

O Tratamento da Cultura no Brasil e sua Institucionalização: *marketing cultural* e políticas culturais como processos de formação de Estado (1985-2013)

Caio Gonçalves Dias^a

O presente artigo procura analisar o processo recente de institucionalização das chamadas políticas culturais no Brasil. Partindo da ideia de que há um tratamento da cultura, tanto enquanto processo de elaboração como a partir do cuidado previsto em estratégias de governo, é analisada a criação do Ministério da Cultura (MinC) durante o processo de redemocratização a partir de sua inserção numa retórica de direitos. Argumenta-se, contudo, que a solidificação do MinC é garantida apenas com a criação das leis de incentivo, garantindo tanto uma rotina administrativa-burocrática para o órgão, como a gestão de um capital financeiro – e também de relações sociais – de maior importância. Aponta-se, ainda, uma normatização do *marketing cultural* nesse processo. Evidencia-se, por fim, que a ideia de processos de formação de Estado ajuda a compreender o processo de institucionalização da cultura na administração pública, levando em conta um conjunto de agenciamentos privados, especialmente aqueles perpetrados a partir do *marketing cultural*, e públicos.

Políticas Culturais; Marketing Cultural; Antropologia do Estado; Antropologia Política; Antropologia Histórica.

O tema da *política cultural*, das *políticas culturais* e/ou das *políticas públicas de cultura* no Brasil tem sido abordado por um volume significativo de textos, livros e artigos, que vêm acompanhados também de

a Pós-Doutorando no Departamento de Antropologia da FFLCH/USP com financiamento da FAPESP. E-mail: caiogdias@gmail.com.

esferas de publicização, como seminários, encontros, colóquios etc, além de debates de muitas ordens, como conferências, audiências públicas ou fóruns online. Essa produção emana de diversas instituições, ligadas não apenas à universidade, mas também a outros espaços de reflexão – como organizações não governamentais e institutos privados de pesquisa. As políticas culturais, assim, se tornam uma especialidade que tem sua perpetuação garantida tanto por processos reflexivos e pela formação de novos especialistas como pelo trabalho das instâncias da administração pública dedicadas à cultura. A produção reflexiva é, deste modo, referida e ao mesmo tempo trabalha para justificar a atuação estatal a partir da cultura.

Este último ponto, isto é, a produção de instâncias na administração pública especializadas na cultura, é o foco central deste texto. O objetivo deste artigo é produzir uma reflexão sobre o processo de *institucionalização* das políticas culturais no Brasil. Tomaremos como foco central a criação e, especialmente, o fortalecimento do Ministério da Cultura, argumentando que uma questão central para disparar esse processo foi uma retórica de direitos, mas que sua continuidade foi possibilitada pela criação e manutenção das leis de incentivo à cultura.

Ao mesmo tempo, acreditamos que se a criação do MinC – que não passou, num momento inicial, como veremos, da aglutinação de instituições já existentes – foi um ponto central no tratamento do que se convencionou chamar cultura no plano federal nos anos 1980, é necessário levar em conta um universo discursivo mais amplo e que teve enorme impacto nas condições de possibilidade para elaboração em torno das políticas culturais naquele momento. A principal questão, e que está relacionada a um processo de invenção da democracia para o Brasil, é a concepção da cultura como um direito. Essa compreensão permitiu um tratamento da cultura como algo coletivo e de caráter público. A cultura passou, assim, a ser discutida ainda como uma questão nacional, mas em um novo aparato discursivo, a partir do qual o cuidado estatal deveria atuar para *suprir as necessidades culturais* dos cidadãos.

Entendemos por *institucionalização* o processo em que certas práticas, cargos, funções, relações e temas passam a ser abarcados por um mesmo aparato organizacional, com um escopo temático reconhecível e delimitado, sendo, ainda, uma instância socialmente reconhecida como legítima no tratamento de um domínio definido de reflexão e intervenção. O processo de institucionalização é correlato a certo *campo de possibilidades estratégicas*, articulado a um “sistema de pontos de escolha que (certo discurso individualizável) deixa livre a partir de um campo de objetos dados, a partir de uma gama enunciativa determinada, a partir de uma série de conceitos definidos em seu conteúdo e em seu uso” (Foucault 2008:105).

É importante enfatizar que compreendemos a institucionalização como um processo, em constante manutenção e transformação. Nesse sentido, é necessária uma reinvenção permanentemente do *campo de possibilidades estratégicas*, seja delimitando-o, alargando seus limites, ou, ainda, tornando-os mais difusos. Interessa-nos pensar a maneira como as políticas culturais no Brasil contemporâneo ao mesmo tempo criaram e se inscreveram em espaços institucionais, sendo tratadas por certos agentes e agências competentes e legítimos – também criados ou rearticulados nesse movimento.

O processo de institucionalização, assim, é possível a partir da interconexão de determinados campos e esferas discursivas que de maneira amplamente desigual ora se complementaram, ora se repeliram, mas cujo trabalho conjunto é o que permitiu os arranjos contemporâneos que *tratam* das políticas culturais nas suas múltiplas descrições conceituais e usos. O duplo significado do termo *tratar* nos ajuda a construir nosso movimento metodológico. O emprego do termo *tratar* é aqui entendido tanto com no sentido de *cuidado*, na definição das ações possíveis e aceitáveis, normalmente estabelecidas a partir de uma relação hierárquica, onde certos agentes apontam os movimentos necessários a serem executados por outros, como no sentido de *elaboração*, no tratamento que é uma construção discursiva capaz de inscrever o campo em certo jogo da verdade, de *veridicção*.

Procuramos, nesse sentido, analisar as condições de possibilidade para que as políticas culturais sejam percebidas e empregadas como discursos eficazes. Isso implica compreender como elas são utilizadas pelos diversos agentes que as mobilizam contemporaneamente ora como chaves analíticas, ora como tecnologias de governo, ora como uma política setorial num cenário mais amplo de políticas públicas. Buscamos, portanto, analisar a produção das políticas culturais como uma categoria pedagógica, que ensina como separar e/ou unir ‘Estado’ e ‘cultura’.

Tomaremos, aqui, apenas a institucionalização a partir de um processo mais diretamente afeito ao Estado por uma questão metodológica. Não acreditamos, portanto, que esse processo esteja desligado das esferas de produção de conhecimento em torno das políticas culturais.

A criação do MinC e a questão dos direitos

Em matéria intitulada ‘Aparecido quer implantar a Democracia da Cultura’, publicada no *O Globo* em 1985, o recém-empossado Ministro da Cultura José Aparecido expõe as concepções norteadoras da atuação de seu ministério e também dá pistas de como ‘Estado’ e ‘cultura’ poderiam ser conectados naquele momento.

