

Cultura, Cidadania e Políticas Públicas

Alvaro Daniel Costa
(Organizador)



 **Atena**
Editora

Ano 2019

Alvaro Daniel Costa

(Organizador)

Cultura, Cidadania
e Políticas Públicas

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C968 Cultura, cidadania e políticas públicas [recurso eletrônico] /
Organizador Alvaro Daniel Costa. – Ponta Grossa (PR): Atena
Editora, 2019. – (Cultura, cidadania e políticas públicas – v.1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-077-3

DOI 10.22533/at.ed.773192501

1. Educação – Brasil. 2. Cidadania. 3. Políticas públicas –
Educação. 4. Prática de ensino. 5. Professores – Formação. I. Costa,
Alvaro Daniel.

CDD 323.6

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra *“Cultura , Cidadania e Políticas Públicas”* possui uma série de 84 artigos que abordam os mais variados temas nas áreas relacionadas a área de Ciências Humanas, Sociais Aplicadas e Educação.

O volume I é intitulado “cultura, políticas públicas e sociais” e mostra a diversidade de análises científicas em assuntos que vão desde uma análise sociocultural perpassando pelas questões socioeconômicas da sociedade brasileira e latino-americana.

Já o volume II intitulado *“educação, inclusão e cidadania- práticas pedagógicas na cultura educacional”* é inteiro dedicado a área educacional, com textos de pesquisadores que falam sobre uma educação inclusiva em assuntos como autismo, formação profissional nas mais diversas áreas dentro do espectro educativo, além de uma análise sobre os impactos da reforma do ensino médio e sobre lo direito fundamental à educação.

No terceiro volume o assunto é no que tange as *“práticas educacionais, mídia e relação com as políticas públicas e cidadania”* sendo esse volume uma continuidade dos artigos da parte II com artigos que falam sobre práticas pedagógicas, além de textos que trazem sobre assuntos da área comunicacional.

A quarta e última parte é intitulada *“cultura, literatura, educação e políticas públicas- questões multidisciplinares”* e possui uma versatilidade temática que vai da área literária e novamente sobre algumas práticas pedagógicas.

A grande diversidade de artigos deste livro demonstra a importância da análise de temas que dialogam com as práticas de políticas públicas, sejam através da área educacional, comunicação ou aquelas que analisam a sociedade a partir de um viés histórico, cultural ou até mesmo econômico.

Boa leitura!

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
CULTURA E COMPLEXIDADE NOS PROJETOS E NAS POLÍTICAS PÚBLICAS CONTEMPORÂNEAS	
Maria Beatriz Afflalo Brandão	
DOI 10.22533/at.ed.7731925011	
CAPÍTULO 2	16
ACERVO MATERIAL E DOCUMENTAL: A MEMÓRIA HISTÓRICA COMO POLÍTICA CULTURAL	
Sílvia Rachi	
DOI 10.22533/at.ed.7731925012	
CAPÍTULO 3	28
AS POLÍTICAS PÚBLICAS E O DESENVOLVIMENTO DO AGRONEGÓCIO EM RIO VERDE - GO	
Ana Paula Felix Arantes	
DOI 10.22533/at.ed.7731925013	
CAPÍTULO 4	36
CULTURA E DESENVOLVIMENTO DAS CIDADES: POLÍTICA CULTURAL PARA QUEM?	
Carla Cristina Rosa de Almeida	
João Policarpo Rodrigues Lima	
Maria Fernanda Gatto	
DOI 10.22533/at.ed.7731925014	
CAPÍTULO 5	52
PATRIMÔNIO CULTURAL EM PERIGO – A ARTE FUNERÁRIA E O DESCASO COM SUA PROTEÇÃO EM JUIZ DE FORA/MG	
Leandro Gracioso de Almeida e Silva	
Marlise Buchweitz	
DOI 10.22533/at.ed.7731925015	
CAPÍTULO 6	63
POLÍTICAS PÚBLICAS CULTURAIS E CONDIÇÕES ESTRATÉGICAS DE FOMENTO À ECONOMIA CRIATIVA: O CASO BRASILEIRO DA PERSPECTIVA DO PLANO DA SECRETARIA DE ECONOMIA CRIATIVA (2011-2014)	
Jessica Rani Ferreira de Sousa	
Henrique César Muzzio	
Jackeline Amantino de Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.7731925016	
CAPÍTULO 7	76
POLÍTICAS PÚBLICAS E DIREITO DA PESSOA IDOSA: ANÁLISE DAS PERCEPÇÕES DE IDOSOS/ AS USUÁRIOS/AS DO CENTRO DE REFERÊNCIA DO IDOSO - CRI DO MUNICÍPIO DE SERRA TALHADA-PE	
Flávia Pereira de Sá	
Elizangela Maria Vieira Dantas	
Josenildo André Barboza	
Maria do Socorro Souza Lima	
Mariana dos Santos Silva	
Fábia Maria de Santana	
DOI 10.22533/at.ed.7731925017	

