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais [...].

Ainda, segundo o Instituto Ethos, a responsabilidade social empresarial representa atualmente um fator de competitividade. Antigamente, o que caracterizava uma empresa como competitiva se dava pelo preço de seus produtos, e, posteriormente, a qualidade dos produtos e serviços. Segundo o Ethos, as empresas responsáveis socialmente devem se preocupar com a cadeia produtiva de seus produtos, dando condições de

sobrevivência a seus fornecedores, além de não degradar o meio ambiente, buscar a inclusão social e o desenvolvimento das comunidades que fazem parte, ser justos com seus colaboradores, preocupando-se com o bem-estar desses; devem, ainda, respeitar a legislação em vigor, além da transparência administrativa. Deste movimento, originou-se uma vertente denominada Investimento Social Privado, no qual a origem do Itaú Cultural está pautada, e será explicado a seguir.

O Investimento Social é, segundo definição do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (Idis, 2010), “[...] o uso planejado, monitorado e voluntário de recursos privados em programas e projetos de benefício social.”. Ou seja, é o investimento de capital privado para combater as causas dos problemas sociais na tentativa de melhorar a realidade da sociedade. O Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife) conceitua o Investimento Social Privado como “[...] o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Incluem-se neste universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias ou indivíduos.”

O Investimento Social Privado (ISP) é a evolução da chamada filantropia tradicional, que implica, ainda segundo o Idis, “[...] um repasse voluntário de recursos financeiros destinados aos necessitados, baseado na decisão de um doador/ mecenas, sem que este espere algo em troca”. Essa prática acontece há tempos, pois a noção de Filantropia pode ser considerada um elemento intrínseco ao ser humano, definido como solidariedade. Ela é a resposta a um problema atual por parte de um benfeitor, mas que não espera que haja retorno de sua ação de caridade. Ao contrário da Filantropia tradicional, que é realizada de acordo com os interesses do doador, o Investimento Social tem como foco as necessidades do receptor. Solucionando as causas por meio de programas e projetos sociais, os problemas diminuirão e espera-se que o futuro da comunidade seja melhor. O Investimento Social é baseado em um pensamento estratégico, que implica atender a questões de onde e como e a quantia de recursos que devem ser investidos, além de como será feito o monitoramento e a avaliação a fim de maximizar o investimento.

O Instituto Itaú Cultural é resultado de uma ação de Investimento Social Privado da *Holding Itaúsa*, ação esta que deriva do movimento de Responsabilidade Social Empresarial. O Instituto oferece diversas atividades gratuitas relacionadas à arte e à cultura, como exposições de arte, espetáculos de música e teatro, além de pesquisar dinâmicas do setor cultural, e se preocupa em organizar e catalogar expressões artísticas e culturais brasileiras. O Itaú Cultural possui uma sede na Avenida Paulista, em São Paulo, e também

torna conteúdos acessíveis por meio de seu site. A principal origem dos recursos que o Itaú Cultural utiliza para realizar suas atividades é o Ministério da Cultura, que fornece 70% de toda a verba do ano. Os 30% restantes vêm da Itaúsa, dinheiro utilizado para os custos operacionais.

A verba do Instituto pode ser considerada alta, quando comparada ao Centro Cultural Banco do Brasil, por exemplo, que opera com R\$40 milhões neste ano, divididos entre suas três sedes (Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília). O Instituto foi, ainda, o proponente com maior captação, para o *Plano Anual de Atividades 2009*, que obteve R\$29,5 milhões de aporte financeiro do Ministério da Cultura. Apesar de o Instituto possuir dependência financeira da *holding*, ele possui autonomia para tomada de decisões internas e elaboração e realização de seu *Plano Anual de Atividades*, no qual são traçados todos os projetos para o próximo ano.

Atualmente, os grandes mecenas de projetos culturais e sociais são as empresas privadas, que buscam diferencial competitivo e maior visibilidade na mídia. Esses investidores possuem interesses, preocupam-se com os resultados obtidos com tais ações e buscam qualidade nas relações com os públicos que interagem. Nesse contexto, entram as políticas culturais desenvolvidas pelos os institutos.

3.2 Bens e Políticas Culturais

Políticas culturais são formulações e/ou propostas desenvolvidas pela administração pública, organizações não-governamentais e empresas privadas, com o objetivo de promover intervenções na sociedade por meio da cultura. Assim sendo, todo resultado de manifestações culturais pode ser considerado um bem cultural, seja no terreno das artes (cênicas, visuais, musicais, interativas, audiovisuais, literárias) quanto no do pensamento (pesquisa acadêmica, educação, jornalismo).