Uma de suas preocupações era financiar as atividades culturais a partir de um Ministério ativo; sem que para isso houvesse uma interferência efetiva do Estado nas manifestações culturais. Esse ponto é central para compreensão tanto do MinC como do que se esperava do Estado com a superação do regime ditatorial em relação às atividades culturais. Mesmo que tenham ocorrido alguns importantes processos institucionais durante o regime militar – e as criações da Secretaria de Cultura no MEC, do Conselho Federal de Cultura e da FUNARTE seriam bons exemplos nesse sentido –, o que era marca da atuação do Estado no campo cultural e que estava muitíssimo presente tanto no processo de escrita da constituição como nos aspectos que operavam a administração pública da cultura na redemocratização era a repressão do regime que impedia expressão individual, artística e estética numa

interferência do Estado pela censura. Foi nesse contexto que José Aparecido pôde fazer as seguintes afirmações:

“O controle do Estado, em todos os setores e especificamente o da Cultura, será feito por mecanismos de representação política e estamos caminhando para a Assembleia Nacional Constituinte. Fazer definição dos objetivos do Ministério da Cultura é um exercício de poder, Cultura só se desenvolve com a liberdade criadora dos grupos e das coletividades.

O Estado tem o dever de proteger a Cultura. O País tem que ampliar essa fronteira social até que a Cultura deixe de ser um privilégio. Queremos a democracia da Cultura, não devemos ficar com medo se há regimes políticos que transformaram a Cultura em canteiro de suas ideias. Tancredo foi eleito com a benção do povo. O Brasil está reaprendendo a conviver com a liberdade, e tenho a humildade de saber que não vim para ensinar, mas para aprender” (O Globo 24.03.1985:10).

É possível notar nas falas de José Aparecido uma série de preocupações que inscrevem seu Ministério num cenário de redemocratização. A dimensão da liberdade em contraposição à atuação do Estado é uma das questões mais centrais – e que, ao que parece, a que estaria próxima da garantia de uma democracia cultural. Trata-se de um indício, acreditamos, de que a questão dos direitos culturais seria mais ampla e que o MinC seria uma das consequências dela; e não o contrário. Corrobora essa afirmação a menção, por Aparecido, de questões que não chegaram a ser totalmente reguladas pela pasta da cultura (e o melhor exemplo seria a ‘política cultural indígena’).

Assim, *não é a partir do MinC, portanto, que se compreende a cultura como direito, mas é porque a cultura passa a ser compreendida como direito que um Ministério da Cultura é possível.* Ele próprio pode ser pensado, nesse sentido, como um dos passos estabelecidos, a partir de uma visão mais de que o modelo de atuação estatal repressiva (especialmente na cultura) deveria ser repensado. Deste modo, um agente estatal que pudesse, se não arregimentar efetivamente, ser uma instância de afirmação simbólica desse processo mais amplo, se mostra, finalmente, possível.

Um outro indício fundamental da compreensão da cultura como direito foi a redação dada a este tema na Constituição de 1988. O artigo 215 estabelece diretamente a obrigação do Estado na garantia dos direitos culturais. Isso deveria ser possível pela valorização e difusão das manifestações tidas como culturais. O contraponto com o patrimônio, previsto no artigo 216, é simbólico de sua centralidade ou amadurecimento: já havia uma prática estabelecida para este último campo – presente inclusive na Constituição de 1967 e tão antigo quanto à criação de um aparato estatal de proteção em 1937 – que ganhou uma redação mais clara na Constituição cidadã.

Mais do que pensar se de fato houve a previsão de uma democracia cultural no texto constitucional de 1988, é fundamental a percepção de que a maneira como o tema cultural é tratado está envolto em múltiplos planos, que tiveram antecedentes e consequências diversas. O fundamental aqui, contudo, é o tratamento da cultura como direito a partir do uso de uma noção de cultura ampliada, que extrapolasse as artes e o patrimônio. A preocupação do legislador era a garantia tanto do direito de expressão, passando pela garantia da liberdade para produção cultural – e talvez aí o enfoque nos direitos ganhe de fato uma importância central, na medida em que há a preocupação com uma liberdade que se garante individualmente – e também pelo financiamento público de (parte) dela.

A leitura do texto constitucional de 1988 não é suficiente, contudo, para supor uma aglutinação de pontuações compartilhadas por inúmeros segmentos socialmente representativos. Sem perder essa questão de vista, é importante levarmos em conta que Constituição foi elaborada a partir da consulta de diversos agentes, ouvidos na Assembleia Nacional Constituinte. Interessa-nos nesse cenário, assim, o que se pode depreender da redação da Constituição como indício de um universo mais amplo de questões que se desenrolaram no processo de redemocratização do país – o que não deve ser compreendido necessariamente como representatividade.

No relatório da elaboração do anteprojeto constitucional da ‘Comissão da Família, da Educação, da Cultura e Esporte, e da Ciência’ da Assembleia Nacional Constituinte, a dimensão dos direitos culturais é um dos pontos de maior destaque. A partir de 776 propostas recebidas pela comissão para o tema da ‘cultura’, foram elaboradas proposições que deveriam orientar – em conjunto com as propostas dos constituintes – a escrita do texto constitucional.

A declaração dos direitos do homem é a primeira referência feita no relatório, culminando, Posteriormente, com a descrição das diretrizes da UNESCO para a cultura, que justificaram a redação dada ao tema na Constituição Federal:

“Os direitos culturais se confundem com o direito de ser do Homem. Eles permitem ao Homem atingir a sua verdadeira dimensão, de animal racional que se emociona, sonha, tem memória e herda, ao estar livre para pensar, criar, praticar, expressar e conviver. No gozo desses direitos, o Homem pode tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, e adquire a sua ‘cidadania cultural’. Com a sua prática, revelam-se outros direitos como o de autodeterminação, o direito à educação, o direito de receber e divulgar informações, o direito ao trabalho, o direito à uma remuneração justa e satisfatória que lhe assegure a vida conforme a dignidade humana etc”.

Se a cultura, assim, é um direito a ser exercido pelo cidadão – numa perspectiva humanista – se instaura uma proposição de que os ‘homens’ são, eles próprios, definidos a partir de sua capacidade de produzir cultura. Ou seja, a dimensão da cultura é transposta – e naturalizada a partir disso – para ordem do ser, assumindo que é a cultura que instaura os homens. E é exatamente porque essa seria a característica instauradora da humanidade do homem, que seria obrigação do Estado a garantia da cultura como direito individualmente expresso.