CAPÍTULO 8	87
CULTURA DIGITAL E FACEBOOK: ALIENAÇÃO TÉCNICA E A PROMOÇÃO DE POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL	
Thiago Oliveira da Silva Novaes	
DOI 10.22533/at.ed.7731925018	
CAPÍTULO 9	100
O FLUXO MIGRATÓRIO COMO ÚNICA OPÇÃO PARA MELHORIA NA QUALIDADE DE VIDA	
Cristiane Feldmann Dutra	
Roberta Gabriela Sucolotti de Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.7731925019	
CAPÍTULO 10	116
EDUCAÇÃO DO CAMPO E POLÍTICAS PÚBLICAS: O PROJovem CAMPO – SABERES DA TERRA	
Cristina Xavier	
Gabriela dos Santos Silva	
Ramofly Bicalho dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.77319250110	
CAPÍTULO 11	128
RELATO DE EXPERIÊNCIA: TRILANDO OS CAMINHOS DO ENVELHECIMENTO ATIVO NO MUNICÍPIO DE SERRA TALHADA-PE	
Flávia Pereira de Sá	
Elizangela Maria Vieira Dantas	
Josenildo André Barboza	
Maria do Socorro Souza Lima	
Mariana dos Santos Silva	
Fábia Maria de Santana	
DOI 10.22533/at.ed.77319250111	
CAPÍTULO 12	134
A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO NO SETOR PÚBLICO	
Jefferson Davi Ferreira dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.77319250112	
CAPÍTULO 13	143
OS IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS DA PRÁTICA DO CONTRABANDO PARA A ECONOMIA BRASILEIRA	
Michele Lins Aracaty e Silva	
Marcela Fróes da Costa	
DOI 10.22533/at.ed.77319250113	
CAPÍTULO 14	161
EMPRESAS SUSTENTÁVEIS NO BRASIL: SUAS AÇÕES NA ÁREA CULTURAL E AS LEIS DE INCENTIVO FISCAL	
Mariana de Barros Souza	
Adriana Cristina Ferreira Caldana	
Lara Bartocci Liboni	
DOI 10.22533/at.ed.77319250114	
CAPÍTULO 15	180
OS CONCEITOS ORIENTADORES PARA A ELABORAÇÃO DE POLÍTICAS CULTURAIS EM	

ESTADOS PARTES DO MERCOSUL

Renner Coelho Messias Alves

Janaina Machado Simões

DOI 10.22533/at.ed.77319250115

CAPÍTULO 16 194

ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS DA POPULAÇÃO CARCERÁRIA DO AMAZONAS

Michele Lins Aracaty e Silva

Lorena Ravielly Carlos Almeida

DOI 10.22533/at.ed.77319250116

CAPÍTULO 17 214

PESQUISA (AUTO)BIOGRÁFICA COM MULHERES CAMPONESAS

Márcia Alves da Silva

Carla Negretto

DOI 10.22533/at.ed.77319250117

CAPÍTULO 18 226

ARRASTÕES DE SÃO JOÃO: A TRANSFORMAÇÃO DO COSTUME EM PRODUTO E O CONSUMO CULTURAL NO RECÔNCAVO BAIANO

Everton Conceição Santos

DOI 10.22533/at.ed.77319250118

CAPÍTULO 19 232

A FESTA DO CAMINHONEIRO: TURISMO RELIGIOSO E CULTURAL NA CIDADE DE ITABAIANA/SE

Leylane Meneses Martins

DOI 10.22533/at.ed.77319250119

CAPÍTULO 20 246

ALMA E RESSONÂNCIA DOS ESPAÇOS CEMITERIAS: EM FOCO, OS *BRITISHES CEMETERIES* NO NORDESTE

Davi Kiermes Tavares

José Paulo Siefert Brahm

Diego Lemos Ribeiro

DOI 10.22533/at.ed.77319250120

CAPÍTULO 21 259

ANÁLISIS FESTIVAL ESTÉREO PICNIC: CRECIMIENTO DE LOS FESTIVALES Y LA OFERTA MUSICAL EN COLOMBIA (2010-2015)

Daniela Herrera Dimaté

DOI 10.22533/at.ed.77319250121

CAPÍTULO 22 272

EXTRATIVISTAS BRASILEIROS DESLOCADOS DA AMAZÔNIA BOLIVIANA: MUDANÇAS NOS MODOS DE VIDA

Emilson Ferreira de Souza

DOI 10.22533/at.ed.77319250122

SOBRE O ORGANIZADOR..... 287

EMPRESAS SUSTENTÁVEIS NO BRASIL: SUAS AÇÕES NA ÁREA CULTURAL E AS LEIS DE INCENTIVO FISCAL

Mariana de Barros Souza

Universidade de São Paulo (USP), Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-RP)
Ribeirão Preto – São Paulo

Adriana Cristina Ferreira Caldana

Universidade de São Paulo (USP), Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-RP)
Ribeirão Preto – São Paulo

Lara Bartocci Liboni

Universidade de São Paulo (USP), Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-RP)
Ribeirão Preto – São Paulo

RESUMO: Ao se tratar dos atuais problemas globais, apresentam-se, frequentemente, discussões acerca da sustentabilidade. Por isso, é válido verificar quais práticas vem sendo realizadas por empresas reputadamente sustentáveis. O Modelo de Criação de Valor Sustentável (CVS) aponta, nesse contexto, a importância das ações vinculadas à responsabilidade social corporativa. Naji (2010), conseqüentemente, cita a relevância do componente cultural como base para o desenvolvimento social. O presente trabalho revela, por meio do método de análise de conteúdo aplicado em

pesquisa documental, práticas culturais que vem sendo desempenhadas por empresas reputadamente sustentáveis no Brasil. A partir de então, vinculam-se tais práticas à legislação de incentivo à cultura atualmente vigente e verificam-se quais aspectos poderiam ser mais bem explorados no ambiente corporativo.