Para Canclini (2001, p. 65), as políticas culturais resumem-se a um “[...] conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis e grupos comunitários organizados a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem ou de transformação social”. Teixeira Coelho (1997, p. 292) afirma que as iniciativas desses agentes visam a “[...] promover a produção, a distribuição e o uso da cultura, a preservação e divulgação do patrimônio histórico e o ordenamento do aparelho burocrático por elas responsável”;

considera, ainda, política cultural como uma “[...] ciência da organização das estruturas culturais”, que tem como objetivo “[...] o estudo dos diferentes modos de proposição e agenciamento dessas iniciativas, bem como a compreensão de suas significações nos diferentes contextos sociais em que se apresentam”.

Segundo Isaura Botelho (2001, p. 3), as discussões suscitadas pelo conceito de políticas culturais estão focadas no campo de atuação dessas políticas e nos agentes envolvidos em sua formulação e prática. A autora reconhece duas dimensões da cultura que deveriam ser consideradas alvos das políticas culturais. A dimensão sociológica, distintamente privilegiada por tais políticas, refere-se ao mercado, à cultura “elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através de meios específicos de expressão”. Já a dimensão antropológica remete à cultura produzida no cotidiano, representada pelos pequenos mundos construídos pelos indivíduos, que lhes garante equilíbrio e estabilidade no convívio social. Esta última perspectiva, segundo a autora, apresenta-se como o grande desafio para o alcance dos gestores da cultura.

4 UM DEBATE SOBRE A CHAMADA ‘DEMOCRATIZAÇÃO CULTURAL’ E O ACESSO AOS BENS CULTURAIS

Para entender o posicionamento de como instituições privadas podem contribuir com o fomento à democratização cultural, primeiramente é preciso realizar uma breve discussão acerca do que vem a ser a produção cultural e como tem sido tratada a democratização desses bens.

“A lógica da produção cultural exclui o público”. A máxima é de Helena Katz, que participou do evento realizado em setembro pela Votorantim sobre o acesso a cultura. (PARCERIA..., 2010). Gilberto Gil, ex-ministro da cultura, afirmou que existe um *apartheid* cultural no Brasil. Observações como essas têm sido mais recentes devido ao que Lacerda (2010) resumiu como trajetória das ações culturais no Brasil até 2002, como três tradições: ausência, autoritarismo e instabilidade. Para a autora,

A relação entre cultura e Estado em nosso país ainda é marcada, ao longo da história, pelo privilégio dispensado a uma noção elitista de cultura voltada para um público restrito, composto pelas elites nacionais. Em primeiro lugar, é muito difundida a ideia de que a cultura produzida e consumida pelos segmentos populares são manifestações atrasadas, de mau-gosto, tecnicamente inferiores, menos civilizadas. (LACERDA, 2010, p. 1).

Ideia semelhante possuem Limeira e Gouveia (2008, p. 5), quando afirmam que “[...] é muito difundida a ideia de que a cultura produzida e consumida pelos segmentos populares são manifestações atrasadas, de mau-gosto, tecnicamente inferiores, menos civilizadas.” Por serem consideradas como ‘não-elitizadas’, as ações são pouco fomentadas por órgãos governamentais, Estado e mídia, ganhando espaço pequeno em meio a manifestações culturais consideradas ‘de ponta’.

As noções de cultura e público, de acordo com Lacerda (2010, p. 2), são permeadas por “[...] valores como elitismo, generalismo”, não sendo privilegiadas pelas políticas culturais brasileiras. Segundo a pesquisadora, em outros países mais desenvolvidos que o Brasil, essa prática também é uma distorção cultural, como acontece na França, país que pode ser considerado como berço de todas as manifestações culturais. Por passar por problemas de falta de democratização na cultura, o governo da França criou o Ministério de Assuntos Culturais da França, com o objetivo de fomentar e levar todos os tipos de manifestação cultural à população.

A ideia foi inaugurada no governo francês, mas, ainda assim, não atingiu os objetivos, visto que, “[...] mesmo com o barateamento dos ingressos, [...] a prática redundou numa falsa democratização, pois baseava-se na crença da aptidão natural do ser humano em

reconhecer “o belo” e “a verdade”, apenas pela possibilidade de ter acesso às instituições da cultura erudita”. (LACERDA, 2010, p. 3). Em outras palavras, não basta apenas tornar os preços mais acessíveis, mas também o conteúdo e a mensagem devem ser dirigidos a todos os tipos de público; todos devem encontrar espaço e identificação quanto aos aspectos apresentados.