Essa mudança, discursivamente inscrita, tornou-se a explicação dominante, capaz de subsidiar e justificar as preocupações do Estado no tratamento da cultura. Além disso, a justificativa de atuação no campo cultural a partir do reconhecimento da ‘cultura como direito’

ajuda a construir novas esferas de atuação – das universidades aos institutos culturais privados. A amplitude da noção de cultura que gravita em torno da cultura como direito, nesse sentido, talvez seja uma das características que garantiram a eficácia da ‘cidadania cultural’ como justificativa para diversas e diferentes ações baseadas, muitas vezes, em posicionamentos ideológicos contrapostos, transformando-se em discurso dominante.

Esse é um ponto que pode ser analisado a partir das proposições de Abram de Swaan, quando identifica no tratamento dos doentes, no ensino dos ignorantes e no sustento dos indigentes um processo de *coletivização* que transforma esses pontos em algo que precisa ser cuidado pelo Estado. Assim,

“[T]he collectivization of care arrangements proceeds along three dimensions. In the course of the process, the *scale* of coping arrangements came to encompass entire nations and to include all citizens, or formally designated categories among them. The arrangements became more *collective* as their benefits to individual users became more independent of their contribution and came to depend increasingly on their condition as assessed in terms of some scheme or provisions. Finally, the arrangements were increasingly carried by the *state* or some *public* body and the bureaucratic apparatus needed for their implementation” (Swaan 1988:7).

Quando a cultura passa a ser tratada como direito no Brasil, observa-se um movimento correlato. Se a relação entre Estado e cultura é algo que pode ser mapeável – dependendo da maneira que se entendam os dois conceitos – há muitas décadas, é singular que a compreensão da cultura como direito seja produzida exatamente a partir de movimentos políticos que se pretendem universalizáveis para toda nação, mas através de seus indivíduos. Deste modo, é assinalável na passagem à democracia, especialmente na instauração da Constituinte, o reconhecimento da cultura como direito a ser garantido *individualmente* em plano nacional.

Esse aparato discursivo garantiu, assim, um cenário em que a criação do Ministério foi possível. Isso não quer dizer, contudo, que logo

na criação houvesse de fato uma instância operativa eficaz. A criação do MinC foi um acontecimento que rearranjou o campo das políticas culturais no Brasil, assim como seu processo de institucionalização. Mas a manutenção desse processo precisaria de outros mecanismos para além dele.

Os primeiros anos do MinC foram marcados por trocas constantes de titulares. José Aparecido ficou apenas três meses no cargo, depois de se afastar para assumir o governo do Distrito Federal. Seu sucessor, o professor da Universidade Federal de Minas Gerais Aluísio Pimenta, ficou poucos meses na pasta, tendo sido acusado, em inúmeras oportunidades, de idealista. Com sua saída, o Ministério ficou sem titular dedicado, e Hugo Napoleão do Rego Neto, então Ministro da Educação, acumulou os dois cargos. Esse processo teve consequências importantes, como evidencia Isaura Botelho:

“Atropelados pelas constantes trocas de ministros [...], os órgãos federais começaram a sofrer uma desagregação interna, motivada não só pela superposição de um poder que quebrou sua autonomia, como também pelo fato de ter havido necessidade de se improvisar uma burocracia, em Brasília, que desse conta da nova estrutura ministerial. A própria clientela se viu confundida com a criação desse ministério que, alterando os canais habituais de encaminhamento de projetos, auxiliou na deslegitimação de suas instituições” (Botelho 2001:218).

Essa fragilidade teria sido superada apenas quando Celso Furtado assumiu o MinC em 1986. Sua gestão seria marcada por dois pontos fundamentais. Por um lado, pela primeira vez havia uma dimensão conceitual clara que pudesse fundamentar um projeto efetivo de política cultural: a relação entre cultura, desenvolvimento e criatividade. Por outro, é nesse momento que a estrutura administrativa do Ministério amadurece, se adequando às concepções e propostas definidas para sua atuação.

Nesse cenário, não é menos importante a dimensão da criação de uma burocracia que pudesse não apenas inventar uma rotina administrativa para o MinC, mas também fazer com que suas instituições funcionassem minimamente integradas em uma unidade de gestão. A questão,

porém, é que sua criação se deu a partir da junção de alguns órgãos previamente existentes e cujas rotinas burocráticas já estavam estabelecidas.

Parece-nos, assim, que um ponto central para compreender a maneira como o Ministério da Cultura ganha efetividade administrativa, ao passo que começa a ter um universo de atuação definido e uma finalidade nova marcada por uma igualmente nova rotina burocrática, é a criação das Leis de incentivo, em 1986, e sua afirmação, nas décadas posteriores, como o instrumento privilegiado de financiamento de atividades culturais.

É importante ressaltar, de saída, que o caráter relativamente independente das instituições já existentes não foi apagado com a consolidação do Ministério, mas é certo que as leis trouxeram uma função socialmente reconhecida para o MinC que deve ser enfatizada. Isso não quer dizer que não houvesse o financiamento de projetos pelos órgãos que formaram o Ministério, mas a nossa argumentação é a de que a criação de um novo mecanismo de fomento e sua continuidade como princípio foram definitivos para afirmar o MinC como estrutura necessária na administração pública federal. Foi nesse movimento que se criaram tanto uma rotina burocrática reconhecível para o novo Ministério como uma padronização – a partir desse mesmo aparato burocrático – da interação possível entre produtores culturais e o MinC. Além disso, e talvez mais importante, esse ponto tem um outro rebatimento, que é fundamental na aquisição de importância política para o Ministério: a gestão, mesmo que indireta, sobre um montante de recursos financeiros significativos, que duplicam seu orçamento.

As leis de incentivo à cultura, o fortalecimento do MinC e a normatização do *marketing cultural*

A Lei Sarney, número 7.505 de 02 de Julho de 1986, foi assinada pouco mais de um ano depois da criação do Ministério. Os primeiros projetos para que se criasse uma legislação que previsse investimento privado em projetos e ações culturais através de renúncia fiscal foram

elaborados por José Sarney ainda na década de 1970, em seu primeiro mandato como senador. Já como presidente da república, Sarney assinou a lei conjuntamente com o Ministro da Fazenda, Dilson Domingos Funaro, com o Ministro do Planejamento, João Sayad, e com o Ministro da Cultura em exercício, Angelo Oswaldo de Araújo Santos, que substituíra momentaneamente Celso Furtado.