PALAVRAS-CHAVE: Índice de Sustentabilidade Empresarial; Desenvolvimento sustentável; Desenvolvimento Social; Cultura.

ABSTRACT: Sustainability is one of the most discussed global issues. That is why it is important to verify what the most sustainable companies in Brazil are practicing. Hart and Milstein (2003) developed a Sustainable Value Framework that points out, in this context, the importance of actions related to corporate social responsibility. Naji (2010) then, cites the relevance of the cultural component as the basis for social development. The present work reveals, based on the method of content analysis, cultural practices that have been supported and financed by sustainable companies in Brazil. From then on, these practices were linked to fiscal incentive legislation. The authors verified some aspects that could be better exploited in the corporate environment.

KEYWORDS: Corporate Sustainability Index; Sustainable development; Social development; Culture.

1 | INTRODUÇÃO

Ao se tratar dos atuais problemas globais, apresentam-se, frequentemente, discussões acerca da sustentabilidade. Abordar tópicos referentes à marginalização de grupos sociais significativos, por exemplo, assim como a degradação ambiental, torna-se cada vez mais necessário nos dias de hoje (JABBOUR e SANTOS, 2008).

Nobre e Ribeiro (2013) estudaram a sustentabilidade em organizações listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). O trabalho revelou que as empresas estudadas atuam, com maior facilidade, nos campos de Gerenciamento de Produto e Combate à Poluição. De acordo com o Modelo de Criação de Valor Sustentável (CVS), o campo “Gerenciamento de Produto” envolve práticas relacionadas, por exemplo, à ecologia industrial, ao seu ciclo de vida, ao gerenciamento de *stakeholders* e à responsabilidade social corporativa.

Esse conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) – ou Responsabilidade Social Empresarial (RSE) – surge de maneira formal, primordialmente, em estudos da década de 50, com a vanguarda de Howard R. Bowen (CARROL, 1999).

No Brasil, o conceito se forma a partir da realização de diversos projetos liderados por ícones de lutas pelas causas sociais, como Herbert José de Souza. Tais projetos buscaram conscientizar os cidadãos e envolvê-los na busca por uma sociedade mais justa e igualitária. É nesse contexto que o setor econômico também começa a se engajar, procurando reconhecimento pelo mercado consumidor (SOUSA et al, 2011).

Ashley (2002) considera que tais práticas são uma tendência gerada por mudanças no comportamento dos consumidores, que passaram a sentir afeição por produtos e práticas que trazem melhorias à sociedade ou ao meio ambiente.

A partir dos resultados apresentados por Nobre e Ribeiro (2013) e com base nas definições acerca de RSC, assume-se a hipótese de que empresas brasileiras com perfil sustentável tendem a adotar não apenas práticas de caráter ecológico e ambiental, mas também concentrar esforços na melhoria dos padrões de vida da sociedade. Recorre-se, portanto, a Naji (2010), que cita a importância do componente cultural como base para o desenvolvimento social.

O investimento cultural não apenas gera impactos econômicos, mas, principalmente, benefícios à comunidade, em termos de melhorias sociais – é importante, portanto, que haja atuação governamental, ao menos no sentido de exercer o papel de investidor público (COMUNIAN; MOULD, 2014). No Brasil, para atender a essa problemática, destaca-se a atuação governamental através das leis de incentivo fiscal à cultura.

Por todo o supracitado, este trabalho objetiva, primeiramente, verificar quais são as ações culturais realizadas e/ou apoiadas por empresas que se destacam como organizações engajadas com o desenvolvimento sustentável. Isso porque a cultura é um componente de grande importância para o aspecto social e este, por sua vez, é um dos pilares do desenvolvimento sustentável. Em um segundo momento, pretende-se

descobrir se tais práticas fazem proveito da legislação de incentivo atualmente vigente no Brasil e, por outro lado, quais aspectos das leis poderiam ser mais bem explorados.

2 | REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Socioambiental

Durante os anos 1960, começam a surgir preocupações relacionadas à responsabilidade socioambiental corporativa, levantadas em meio às discussões sobre o *Apartheid* e a Guerra do Vietnã, por exemplo. Mais adiante, nas décadas de 80 e 90, veem-se aumentar as iniciativas relacionadas à temática ambiental, abordadas, entre outros fatores, pelo fortalecimento do movimento ambientalista (MONZONI, BIDERMAN e BRITO, 2006).

Também nesse período, mais precisamente em 1987, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED) divulga o Relatório Brundtland, que traz a definição de “Desenvolvimento Sustentável” como um desenvolvimento que vai de encontro às necessidades do presente sem comprometer a habilidade das gerações futuras no alcance de suas próprias necessidades.

A responsabilidade socioambiental, por sua vez, pode ser definida como uma obrigação, enfrentada pela gerência organizacional, referente à decisão e ao empreendimento de ações que visem à melhoria do bem-estar social e sejam compatíveis com os interesses da sociedade e da organização (DAFT, 1997).

Em busca de se determinar as melhores formas para que se atinja um desenvolvimento sustentável, destaca-se a abordagem “*Triple Bottom Line*”. De acordo com tal modelo, a garantia de sucesso na adoção de uma estratégia de desenvolvimento sustentável somente se faz possível quando há ênfase em três diferentes dimensões: econômica, ambiental e social. Esses três aspectos estão inter-relacionados, exercendo influência uns sobre os outros e, portanto, uma organização que pretende desenvolver práticas de sustentabilidade corporativa não pode visualizar separadamente a sustentabilidade econômica e as práticas sociais e ambientais (ELKINGTON, 1998; 2004).