Em 1964, Bourdieu realizou uma pesquisa na França acerca dos hábitos culturais de alguns países europeus, em especial os de frequência de museus. Foi de acordo com o resultado dessa pesquisa que Bourdieu conseguiu colocar em cheque, pela primeira vez, a democratização da cultura, uma vez que sua pesquisa revelou “[...] a íntima relação entre o público que freqüentava museus e outros espaços culturais e sua origem sócio-econômica, bem como seu capital cultural.” (LACERDA, 2010, p. 3). Essa pesquisa foi sintetizada no livro *O amor pela arte. Os museus de arte na Europa e seu público*.

Segundo o pesquisador, era preciso empreender “[...] esforços na diminuição das barreiras físicas entre a cultura erudita e as classes populares”, por meio do incentivo a visitas, fosse pela gratuidade/redução dos preços dos ingressos, fosse por outros elementos de fomento, uma vez que o preço não era o único impeditivo de acesso às ações culturais.

Lacerda (2010, p. 4) traz à discussão o seguinte ponto: na maioria das vezes, o conceito de cultura a que se referem esses processos de democratização geralmente é também elitizado, de cultura “[...] erudita, legitimada pelas elites produtoras de parâmetros estéticos, desconsiderando a diversidade cultural, obedecendo à lógica de hierarquia cultural.” Além disso, leva-se muito em conta que é a classe alta da população que deve levar essa cultura à classe chamada ‘menos favorecida’, e não o contrário. Assim, de acordo com o autor, haveria nesse caso um paradigma vertical instalado nessa democratização, uma vez que não seria possível aplicar o termo em sua amplitude.

Assim sendo, para que haja a verdadeira democratização da cultura, é preciso livrar-se de valores e concepções pré-determinados para englobar o sentido amplo de cultura. Se, de acordo com as conceituações anteriores, cultura é uma forma de expressão de determinado grupo que a caracterizam e é dotada de valores e crenças, é evidente entender que a cultura que se pretende democratizar nesses casos não é aquela elitizada, mas a cultura pertencente a cada ser humano, a cada região e grupo, desconsiderando-se as classes sociais para então considerá-las.

A pesquisa de Limeira e Gouveia (2008) sobre manifestações culturais realizadas por pessoas ditas ‘menos favorecidas’ revelou o seguinte:

[...] A cultura pode ser um recurso econômico, social e político para os segmentos menos favorecidos da população, quando se verifica a conjugação de alguns fatores-chave, a saber: os grupos de artistas conseguem se organizar coletivamente; suas lideranças agem de modo empreendedor e articulando-se a redes sociais diversificadas; parcerias são estabelecidas com organizações governamentais, paragovernamentais e do terceiro setor, comprometidas com os objetivos desses grupos. Constatou-se também que a sustentabilidade dos empreendimentos associativos na área cultural depende de políticas públicas transversais, visando o desenvolvimento local integrado e sustentável. (LIMEIRA; GOUVEIA, 2008, p. 7).

O que acontece é que a cultura tem sido, ao longo de todos os anos, considerada ainda com aquele valor pregado pela época da colonização do Brasil, em que eram considerados cultos apenas aqueles que provinham das famílias dos senhores de engenho, os que estudavam fora e em escolas ‘de ponta’, sendo que, até hoje, democratizar a cultura significa, até mesmo para o Estado, levar oportunidade de que os menos favorecidos e com menor escolaridade tenham acesso às produções culturais da elite, o que se torna, de fato, um paradigma difícil de ser combatido.

Em entrevista concedida a Heloisa Buarque de Holanda, a fala de George Yúdice, renomado estudioso cultural, formado em Princeton e especializado em Letras, revela esse lado elitizado da cultura, que ainda insiste em permanecer na atualidade:

Eu sempre fui muito crítico com relação ao uso da arte para fins práticos. Mas, acho que a esta altura vou ter que mudar. A arte vai ser usada, quer eu queira quer não. A minha idéia agora é que a cultura seja vista como um recurso. E quando você pensa que a cultura é recurso, o único jogo que existe é o do gerenciamento, da gestão dos recursos. É como na ecologia. Eu poderia continuar com a idéia da arte para a transcendência, uma arte para fins não instrumentais, mas mesmo assim, a arte vai continuar sendo usada. Eu posso ser um artista “puro”, mas quando colocar minha obra em um museu, estarei contribuindo para o PIB da cidade. Quando as pessoas pensam em criar um museu, elas justificam o museu pela arte, mas esse museu vai certamente contribuir para a economia da cidade. Então, queira eu ou não, a arte será sempre um recurso. (HOLLANDA¹, 2005 *apud* LIMEIRA; GOUVEIA, 2008, p. 9-10).