A gestão da Lei, regulamentada pelo Decreto número 93.335, de 3 de Outubro de 1986, era feita conjuntamente pelo Ministérios da Cultura e da Fazenda (através da Secretaria da Receita Federal). Criou-se o Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas de Natureza Cultural (CNPJ) com ou sem fins lucrativos, mantido pelos dois órgãos. A transferência de recursos das empresas ou indivíduos financiadores para as pessoas jurídicas inscritas no CNPJ garantia dedução no imposto de renda, sem que os recursos fossem necessariamente destinados a ações específicas.

A lei operava através de três modalidades: a **doação**, efetivada a partir da transferência definitiva de bens, sem proveito pecuniário, ou valores. Nesse caso, o valor do bem era declarado e poderia ser verificado com perícia pelo Ministério da Cultura ou pelo Ministério da Fazenda; o **patrocínio**, que previa a promoção de atividades culturais, sem proveito pecuniário ou patrimonial direto para o patrocinador; o **investimento**, onde a aplicação de bens ou numerários previa proveito pecuniário ou patrimonial para o investidor. Nesse caso, seria possível somente a compra de cotas, sem direito a voto, em empresas livres ou editoriais, com publicações de pelo menos 30% de autores nacionais entre seus títulos e que estivessem devidamente inscritas no CNPJ, ou a participação em títulos patrimoniais de associações, compra de ações nominativas sem direito a voto ou de cotas do capital social de sociedades que tenham por finalidade produções cinematográficas, musicais, de artes cênicas, comercialização de produtos culturais e outras atividades empresariais de interesse cultural.

Pessoas físicas poderiam descontar até 10% da renda bruta, respeitando os seguintes critérios: até 100% (cem por cento) do valor da

doação; até 80% (oitenta por cento) do valor do patrocínio; até 50% (cinquenta por cento) do valor do investimento. Era possível, ainda, que a empresa patrocinadora, à sua escolha, lançasse o valor como uma despesa operacional, garantindo a diminuição do valor sob o qual é calculado o imposto de renda global devido. O apoio de pessoas jurídicas, apesar de também respeitar esses três porcentagens de desconto descritas acima, tinha a especificidade de que era limitado à alíquota de 2% do imposto devido. A Lei previa, também, a possibilidade de que as empresas doassem 5% do imposto devido diretamente ao Fundo de Promoção Cultural, gerido pelo Ministério da Cultura.

Uma das críticas mais contundentes à Lei Sarney era a ausência de mecanismos que pudessem garantir a aplicação efetiva dos recursos em ações culturais. Esse ponto expunha uma fragilidade importante da lei: possibilitar a doação direta de recursos a produtoras ou empresas de natureza cultural, significava não ter um controle mínimo da maneira como o dinheiro teria sido empregado. Exatamente por isso, não se sabe exatamente os valores captados através da Lei.

A Lei Sarney foi extinta em 1990, quando o recém-empossado presidente Fernando Collor de Mello instituiu o Plano Brasil Novo, que ficou conhecido como Plano Collor. Além do fim da Lei, que acompanhou diversas outras ações de corte de incentivos fiscais, o Ministério da Cultura foi extinto, dando lugar a uma Secretaria da Cultura, diretamente ligada à Presidência da República. As instituições que compunham o MinC foram renomeadas ou extintas, num processo que, se gerou comoção da classe artística e de produtores culturais, era bastante representativo do modelo de gestão que Collor pretendia aplicar.

Com o fim da Lei Sarney, foram pensados outros mecanismos para garantir investimentos para a área cultural. O projeto central da gestão de Ipojuca Pontes, primeiro Secretário de Cultura de Collor, era a criação do Fundo de Investimento em Arte e Cultura (Ficart) para gerar investimentos no setor. A proposta para esse fundo, elaborada pelo Ministério da Economia com apoio de Pontes, era a de que

o Estado conseguisse captar recursos com a iniciativa privada vendendo, através da bolsa de valores, cotas de produções artísticas nacionais.

O Fundo acabou não sendo implementado individualmente, mas acoplado, ainda no Governo Collor, à Lei Rouanet, número 8.313 de 23 de Dezembro de 1991, que se encontra ainda hoje em vigor. Sérgio Paulo Rouanet, Secretário de Cultura à época, apresentou um projeto que pretendia reformar a Lei Sarney. A principal mudança era o direcionamento do financiamento para um projeto específico e não para um proponente. Esse princípio garantiria um controle mais efetivo sobre a maneira como os recursos seriam utilizados. Além disso, a Rouanet trouxe novas cotas de desconto no imposto de renda e permitia que instituições públicas fossem proponentes de projetos.

No preâmbulo da Lei, é possível ler que ela restabelece a Lei Sarney para instituir o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRO-NAC), que tinha por objetivo central captar e direcionar recursos para o setor cultural. Numa comparação com a Lei Sarney, é possível notar que os objetivos se tornaram menos amplos, e que o léxico da cultura como direito – nos termos observados na Constituição – estão presentes já no primeiro inciso. Esse ponto é visível, ainda, na presença de outros termos como o ‘pluralismo’, ‘formação de conhecimento’, ‘memória’, ‘criadores de cultura’.

Além disso, há uma mudança de paradigma com relação ao conceito de cultura. O que ficou convencionado como ‘sentido abrangente’ ou ‘antropológico’ de cultura é visível no inciso V: “salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira”. Além disso, se na Lei Sarney havia uma centralidade da produção artística e/ou de instituições culturais – como museus e bibliotecas –, a Lei Rouanet trabalharia para uma noção ampliada de cultura – que contém esses pontos, mas que em alguma medida o superam.

Há três mecanismos centrais de funcionamento da lei: o Fundo Nacional de Cultura (FNC); os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e o incentivo a projetos culturais. A organização da

Lei, que apresenta os mecanismos na ordem descrita, dá a entender que seu mecanismo central seria o FNC. Havia na primeira lei a previsão do Fundo de Promoção Cultural (FPC), que não chegou a ser amplamente utilizado. De alguma forma, um dos objetivos da Rouanet era fazer com que o FNC se tornasse a principal modalidade de investimento em cultura gerenciada pelo MinC, o que não ocorreu, sendo esse ponto um dos aspectos centrais da reformulação da Rouanet que tramita desde 2010 no Congresso Nacional.