2.2 O Aspecto Social do Desenvolvimento Sustentável

Com base em extensa revisão literária, Amini e Bienstock (2014) propuseram uma definição multidimensional para o que chamam de Sustentabilidade Corporativa, ilustrando-a por meio de *framework*. O modelo compreende cinco dimensões de sustentabilidade que podem se apresentar em quatro níveis de sofisticação, de acordo com as práticas adotadas por empresas.

Uma das dimensões de sustentabilidade apresentada por tais autores considera

a ênfase nos aspectos econômicos, ecológico-ambientais e social-igualitários. Considera-se que as organizações que apresentam menor nível de sofisticação enfatizam apenas a sustentabilidade econômica, pois não estão preocupadas com os aspectos socioambientais ou não conseguem entender sua relação com as questões financeiras.

Segundo Amini e Bienstock (2014), conforme se amplia a sofisticação nesses quesitos, gradualmente se começa a entender qual a importância de cada uma das dimensões sustentáveis e, conseqüentemente, novas práticas são adotadas. As organizações mais sofisticadas, portanto, adotam a abordagem *Triple Bottom Line* e incorporam, dessa forma, preocupações econômicas, ambientais e sociais na estratégia empresarial.

Pretende-se, aqui, explorar o pilar social da sustentabilidade. Para isso, olha-se, primeiramente, para Vallance et al (2011). Em seu estudo, os autores identificaram a existência de três tipos de sustentabilidade social: (1) “sustentabilidade social de desenvolvimento”, relacionada com as necessidades da sociedade, como a redução da pobreza e das desigualdades; (2) “sustentabilidade social de ponte”, referente às mudanças comportamentais que precisam ocorrer para que se atinjam os objetivos ambientais na sustentabilidade; e (3) “sustentabilidade social de manutenção”, que diz respeito à preservação de práticas e padrões socioculturais em um contexto de mudança econômica e social. Ou seja, os autores argumentam que a sustentabilidade social é atingida quando se trabalha com questões como subdesenvolvimento, necessidades básicas da população, fortalecimento de sua ética ambiental e preservação de seus valores sociais, suas tradições culturais e seu estilo de vida.

Outros autores (SACHS, 1999; AGYEMAN, 2008), entretanto, defendem que a sustentabilidade social está fundamentada pelos conceitos de igualdade, democracia e justiça social.

Desvincilhando-se do aspecto puramente conceitual, atenta-se à questão das práticas socialmente sustentáveis realizadas por empresas. Nesse contexto, nota-se que dois tipos de público compreendem seu universo: o interno e o externo. No que diz respeito ao público interno, Jabbour e Santos (2008) apontam o fato de que o desempenho social de uma organização pode ser avaliado a partir da efetividade no gerenciamento da diversidade de seus recursos humanos. Quanto ao público externo, Ashley (2002), aponta que uma postura empresarial socialmente responsável está vinculada a todo tipo de ação que contribui para a qualidade de vida da sociedade.

A responsabilidade social empresarial, segundo o Instituto ETHOS (2010) pode ser definida 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.

Nesse sentido, em busca de evidenciar seu comprometimento com práticas sociais, as empresas trazem a questão da responsabilidade social como a forma com que se preocupam com as pessoas. Em alguns casos, as práticas estão mais voltadas à preocupação com seus colaboradores. Em outros, as organizações se empenham, também, em atender e apoiar as comunidades locais ou as famílias de seus funcionários. Há, ainda, empresas que interpretam a responsabilidade social como seu potencial de contribuir para uma melhor qualidade de vida dos indivíduos (EHNERT, 2008).

Nesse contexto, portanto, questiona-se de que forma se pode garantir essa qualidade de vida, demonstrando tal preocupação com as causas sociais. Por isso, recorre-se a Naji (2010) para evidenciar que o desenvolvimento de aspectos culturais representa importante papel no processo de desenvolvimento das comunidades. Isso porque, sem uma identidade cultural independente, nenhuma nação poderia se tornar um país desenvolvido. O autor destaca, ainda, que o aspecto cultural é base para o desenvolvimento econômico, político e social. Por isso, para que se alcancem tais metas, é preciso direcionar esforços para a promoção de práticas culturais.

Ou seja, tem-se um cenário construído em torno de um tema extremamente importante para o progresso social: o desenvolvimento de cultura. É interesse do governo e das empresas, portanto, que os processos concernentes a esse tema sejam amplamente executados – e de forma efetiva.

2.3 A Cultura Como Componente da Responsabilidade Social

A Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural aponta que devemos ver a cultura como um conjunto de características materiais, espirituais, intelectuais e emocionais que diferenciam uma sociedade ou um grupo social. Não se deve pensar em cultura apenas como arte ou literatura, pois ela também é compreendida por estilos de vida, formas de vivência em comunidade, tradições, sistemas de valores e convicções (UNESCO, 2002).

As nações precisam de uma identidade cultural independente para que se desenvolvam, pois a formação cultural embasa o desenvolvimento nos campos econômico, político e social. Por isso, é importante atingir um nível de desenvolvimento cultural tal que propicie expansão de acesso à cultura a toda população de maneira igualitária (NAJI, 2010).

Yúdice (2006) aponta, ainda, que por associar-se às práticas políticas e econômicas, a cultura está também envolvida com o campo da cidadania. As iniciativas políticas, nesse contexto, são capazes de exercer tanto influências positivas quanto negativas na gestão cultural.