Mesmo tentando defender a democratização da cultura, a fala do autor demonstra sua resistência em entender que a cultura não é apenas o que ele estudou em Princeton ou os clássicos cursos de Letras.

De acordo com Lacerda (2010), os principais e pioneiros órgãos que buscaram a questão da democratização da cultura levaram em conta apenas esses aspectos de levar ações de elite à população de baixa renda. A autora cita como exemplo o Centro Popular de Cultura (CPC) da União Nacional dos Estudantes (UNE), que abraçou a causa da democratização, mas não levou em conta as diferentes manifestações e culturas existentes. Assim, incentivou-se a seguinte situação: “[...] o CPC tinha inicialmente dois pólos de ação

cultural: quem levava cultura (intelectualidade-produtor/divulgador) e quem recebia cultura (povo-consumidor)”, segmentando claramente as etapas de produção e consumo cultural conforme uma hierarquia cultural. (LACERDA, 2010, p.48). Para o sociólogo Renato Ortiz, pode-se considerar que “o povo é o personagem principal da trama histórica, mas na realidade se encontra ausente. (ORTIZ, 1986, p.73 *apud* GARCIA, 2007, p.38).

Ao realizar a pesquisa no Instituto Itaú Cultural, buscou-se entender se o instituto agia como os demais, que visavam a levar produtos elitizados à população, ou se havia outra forma de democratização cultural presente. O objetivo era entender como esses tipos de instituições podem fomentar o acesso aos bens e políticas culturais. Em análise, pôde-se observar que o Instituto Itaú, pelo discurso de seu gerente do núcleo de música, Edson Natale, mostra que tem como missão ampliar o acesso à cultura e promover a democratização cultural. Além disso, visa a garantir que essa democratização seja conquistada por meio do *Programa Rumos*, conforme nota-se pela fala de Edson:

Neste caso, sinto que estamos indo em direção, mas ainda não chegamos lá. Os tempos mudaram. As possibilidades de interação, participação e acesso à cultura aumentaram muito e hoje em dia sinto o Itaú Cultural correndo atrás disso. De fato estamos caminhando nessa direção, mas a interatividade ainda é pouco presente. Mesmo o acesso simples, ele existe, já que sempre temos eventos gratuitos, mas muitas vezes isso não basta; é preciso fazer um trabalho mais consistente de divulgação tanto nos públicos-alvo quanto nos públicos-potência. Deveria ter mais investimento na formação de público.

Por meio desse discurso, pode-se notar a apropriação do conceito de cultura defendido por Thompson, que afirma que “[...] a cultura de um grupo ou sociedade como o conjunto de crenças, costumes, ideias e valores bem como os artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade”.

Acho que o Rumos esta dentro desse conceito, pois o programa visa [a] promover o acesso a grupos. O Rumos Música, por exemplo, lançou este ano a carteira Coletivo – que promove a interação e a criação (os músicos se inscreveram individualmente e a partir da seleção estamos formando nove bandas que passarão por um processo de um ano de ensaios e criação e então se apresentarão ao público com um novo trabalho da música brasileira). O cidadão comum tem acesso também aos shows que são promovidos com o Rumos Música, acesso ao site onde pode escutar inúmeros programas

de webradio, opinar e interagir, além de ver o programa de meia hora sobre as bandas em várias TVs (TV Cultura e muitas outras regionais).

Quando questionado sobre a razão de se escolher uma comissão de avaliação de projetos e não votos populares, o que poderia significar, de acordo com Lacerda, a ideia de uma cultura erudita, legitimada pelas elites produtoras de parâmetros estéticos, Natale argumenta:

A comissão dos Rumos Música (as outras comissões seguem a mesma lógica), por exemplo, é composta por 10 pessoas ligadas à música (mais um representante do Itaú Cultural, também ligado à área de música), e a comissão se renova a cada edição. A opção por uma comissão de avaliação autônoma é mais coerente com os fundamentos do programa e evita que, por exemplo, os grupos/artistas com maior expressão na mídia ou que dominem algumas ferramentas tecnológicas (uso das redes sociais, por exemplo) obtenham vantagem em relação aos demais.