Os valores investidos nos projetos poderiam gerar descontos de até 80% das doações e 60% dos patrocínios feitos por pessoas físicas e de 40% de doações e 30% de patrocínios feitos por pessoas jurídicas (sendo mantida a possibilidade dos valores investidos serem lançados como despesa operacional, o que reduz o montante sobre o qual incide o imposto de renda). Uma mudança na Lei Rouanet, através da Lei nº 9.874 em 1999, permitiu, contudo, que projetos nas seguintes áreas pudessem descontar 100% do valor investido, seja através de patrocínio ou doação, do imposto de renda devido: a) artes cênicas; b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; c) música erudita ou instrumental; d) circulação de exposições de artes plásticas; e) doações de acervos para bibliotecas públicas e para museus. A Medida Provisória nº 2.228-1 de 2001 alterou, posteriormente, os itens elegíveis ao desconto total no Imposto de Renda: a) artes cênicas; b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; c) música erudita ou instrumental; d) exposições de artes visuais; e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial. A Lei nº 11.646 de 2008 inclui, por fim, mais um item: h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes. Os projetos enquadrados na

lei, de acordo com o artigo 22, não podem passar por apreciação subjetiva quanto ao seu valor artístico ou cultural.

Interessa-nos, agora, discutir a maneira como há uma normatização instaurada a partir da Lei Rouanet, expressa num corpo documental, possível através da interconexão de uma série de agentes. Para compreender o ‘funcionamento’ da Lei até 2013, conforme escopo temporal deste texto, precisamos levar em conta, hierarquicamente: as disposições acerca da ‘cultura’ na Constituição Federal (considerando as emendas acrescidas); o texto da própria Lei Rouanet (considerando as diversas emendas), aprovado pelo Congresso e Senado e sancionado pelo Presidente da República; o Decreto nº 5.761, de 27 de Abril de 2006, que regulamenta a Lei, assinado pelo Presidente da República; e a Instrução Normativa nº 1, de 24 de Junho de 2013, assinada pela então Ministra de Estado de Cultura, Martha Suplicy, que a operacionaliza. Como o objetivo de atentar para o funcionamento efetivo da Lei e não apenas para seus preceitos mais gerais, analisaremos este último documento citado.

Os dispositivos prescritos pela Instrução Normativa estabelecem os agentes possíveis e as regras básicas da interação com o MinC na busca da aprovação de um projeto na Lei Rouanet. O que se nota, assim, são noções consecutivas que criam os interlocutores, seu mediador, a interlocução em si e seus resultados possíveis. São estabelecidos, portanto, dois polos de interação, os múltiplos mecanismos para que esta ocorra, e um novo estatuto para essa relação a partir da aprovação do projeto pelo MinC.

Inicialmente, há o produtor cultural, que na Instrução Normativa é referenciado a partir de três expressões. A primeira delas é ‘usuário do salic’, ou seja aquele que utiliza o ‘Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura’, plataforma online para apresentação do projeto. A diferenciação entre este e o ‘proponente’, o segundo termo utilizado para referir ao produtor, é cabível, pois no caso do usuário ele é necessariamente um indivíduo e no caso do proponente, ele pode ser uma pessoa jurídica. Assim, habitualmente, o ‘proponente’ e o ‘usuário do salic’ não são coincidentes, apesar de figurarem no mesmo polo.

Outro ponto importante – e que situa o Ministério, o outro polo dessa relação – é o ‘Plano de Trabalho Anual de Incentivos Fiscais’. Nele, são estabelecidos os pontos centrais e prioritários de investimentos do MinC – nesse aspecto, com maior relevância para a aplicação dos recursos do FNC – através da Lei Rouanet. Assim, é necessário que haja uma coincidência entre as ações previstas nesse plano de trabalho – que deve ser publicado com assinatura do Ministro até o último mês do exercício anterior – e as ações de incentivo efetivamente praticadas.

O Ministério da Cultura, por outro lado, é também referido a partir de seu papel de receptor de propostas. Nesse sentido, o ponto central é o ‘Salic’ que recebe projetos e toda a documentação pertinente para aprovação de uma proposta cultural, e também o canal de comunicação entre MinC e proponentes ao longo de todo o processo – da avaliação dos projetos apresentados à prestação de contas. Já temos, assim, o estabelecimento do ‘produtor’, que utiliza o ‘Salic’ como meio para o envio de projetos para o Ministério da Cultura. A Instrução Normativa se concentra especialmente, contudo, no projeto, que atua como mediador concreto entre os dois polos de relação, por um lado, e mediador também da passagem de uma proposta para um projeto aprovado, que, como tal, tem a autorização para captar recursos com renúncia fiscal para o investidor.

O primeiro ponto de referência a esse aspecto é a ‘proposta cultural’, caracterizada como conjunto inicial de documentos enviados ao MinC para apreciação visando sua aprovação. Se cumpridos os critérios burocráticos, essa proposta começa a trilhar o processo de avaliação – ou seja, é necessário cumprir exigências documentais iniciais para que a proposta cultural se torne um ‘projeto cultural’. É nessa instância que há o registro no Pronac e que o projeto ganha um número a partir do qual passa a ser localizável, tanto para o ‘usuário do Salic’ como para o próprio MinC.

O ‘projeto cultural’, assim, pode ser compreendido a partir de dois enfoques principais: se por um lado, é a ideia que procura con-

solidar e embasar um conjunto de ações que vão ser executadas, por outro, é a própria textualidade que descreve essas ações. Nesse sentido, um projeto cultural deve conter um ‘plano de execução’, que é exatamente a textualidade do projeto e sua previsibilidade enquanto algo executável, capaz de gerar ao menos um ‘produto principal’ – e, em alguns casos, também ‘produtos secundários’. É nessa esfera, no ‘plano de execução’, que o projeto se afirma como gênero textual – como formato previsível, “contendo a definição de objetivos, metas, justificativa, etapas de trabalho, orçamento, cronograma de execução e produtos resultantes”. Esse formato, assim, se apresenta nos múltiplos campos dispostos na plataforma online do Salic para preenchimento pelo usuário.

O ‘projeto cultural’ também se refere, porém, ao acúmulo de documentos que são necessários – para avaliar a exequibilidade das ações propostas –, tanto na qualificação para apreciação, como na aprovação nesta última fase. É nesse registro que podemos agrupar certos mecanismos, como o ‘plano de divulgação’, o ‘projeto pedagógico’, o ‘plano de distribuição’, a previsão da ‘democratização do acesso’, as ‘medidas de acessibilidade’. Há, deste modo, uma série de movimentos previsíveis que tanto dão materialidade ao projeto a partir das características e critérios estabelecidos pelo MinC como servem exatamente para criação destes critérios. Nesse sentido, é importante lembrar que se, de acordo com o artigo 22 da Lei Rouanet, não é permitido estabelecer critérios estéticos ou culturais para avaliação dos projetos, a avaliação de sua pertinência se dá majoritariamente pela habilidade do proponente de apresentar a documentação adequada. O preenchimento desses requisitos – a habilidade para apresentar um projeto e todo o seu escopo documental – são parte determinante para garantia da aprovação na Lei.