No que diz respeito aos benefícios que podem ser gerados, Nemati (2012) propõe que o governo forneça liderança em nível macro, deixando que os detalhes de

dinamização do mercado sejam tratados por organizações não governamentais. Dessa forma, a iniciativa privada deve contar com administradores da cultura para assumir tais atividades. No Brasil, conta-se com as Leis de incentivo à Cultura como principal mecanismo para o funcionamento dessa dinâmica (BRASIL, 1991; 1993; 1995).

2.4 LEGISLAÇÃO REFERENTE AO INCENTIVO À CULTURA ATUALMENTE VIGENTE NO BRASIL

Grande parte da produção cultural brasileira hoje se apoia nas leis de incentivo fiscal federais, estaduais e municipais. Tal realidade é, em parte, reflexo de um movimento mundial que teve início nos anos 1980, motivado pela crise econômica e que apresentou soluções embasadas no quadro neoliberal vigente. Nesse contexto, governos buscaram cortes de seus financiamentos em áreas sociais e, particularmente, em cultura. Poucos países deixaram de seguir essa tendência – a França é destaque em tal cenário, pois manteve as práticas estatais de financiamento às atividades (BOTELHO, 2001).

No Brasil, logo no início de 1990, quando o Presidente Fernando Collor de Mello acabara de tomar posse, um pacote de medidas foi anunciado reduzindo investimentos governamentais para a área cultural. Nesse momento, diversos órgãos foram extintos, entre eles, o próprio Ministério da Cultura, que se transformou em uma secretaria de governo. No campo cinematográfico, extinguiram-se a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), o Conselho Nacional de Cinema (Concine) e a Fundação do Cinema Brasileiro (FCB), que sustentavam a política cinematográfica nacional (IKEDA, 2013).

Nesse momento, as leis de incentivo fiscal passam a representar importante papel no que diz respeito à produção cultural brasileira (ARRUDA, 2003).

Segundo Kavantan (2012), uma das principais diferenças entre as leis federais, estaduais e municipais reside na abrangência dos impostos que podem ser repassados para o financiamento de projetos culturais – enquanto as federais lidam com Imposto de Renda, as estaduais garantem redução do valor patrocinado no pagamento de ICMS (Imposto sobre circulação de mercadorias e prestação de serviços). As municipais, por sua vez, tratam de impostos como ISS (Imposto sobre serviços) e IPTU (Imposto predial e territorial urbano).

Todas essas leis de Incentivo à Cultura, sejam elas federais, estaduais ou municipais, têm como principais fundamentos: (a) o fato de oferecerem redução fiscal a incentivadores de produtos culturais mediante contribuição financeira; (b) o princípio de que não oferecem recursos, mas sim a chance de que os recursos sejam captados na iniciativa privada; (c) a possibilidade de cadastramento de projetos, com as condições de que tenham como objeto a cultura e de que sejam de acesso público (não obrigatoriamente gratuitos); e (d) o fato de que os recursos obtidos de patrocinadores são tomados como recursos públicos, uma vez que incluem o incentivo

fiscal e, por isso, o realizador deve prestar contas da execução financeira e artística do projeto ao governo (KAVANTAN, 2012).

Sendo assim, conforme Kavantan (2012), o realizador de um projeto incentivado é chamado proponente. Ele representa o produtor de cultura. Há também um incentivador que, por sua vez, é aquele que destina o dinheiro à execução do projeto, assumindo a condição de patrocinador. Por fim, o governo é apenas o órgão regulador em questão, pois é ele quem fiscaliza a execução do projeto cultural.

Ou seja, a iniciativa privada representa importante papel na produção cultural do país que adota um modelo de financiamento no qual o Governo, segundo Alexander e Bowler (2014), é visto apenas como um “facilitador” para o mercado de artes e cultura, pois age por meio da concessão de benefícios fiscais às empresas incentivadoras.

Contudo, as empresas precisam perceber a importância da causa para que assumam esse papel. É de se esperar, portanto, que organizações reputedamente sustentáveis lidem com isso da melhor forma possível – já que se trata de um tema diretamente ligado ao desenvolvimento social.

Por isso, tem-se, no item subsequente, uma explanação sobre o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), o qual foi usado neste trabalho para determinação de uma amostra de empresas que adotem, realmente, práticas sustentáveis.

2.5 Índice de Sustentabilidade Empresarial (Ise)

A BM&FBOVESPA, em parceria com outras importantes instituições – Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (ABRAPP); Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais (APIMEC); Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC); International Finance Corporation (IFC); Instituto Ethos, Ministério do Meio Ambiente e Fundação Getúlio Vargas (FGV) –, criou o ISE como um referencial para os investimentos sustentáveis e responsáveis no Brasil.

O índice é calculado e gerido tecnicamente pela BM&FBOVESPA e reflete o retorno de uma carteira composta por ações de empresas reconhecidas por seu comprometimento com o desenvolvimento sustentável. Dessa forma, tais empresas destacam-se para investidores e, assim, a bolsa de valores de São Paulo atua como indutora de boas práticas no meio empresarial brasileiro (MACEDO et al, 2014).