Mesmo afirmando que pretende não dar atenção maior aos grupos com maior foco na mídia, não é possível saber ao certo como o instituto tem fomentado o acesso aos bens culturais, pois não dar atenção especial aos grupos que se destacam na mídia não quer dizer que está se dando a atenção devida aos ‘gostos’ de todos os tipos de cultura. Dar espaço aos que não possuem tanto espaço na mídia quer dizer que se dá espaço também para que os interessados nesse tipo de apresentação tenham acesso a bens culturais de suas preferências, mas não fica claro de que maneira todos os tipos de cultura estão inseridos no ambiente cultural. Deve-se lembrar, também, que os votos não são populares, o que pode reforçar a ideia de elitização da cultura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao tentar analisar a forma como instituições culturais podem fomentar o acesso aos bens culturais, por meio de um estudo de campo no Instituto Itaú Cultural, observa-se um ponto relevante: a fala do gerente, bem como as observações realizadas no Itaú Cultural, se retomada a pergunta inicial início do artigo, demonstram que é um tanto quanto complexo definir qual seria a melhor forma de fomentar o desenvolvimento cultural da população por meio dos institutos culturais derivados da iniciativa privada, pois, como delimitado anteriormente, cultura é fator intrínseco ao ser humano e da sociedade e contempla o conjunto de crenças, costumes, ideias e valores, bem como os artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade. Sendo assim, é complexo gerir as manifestações intelectuais e artísticas provenientes da sociedade, os chamados bens culturais.

Além disso, a fala do gerente não se aplica na prática quando se observa que os mecanismos para a disseminação do conteúdo cultural ainda estão sendo desenvolvidos. Esbarra-se, nesse momento, na máxima de Lacerda (2010), que afirma que as instituições que se propõem a democratizar a cultura levam em conta apenas aspectos de levar ações de elite à população de baixa renda. Em outras palavras, apesar da complexidade, é necessário que os institutos culturais criem mecanismos para a disseminação do conteúdo desenvolvido por eles.

Um aspecto parece fundamental como conclusão, principalmente quando se tem como preocupação construir uma política cultural que possa nortear as ações dos institutos culturais do Brasil. Nenhuma política que tenha como norte a democratização do acesso à cultura, ou seja, ter meios eficazes para garantir o acesso a produção de bens culturais, pode considerar apenas disponibilizar tais bens culturais e, sim, promover o acesso à produção e à discussão. Podemos identificar o Itaú Cultural como um instituto privado que caminha para cumprir com a sua missão e entende a chamada democratização cultural como uma política, uma vez que seus mecanismos tem se mostrado eficientes, porém há a necessidade de aprimoramento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Geraldino Carneiro de et al. Sustentabilidade empresarial: conceitos e indicadores. In: III Congresso Virtual Brasileiro de Administração – Convibra. 24 a 26 nov. 2006. Disponível em: http://www.convibra.com.br/2006/artigos/61_pdf.pdf. Acesso em 07 jul. 2009.

BRASIL. *Lula lança o Vale Cultura em São Paulo – Entenda o Projeto*. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2009/07/22/lula-lanca-vale-cultura-em-sao-paulo-entenda-o-projeto/>. Acesso em: 30 out. 2010.

DOMENEGHETTI, Daniel; MEIR, Roberto. *Ativos Intangíveis: Como sair do Deserto Competitivo dos Mercados e Encontrar um Oásis de Valor e Resultado para sua Empresa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. 317 p.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos, c1989

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/367/o_instituto_ethos/quem_somos/missao/missao.aspx. Acesso em 01 dez. 2010.

LACERDA, Alice Pires de. *Democratização da Cultura X Democracia Cultural: os Pontos de Cultura enquanto política cultural de formação de público*. 02 set. 2010. Disponível em: <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2010/09/02-ALICE-PIRES-DE-LACERDA.1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2010.

LARAIA, Roque Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal; GOUVEIA, Maria Alice Machado. *Segmentos Populares, Consumo e Participação Cultural*. Relatório de Pesquisa 02/2008. São Paulo: FGV, 2008. Disponível em: <http://eaesp.fgv.br/AppData/GVPesquisa/Rel022008.pdf>. Acesso em: 29, 30 e 31 out. 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; POLITO, Ronald. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da EdUERJ, 2001.

PARCERIA PUC-SP: Democratização Cultural em Foco. Disponível em: <http://www.blogacesso.com.br/?p=1896>. Acesso em: 30 out. 2010. Teixeira Coelho (1997, p. 292)