O projeto aprovado, assim, permanece no Salic, mas agora dialoga com outros termos e definições. Tem um ‘prazo de captação’, de maneira que é possível para o proponente conseguir um patrocinador apenas durante um período determinado. Estabelece-se um ‘prazo de

execução' para o projeto, que é previsto na proposta apresentada ao MinC, e que define o período em que o projeto pode cumprir suas ações, contratar serviços e fazer pagamentos. Uma 'conta captação' é aberta para que sejam depositados os recursos por patrocinadores, que, desbloqueados pelo MinC, são transferidos para uma 'conta movimento', onde esse valores podem ser manipulados livremente para execução do projeto. Do momento em que recebe um número no Pronac até a prestação de contas final, o projeto é considerado um 'projeto ativo'.

É notável que a maneira como o projeto é apresentado e aprovado está ligado de modo claro aos preceitos estabelecidos pela administração pública de modo geral. Além disso, há inicialmente a dimensão burocrática, que estabelece, a partir da habilidade na apresentação do projeto no formato esperado - e com toda a documentação obrigatória -, tanto o sucesso na aprovação como a exigência de novos documentos ou de reescrita da proposta.

É importante mencionar, ainda, que todo esse caminho garante apenas a possibilidade de que o projeto capte via Lei Rouanet. Ou seja, se a partir da aprovação é possível que o patrocinador desconte o montante investido, respeitando as cotas de acordo com a modalidade de investimento, não há nenhuma intervenção do MinC no contato com um possível patrocinador. Nesse cenário, é muito comum que projetos sejam aprovados na Lei Rouanet, mas não obtenham patrocínio para sua realização efetiva.

Se pensarmos, portanto, nas etapas pelas quais um projeto passa desde sua entrada no processo de aprovação na Lei Rouanet - que é também uma entrada para o universo da administração pública - até o depósito feito pelo patrocinador do montante aprovado para sua execução, é notável um hiato na normatização desse último ponto - seja no próprio texto da Lei Rouanet, seja nos documentos administrativos que a regulamentam. Seria possível, assim, imaginar que há uma interferência pequena do Estado nesse último processo. Ocorre, contudo, que a maneira como os patrocínios são operados, o léxico

e os mecanismos empregados pelas empresas investidoras são amplamente correlatos às práticas descritas anteriormente.

Esse processo de patrocínio e investimento de empresas na área cultural – normalmente através da Lei Rouanet – é habitualmente definido como *marketing cultural*. Ele pressupõe uma combinação da definição de critérios para que certos projetos sejam patrocinados – normalmente ligados às estratégias de divulgação de marca das empresas – e dos mecanismos que operam a seleção de propostas – que podem ser recebidas livremente pelos departamentos responsáveis ou através de seleções públicas e editais, estes últimos mais comuns em empresas de grande porte.

Acreditamos, assim, que a maneira como os patrocinadores, especialmente os de grande porte, operam seu *marketing cultural*, é muito próxima das diretrizes estabelecidas pelo MinC. Dito de outro modo, a maneira como o Ministério regula e normatiza as possibilidades de interação com produtores é mimetizada pelos maiores investidores em cultura através da Lei Rouanet no Brasil. Parece-nos, portanto, que o modo como o marketing cultural tem sido normatizado e é praticado contemporaneamente, é amplamente relacionada aos mecanismos previstos especialmente pelos dispositivos administrativos elaborados pelo MinC.

Nesse cenário, é fundamental compreender a maneira como Brant advoga por uma relação entre marketing cultural e a esfera estatal. Assim, Brant afirma que:

“O grande desafio do mercado cultural está justamente em se inserir adequadamente no processo de responsabilização social preconizado pela iniciativa privada. E já que há um sistema público de fomento à cultura, que ele seja utilizado para atingir seus propósitos efetivos. A rigor, qualquer projeto cultural tem possibilidade de atingir os objetivos tradicionais de retorno em eventos, produtos de divulgação e mídia. Mas o retorno eficaz para construção de marca vem da geração de dividendos sociais associadas ao empreendimento patrocinado. Ao mesmo tempo, o patrocínio não pode surgir de um descarrego de consciência da empresa, uma ação filantrópica, que fuja completamente da sua estratégia empresarial. Não se pode esperar e socialmente se exigir que a empresa pratique doações e refresque sua consciência, o que seria prejudicial para a própria empresa que poderia deixar de se envol-

ver ou criar um processo cultural de maior amplitude ou consistência. Reforça-se, nesse sentido, a ideia de planejamento para o investimento em ações culturais. A empresa passa a suprir suas inevitáveis necessidades de marketing investindo no ‘cometa’, no posicionamento da marca, no envolvimento com a comunidade que a acolhe, apresentando-se como empresa socialmente responsável” (Brant 2004:90-91).

Nota-se, assim, a proposição clara de uma conexão necessária entre as atividades de responsabilidade social que as empresas precisariam praticar com as *oportunidades de investimentos a partir da política cultural estatal*. Nesse cenário, a avaliação de Brant pressupõe uma amarração entre práticas já presentes no mercado, no registro da responsabilidade social, com o fomento público.

Esse ponto, contudo, é complementado a partir de uma proposição importante, que é mais um indício da maneira como há um alinhamento entre as práticas empresariais e as estatais: Brant afirma existirem ‘políticas culturais’ empresariais, cujos preceitos, afeitos às necessidades da empresa, seriam – ao que parece, necessariamente – equivalentes a interesses da sociedade no plano cultural. Não se trata de algo distante do campo semântico empresarial, já que o termo ‘política’ é amplamente utilizado nesse universo para designar práticas normatizadas. Mas é singular que o termo venha associado à cultura, quando na realidade são produzidas, no máximo, ‘políticas de patrocínio’.

A inserção desse tipo de terminologia é coincidente com o momento em que as políticas culturais passam a ser centralmente operadas a partir das leis de incentivo. E o termo não está presente apenas nos manuais de *marketing cultural*, sendo de fato empregado por empresas financiadoras. É produzido, assim, um deslizamento lexical, onde se localiza o ponto de encontro e separação entre as políticas culturais *estatais* e *privadas* a partir de algumas de suas práticas efetivas.