Para que se avalie o desempenho das empresas em relação à sustentabilidade e, assim, selecionem-se quais delas compõem o índice, existe uma parceria técnica entre a BM&FBOVESPA e Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Fundação Getúlio Vargas (FGV). A metodologia de avaliação foi desenvolvida pelo GVces e conta com um questionário responsável por avaliar o desempenho sustentável das organizações que emitem as 200 ações mais negociadas da BM&FBOVESPA. Esse

questionário se baseia no conceito “*Triple Bottom Line*”, que considera elementos ambientais, sociais e econômico-financeiros de maneira integrada, além de tratar de questões como governança corporativa, características gerais de postura em relação ao desenvolvimento sustentável e, ainda, a natureza do produto comercializado pelas empresas (MACEDO et al, 2014).

Segundo Macedo et al (2012), o ISE se confirma, a cada ano, como um elemento indutor de empresas na busca de um modelo de negócios que seja adequado ao desenvolvimento sustentável. Por sua vez, as organizações brasileiras também conseguem notar, de forma cada vez mais clara, quais os benefícios gerados pela aparição na carteira do índice.

Em sua perspectiva, torna-se evidente o valor da participação em iniciativas voluntárias relacionadas à sustentabilidade, pois por elas são proporcionados ganhos intangíveis – tais como a reputação e o compartilhamento de experiências no meio empresarial – e, ainda, ganhos tangíveis – relacionados ao valor de mercado, ao desempenho financeiro e ao valor das ações de empresas sustentáveis.

3 | METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

Realiza-se um estudo documental qualitativo para abordar a questão das práticas culturais desempenhadas por empresas sustentáveis no Brasil.

3.2 Amostra e Coleta De Dados

O corte amostral deste estudo selecionou empresas que, além de estarem listadas no ISE de 2013, também já apareceram, ao menos uma vez mais, nas listas dos últimos cinco anos de publicação do índice. Selecionam-se, assim, empresas atualmente reconhecidas em relação à responsabilidade social e à sustentabilidade empresarial, que tem um histórico de preocupação com o desenvolvimento sustentável.

Destaca-se que, a princípio, a carteira vigorava de 1º de dezembro do ano em curso a 30 de novembro do ano posterior. Porém, em 2011, houve alteração nesse período, que passou a iniciar-se na primeira segunda-feira de janeiro, perdurando até o dia que antecede a vigência da nova carteira, em janeiro do próximo ano (MACEDO et al, 2014).

De todas as empresas listadas nos últimos seis anos de elaboração do índice, foram exclusas as cinco empresas que apareceram pela primeira vez em 2014 (CIELO, EDP, FLEURY, KLABIN e OI). As outras 34 empresas de 2014 compõem a amostra deste estudo (Quadro 1).

Empresas que compõem a amostra				
AES TIETE	BRASIL	BICBANCO	BRADESCO	BRASKEM
BRF FOODS	CCR AS	CEMIG	CESP	COELCE
COPASA	COPEL	CPFL ENERGIA	DURATEX	ECORODOVIAS
ELETROBRAS	ELETROPAULO	EMBRAER	EVEN	FIBRIA
GERDAU MET	ITAUSA	ITAUNIBANCO	LIGHT	WEG
NATURA	SABESP	SANTANDER	SULAMERICA	SUZANO PAPEL
TELEFONICA	TIM PART S/A	TRACTEBEL	VALE	

Quadro 1: Empresas que compõem a amostra deste estudo. Fonte: Elaborado a partir da análise da composição da carteira ISE, no período de 2008 a 2014.

A coleta de dados se iniciou com a busca pelo último relatório de sustentabilidade de cada uma das empresas da amostra. O Relatório de Sustentabilidade, segundo Rover et al. (2008), é um documento elaborado pela própria empresa, voluntariamente, para que se demonstre sua relação com o meio ambiente e a sociedade. Esses relatórios foram salvos em formato pdf e foi feita busca pelos seguintes termos no corpo de texto dos arquivos: “cultura” (que encontra também os termos “cultural” e “culturais”), “arte” (que encontra também os termos “artes cênicas” e “artes visuais), “livro”, “musica” (que encontra os termos “música”, “musical” e “musicais”), “exposições”, “exposição”, “acervo”, “biblioteca”, “museu”, “cinema” (que encontra também o termo “cinemateca”), “audiovisual” e “teatro”.

A escolha dos termos de busca se baseou na redação do artigo 18 da Lei Rouanet, que determina segmentos passíveis de recebimento de doação e patrocínio na produção cultural, com isenção total do dispêndio. Esta lei foi escolhida, pelo fato de ser considerada a mais antiga das leis de incentivo fiscal à cultura no Brasil, após ter reformado a Lei 7.505, de 2 de julho de 1986. A escolha se justifica, também, pelo fato de ser uma lei federal e, portanto, todas as empresas listadas na amostra, em qualquer região do país que atuem, serem por ela atingidas.

Foram então compiladas as ações culturais executadas por cada uma das empresas da amostra e, em seguida, houve categorização de tais iniciativas seguindo o critério da análise de conteúdo, o qual envolve a análise das comunicações, por meio de um conjunto de técnicas, a fim de se obter indicadores capazes de gerar determinada inferência de conhecimentos referentes a essas mensagens (BARDIN, 2006).

3.3 Análise dos Dados

Flick (2009) garante que a análise de conteúdo representa um procedimento clássico para análise de material textual, não importando a origem desse material. Por isso, realizou-se a pré-análise – segundo Bardin (2006), a fase em que há organização do material a ser analisado para torná-lo operacional –, na qual foram coletadas, nos Relatórios de Sustentabilidade, as iniciativas empresariais em relação à cultura.

Em seguida houve exploração do material com a definição de categorias e, por fim, o tratamento dos resultados e interpretações. Verificou-se, então, o vínculo entre as ações culturais realizadas e as leis de incentivo fiscal vigentes no Brasil. Assim, foi possível perceber quais das práticas culturais desempenhadas por empresas sustentáveis estão alinhadas com os mecanismos determinados pela legislação de incentivo à cultura e, por outro lado, quais vertentes legislativas poderiam ser mais bem exploradas. Para isso, utiliza-se de intuição, além de análise reflexiva e crítica (BARDIN, 2006).

Por meio da análise de conteúdo, conforme Vergara (2005), foi possível trabalhar os dados coletados para que os mesmos identificassem o que está sendo dito a respeito do tema “Cultura” em organizações reconhecidamente sustentáveis. Para isso, fez-se uso da técnica de análise temática ou categorial, a qual consiste em desmembrar os textos em unidades (categorias), seguindo reagrupamentos analógicos (MINAYO, 2000).

4 | RESULTADOS E CONCLUSÃO

Depreendeu-se, como primeiro resultado da análise, que as empresas com perfil sustentável no Brasil têm percepções diferentes acerca da importância das práticas culturais. Nem todas elas realizam ou, pelo menos, evidenciam tais ações em seus relatórios de sustentabilidade – fato que pode ser interpretado de duas diferentes formas: (1) o tema não lhes parece atrativo a ponto de que seus recursos sejam alocados em prol de tais ações; ou (2) a cultura não é percebida como um componente do desenvolvimento social e, conseqüentemente, como um aspecto relevante do desenvolvimento sustentável.

Quanto a esta segunda interpretação, é importante demonstrar que diferentes pontos de vista são apresentados nos relatórios em relação à conceituação de termos ligados à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável.

Enquanto algumas empresas consideram o componente cultural como um dos aspectos principais desse desenvolvimento, outras nem sequer citam a relevância de tais práticas. Da mesma forma, algumas destacam fortemente a importância das práticas culturais para a realização de seus negócios, ao passo que outras não o veem da mesma forma.

O Quadro 2 apresenta exemplos de definições trazidas por empresas engajadas com a prática cultural e determinadas a expor tais ações em seus relatórios como parte importante de sua atuação em prol do desenvolvimento sustentável.

Empresa	Conceito	Definição da Companhia	Conclusão
Eletrobras	Desenvolvimento Sustentável	"A Eletrobrás é uma empresa indutora do desenvolvimento sustentável no Brasil, seja por meio do investimento em cultura, educação, saúde, direitos infantis, geração de trabalho e renda (...), seja por meio das ações de redução de impactos socioambientais nos processos de licenciamento."	O investimento em cultura é abordado pela companhia como forma de indução do desenvolvimento sustentável, criando-se, portanto, um link direto entre os dois conceitos.
EcoRodovias	Diretrizes de Sustentabilidade	"A atuação da EcoRodovias na área socioambiental é orientada pelas Diretrizes de Sustentabilidade, que define o modelo de negócio considerando as questões ambientais e socioculturais na gestão da Companhia."	As Diretrizes de Sustentabilidade adotadas pela companhia enfatizam, além do ambiental e do social, o componente cultural.
Duratex	Compromisso com a sustentabilidade	"Para a Duratex, o compromisso com a sustentabilidade está diretamente relacionado à perenidade de seus negócios. (...) Na prática, esse comprometimento se traduz em um modo mais abrangente de pensar o negócio, que contempla: utilizar critérios socioambientais e culturais e na tomada de decisão (...)."	Ao definir seu compromisso com a sustentabilidade, a companhia aponta dois fatores determinantes no momento de tomada de decisão: o socioambiental e o cultural. Assim, inclui a cultura como componente do conceito de sustentabilidade.
CCR	Portal de Governança da Sustentabilidade	"(...) um banco de informações e evidências de todas as ações de sustentabilidade e projetos sociais, culturais e ambientais da Companhia. Ele também permite uma gestão integrada dos capitais, garantindo geração de valor."	Ao tratar da sustentabilidade, destacam-se projetos sociais, ambientais e a gestão de capitais (aspecto econômico). Além disso, um único componente é destacado além dos três pilares definidos pelo <i>Triple Bottom Line</i> : a cultura.
CPFL Energia	Programa de Responsabilidade Socioambiental	"Em 2013, foram investidos no Programa de Responsabilidade Socioambiental cerca de R\$ 2 milhões. Desse total, R\$ 1,9 milhão foram destinados a 37 projetos das quatro leis de incentivo fiscal."	O investimento na Lei de Incentivo à cultura é abordado pela companhia como uma ação de Responsabilidade Socioambiental.
Itaú Unibanco	Sustentabilidade	"Incentivadores das artes, da cultura e da responsabilidade socioambiental, dotamos nossas empresas de estruturas autônomas e eficientes, cujo objetivo é a disseminação de conhecimentos e práticas em prol da sustentabilidade."	A disseminação de conhecimentos e práticas em prol da sustentabilidade envolve, na concepção do grupo, o incentivo à cultura.

Quadro 2: Definições trazidas por empresas que consideram a cultura como componente do Desenvolvimento Sustentável.

Seguindo linha similar, o Quadro 3 vem demonstrar exemplos de empresas que consideram as ações culturais como parte essencial de sua estratégia de atuação, independentemente de haver link desse conceito com a sustentabilidade. Expõe-se, portanto, que a cultura destas empresas parece estar fortemente voltada à valorização de práticas de cunho cultural.