É notável, assim, a replicação de um léxico que é tanto identificável com um universo empresarial – e a proximidade com as observações acerca do marketing cultural apresentadas anteriormente seria uma evidência dessa proposição – quanto com um jargão da administração pública – conforme o que foi descrito até aqui tanto em legislação a partir

da Lei Rouanet como na questão da cidadania cultural. Certamente não são todas as empresas que definem suas práticas de patrocínio como uma ‘política cultural’, mas essa aproximação nos termos utilizados para designar os objetivos do trabalho com a cultura é evidente.

Nesse caso, há uma aproximação com a política cultural a partir das práticas de patrocínio. Chama atenção, no mesmo plano, a proposta de cooperação para dotar o país de uma política cultural. Não se trata assim de uma política cultural a ser praticada pela empresa, mas afirma-se de modo direto a participação empresarial na efetivação desse tipo de política prevista pelo próprio MinC. Há, ainda, a pressuposição da existência de uma cultura brasileira, insumo da identidade do povo.

Também na maneira como o processo de patrocínio é operado, contudo, é instaurada, na prática, a correlação entre marketing cultural e administração pública. Atualmente, o mecanismo mais amplamente utilizado nesse cenário são as seleções públicas, que se traduzem em ‘programas de patrocínio’ ou ‘editais’. A afirmação da transparência na escolha dos projetos está presente na apresentação de parte significativa das políticas culturais privadas.

É notável, nesse cenário, que os formatos dos projetos pedidos, as linhas de patrocínio, as disposições quanto à acessibilidade e democratização do acesso, entre outros pontos, são feitas com um léxico absolutamente coincidente com o propagado pelo Ministério. Além disso, as ações e mecanismos de envio das propostas de ação para o patrocinador, como por exemplo os campos de preenchimento dos projetos numa plataforma online, também são os mesmos. E, talvez mais importante, as delimitações das linguagens (artísticas) que podem ser apresentadas para patrocínio são também coincidentes com aquelas previstas pelo MinC.

As leis de incentivo, deste modo, representam uma enorme vantagem para as grandes empresas financiadoras. Deixando em suspenso a questão da importância dos projetos financiados, há que se questionar o porquê do Estado possibilitar essa vantagem, que não passa de

uma transferência de recursos públicos. Se há uma normatização que emana do legislativo e do executivo, essa construção não é feita apesar dos diversos agentes que têm condição de impactar o processo de produção dos saberes estatais, mas em conjunto com eles.

Um subsídio importante para esse argumento é o Decreto 4.397 de 1 de Outubro de 2002, um dos últimos atos do governo FHC na esfera cultural, que permitiu que instituições que prestam “relevantes serviços à cultura brasileira” pudessem aprovar seus planos de atividades para captação via Lei Rouanet. Assim, todo o orçamento necessário para manutenção de instituições culturais pôde ser garantido com renúncia fiscal. Esse novo mecanismo, por conta de sua natureza – com investimentos que inicialmente eram de até 20 milhões de reais, mas que foram revistos em 2006, já na gestão de Lula, para se tornarem equivalentes à estimativa de recursos passíveis de serem captados a título de doações e patrocínios, conforme previsão anual de receita e despesa apresentada pelo proponente –, é possível beneficiador de instituições de grande porte, habitualmente fundações ou associações ligadas a grandes empresas, como o Itaú Cultural, o Instituto Moreira Sales, a Caixa Cultural, o Canecão Petrobras, os Centros Culturais Banco do Brasil, o Santander Cultural, os espaços culturais do Instituto Oi Futuro, o Museu da TAM, entre outras. Seria no mínimo ingênuo pensar que sua formulação não surgiu de debates com algumas delas.

Se até aqui tratamos a questão do financiamento através de renúncia fiscal a partir do MinC, seria possível, portanto, pensar no caminho inverso, procurando explicar de que maneira as empresas financiadoras conseguiram impactar a própria construção dos mecanismos atuais de incentivo à cultura estabelecidos pelo governo federal.

Esse ponto, contudo, perde um pouco da centralidade se tomarmos como significativo exatamente o fato de que, no caso do uso da renúncia fiscal para financiamento cultural, opera uma lógica em que o Estado pode ser pensado a partir de um feixe de relações que envolvem tanto administração pública como o patrocínio privado. Assim, importa conhecer e apresentar os mecanismos utilizados – como foi feito até aqui – e pensar

exatamente como essa política se efetiva a partir de uma atuação, demarcável no tempo, de agentes e agências da administração pública *em conjunto* com agentes e agências da esfera privada.

Seria possível argumentar, a partir de Timothy Mitchell, que a maneira como se procura separar economia, sociedade e Estado não nos ajuda a compreender efetivamente o ‘fenômeno Estado’. Ao contrário, “we must take such distinctions not as the boundary between two discrete entities but as a line drawn internally, within the network of institutional mechanisms through which a social and political order is maintained” (Mitchell 2006:183).

Deste modo, é no trabalho conjunto entre as duas esferas, empresas e administração pública, que se efetiva esse tipo de financiamento de práticas culturais. Sua eficácia, assim, reside exatamente na habilidade para articular diversas agências. Ou seja, se o foco sair dos agentes e se centrar nas suas relações e agenciamentos, nas práticas de governo instauradas a partir desse processo, só pode ser importante os efeitos produzidos conjuntamente pela administração pública e pela iniciativa privada – cujas práticas são, *conjuntamente*, indícios de um processo de formação de Estado.

Assim, se é possível analisar o Estado como um processo efetivado a partir de feixes de relações historicamente constituídos e em mudança contínua, temos no processo de incentivo fiscal da cultura um objeto importante de formação deste tipo. Essa articulação de agências é também difusa, já que vai além da letra formal da lei, e é instituída a partir de relações – nem sempre fáceis de delimitar – que unem e separam (sempre provisoriamente) o ‘público’ e o ‘privado’.

Esse compartilhamento, contudo, tem regras claras – com implicações políticas e éticas. O processo normatizador emana do Ministério, da administração pública, portanto. Mas chega até ele a partir de redes sociais, que incluem o trabalho de empresas, ONGs, movimentos sociais, tanto através de relações difusas, como a partir de dinâmicas participativas previstas pela Constituição. Os critérios de seleção, a escolha efetiva do que será financiado – a partir do respeito

aos mecanismos comezinhos definidos pelo MinC - é de responsabilidade da iniciativa privada, porém.

Um último ponto, então, pode ser reafirmado: as Leis de incentivo trabalham para produzir uma institucionalidade para o próprio Ministério da Cultura. Se por um lado temos a já referida normatização da relação possível entre produtores e MinC, por outro há o aumento de recursos sob guarda do Ministério. Desde pelo menos 1995, quando se passou a consolidar os montantes patrocinados através da Lei Rouanet, os valores captados por essa via ultrapassam o orçamento total do Ministério. Para além do capital financeiro, portanto, esse ponto tem implicação central para sua importância política, seja na sua relação como outras áreas do próprio governo federal, seja na sua nova relação de proximidade com o empresariado nacional e suas redes de relações.

Esse processo pode ser lido também no registro da coletivização de diferentes agências sociais, pois é crucial que tenha havido uma mobilização da iniciativa privada em ações conjuntas com a administração pública. Nesse cenário, é preciso reafirmar a maneira como empresas constroem, elas próprias, políticas culturais; ou seja, que denominem ações sistemáticas de patrocínio baseadas em princípios determinados como políticas desse tipo. E ainda que o façam a partir de um léxico calcado na democratização do acesso e preservação da cultura brasileira - afins mais uma vez, portanto, à compreensão da cultura como direito. A questão cultural, assim, reafirma-se como problema a ser resolvido pela administração pública e por outras iniciativas privadas - num processo que pode ser analisado como de formação de Estado.

A dinâmica da provisão das *necessidades culturais*, contudo, passa a ser coletivizada apenas quando as políticas culturais ganham efetividade burocrática e administrativa nas sucessivas gestões do MinC, e não de maneira imediata a partir de sua criação. Aspecto que ganha ainda mais solidez, contudo, quando as políticas culturais passam a ser tratadas como *políticas públicas*. É nesse registro, assim, que a dimensão universalizante do acesso à cultura - ou seus correlatos, como a democratização da cultura - passam a ser tratados como um problema *coletivo* nacional.

Ao mesmo tempo, esse tratamento dificilmente teria eficácia se não fosse capaz de acessar diferentes agentes e agências. É verificável, assim, a maneira como a cidadania cultural e a retórica de direitos passam a embasar diferentes estratégias de governo – relacionados, ainda, a distintas posições político-ideológicas.

Temos, portanto, uma correlação de estratégias que *tratam* das políticas culturais, evidenciando tanto os caminhos necessários para sua consecução, como elaborando-as discursivamente. É na ação conjunta desses dois esforços que, acreditamos, se estabelece um jogo de *veridicção* que sustenta o *campo de possibilidades estratégicas* que dão corpo às políticas culturais como discurso individualizável.

Referências

- ASSEMBLÉIA Nacional Constituinte. 1987. “Relatório da Subcomissão de Educação, Cultura e Esportes”, volume 207.
- ABRAMS, Philip. 2006. “Notes on the difficulty of studying the state”. In SHARMA, Aradhana & GUPTA, Akhil (ed.): *The Anthropology of the State: a reader*, pp.112-130. Oxford: Blackwell Publishing.
- BRASIL. “Cultura em Números – 2a Edição”. 2010. Brasília: Ministério da Cultura.
- BARBOSA DA SILVA, F., ELLERY, H. & MIDDLEJ, S. 2009. “A Constituição e a Democracia Cultural”. In [AUTOR] (ed.): *Políticas Sociais: acompanhamento e análise (Vinte Anos da Constituição Federal - Volume 2)*, pp.227-281. Brasília: IPEA.
- BOTELHO, Isaura. 2001. *Romance de Formação: FUNARTE e Política Cultural. 1976-1990*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa.
- COIMBRA, Laura B. Navallo. 2014. *Estar na Dança Contemporânea: fazer festivais, bailarinos e públicos, Brasil, século XXI*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: MN-UFRJ.
- ELIAS, Norbert. 2006 [1972]. “Processos de formação de Estados e construção de nações”. In ELIAS, N. *Escritos & ensaios; 1: Estado, processo, opinião pública*, p p.153-165. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- FALCÃO, Joaquim. “A Política Cultural de Aloísio Magalhães”. In MAGALHÃES, Aloísio (ed.): *E Triunfo?*, pp.13-23. Rio de Janeiro/Brasília: Nova Fronteira/Fundação Nacional Pró-Memória.
- FOUCAULT, Michel. 1999. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola.
- _____. *Ditos e Escritos, Vol. V*. 2006. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- _____. *Ditos e Escritos, Vol. II*. 2008. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

- FOUCAULT, Michel. *Segurança, Território, População*. 2008b. São Paulo: Martins Fontes.
- _____. *Arqueologia do Saber*. 2012. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- GOMES, Angela de Castro (ed.). 2007. *Direitos e Cidadania: memória, política e cultura*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- GONÇALVES DIAS, Caio. 2014. *Da “antropologia filosófica” ao “do-in antropológico”: um estudo crítico da produção da ideia de políticas culturais no Brasil (1985-2013)*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: MN-UFRJ.
- MITCHELL, Timothy. 2006. “Society, economy and the state effect”. In SHARMA, Aradhana & GUPTA, Akhil (eds.): *The Anthropology of the State: a reader*, pp.169-186. Oxford: Blackwell Publishing.
- SOUZA LIMA, Antonio C. de. 1995. *Um Grande Cerco de Paz: poder tutelar, indianidade e formação de Estado no Brasil*. Petrópolis: Vozes.
- STEINMETZ, George. 1999. “Culture and the State” In STEINMETZ, George (ed.): *State/Culture: state formation after the cultural turn*, pp.1-50. Cornell: Cornell University Press.
- SWAAN, Abram de. 1988. *In Care of the State. Health care, education and welfare in Europe and the USA in Modern Era*. New York: Oxford University Press.

Abstract: The treatment of culture in Brazil and its institutionalization: cultural marketing and cultural policies as processes of state formation (1985-2013). This text intends to analyze the recent process of institutionalization of the so called cultural policies in Brazil. Starting from the idea that there is a *treatment of culture*, both as a process of elaboration and as the care provided in government strategies, it analyzes the creation of the MinC (Ministry of Culture) during the process of democratization considering its insertion in a rhetoric of rights. It is argued, however, that the solidification of the Ministry of Culture is guaranteed only with the creation of incentive laws, ensuring both an administrative-bureaucratic routine and the management of important financial and social relations capitals. The standardization of cultural marketing in this process is also pointed up. It is evident, finally, that the idea of state formation processes helps to understand the process of institutionalization of culture in the public service, taking into account a range of private, especially those perpetrated from the cultural marketing, and public assemblages.

Keywords: Cultural Policies, Cultural Marketing, Anthropology of the State, Political Anthropology, Historical Anthropology.

Recebido em novembro de 2015
Aprovado em janeiro de 2016