Empresa	Trecho do Relatório
VALE	“Temas prioritários foram definidos (...): Respeitar e compreender as comunidades próximas às nossas operações e projetos, incluindo sua diversidade cultural.”
Banco do Brasil	“Os investimentos realizados pelo Banco para apoiar o desenvolvimento da educação, da cultura e do esporte fortalecem o reconhecimento da marca pelos clientes e pela sociedade.”
SABESP	“O respeito à diversidade humana e cultural e a não discriminação são princípios essenciais para nós.”
BRF Foods	“Em 2013, a BRF obteve receita média de R\$ 8,1 mil para cada R\$ 1 investido em projetos sustentáveis. As iniciativas abrangem aspectos como valorização dos funcionários, respeito ao meio ambiente, saúde, educação, projetos culturais e esportivos.”

Quadro 3: Empresas que integram a ação cultural à sua estratégia.

Por outro lado, há de se destacar que algumas empresas destinam pouca ou nenhuma atenção, em seus relatórios, a projetos relacionados à promoção e ao incentivo da cultura no Brasil. É o caso, por exemplo, da Itaúsa. A única menção referente ao tema em seu relatório diz respeito ao fato de a empresa aparecer listada pela 10^a vez na carteira do Dow Jones Sustainability World Index (DJSI), o que garante seu compromisso social, cultural e ambiental. Entretanto, não se aponta como isso ocorre. Interessante é que empresa controla a Itaú Unibanco Holding S.A., que também foi objeto de estudo deste trabalho. Esta, por sua vez, evidencia várias ações realizadas em prol do incentivo à cultura.

Outras empresas chegam a citar que apoiam e incentivam iniciativas culturais, mas não há grande ênfase a isso. Apenas um parágrafo em todo o relatório. Ou, ainda, apenas evidenciam em seu Balanço Social Anual que houve investimento interno e externo em cultura, mas não há explicitação de como isso ocorreu. É o caso de companhias como SulAmérica, Coelce, Embraer e Gerdaul.

Ainda sustentando a afirmação de que as empresas sustentáveis no Brasil têm perfis diferentes acerca da realização de práticas culturais, aponta-se que nem todas elas utilizam as leis de incentivo quando financiam projetos voltados à cultura. Ou, ao menos, nem todas evidenciam o conhecimento e a utilização das leis em seus relatórios anuais, pois apenas 22 das 34 empresas dizem fazer uso dessas leis.

Esse número fica ainda mais escasso quando tratamos exclusivamente da Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993), pois, em geral, as empresas que financiam projetos via Lei de Incentivo, costumam fazê-lo por meio das leis estaduais ou pela Lei Rouanet (BRASIL, 1991). Foram apenas três as empresas que citaram explicitamente a Lei do Audiovisual em seus relatórios. Isso pode ser um indício de desconhecimento, no mundo corporativo, dos mecanismos legais, pois, como explicita Ikeda (2013), a Lei do Audiovisual, quando comparada à Lei Rouanet, garante mais benefícios ao investidor.

A principal diferença entre as leis supracitadas é que os valores aportados por meio da Lei do Audiovisual não são apenas um patrocínio ou uma doação – como ocorre com a Lei Rouanet. Para a primeira, esses valores são contabilizados como

um investimento. O agente que aporta recursos, portanto, assume papel de investidor. Os valores investidos também são integralmente abatidos do imposto de renda devido pelo investidor, assim como ocorre com os projetos enquadrados no Art. 18 da Lei Rouanet. Entretanto, além desse abatimento, o investidor pode incluir esses valores como uma despesa operacional, o que faz com que o percentual de abatimento real no imposto de renda a pagar seja superior a 100%. Além disso, ainda há a possibilidade de o investidor vincular sua marca ao material promocional da obra. Por fim, o investimento à Lei do Audiovisual garante a aquisição de um percentual dos direitos de comercialização da obra. Assim, divergentemente da Lei Rouanet, o retorno financeiro existe obrigatoriamente, por previsão legal (IKEDA, 2013).

O que, então, poderia justificar a falta de investimento em obras de audiovisual é o fato de que nenhuma das empresas estudadas trabalha em um ramo diretamente ligado a esse e, por isso, não há uma cobrança externa nesse sentido. Seuring e Müller (2008) afirmam que, em diversos casos, as iniciativas sustentáveis são motivadas por pressões externas à companhia, provenientes, por exemplo, de agências governamentais, clientes e *stakeholders* em geral. Neste estudo, verificou-se que, realmente, muitas das ações culturais apresentadas pelas empresas impactam diretamente seus *stakeholders*. O Quadro 4 traz alguns trechos que comprovam o supracitado.

Empresa	Trecho do Relatório
Brasken	"Projetos sociais, ambientais, educativos e culturais desenvolvidos pela Braskem encontram-se em áreas protegidas ou na vizinhança das unidades industriais da Companhia, em regiões de rica biodiversidade. Nesse sentido, a Companhia identifica, monitora e reporta os riscos associados às atividades desenvolvidas para preveni-los e/ou minimizá-los. No período de 2011 a 2013, o total de áreas protegidas foi de 972 hectares e o de áreas restauradas foi de 50 hectares."
Duratex	"A Duratex também investe em diversos projetos sociais e culturais, com o objetivo de estabelecer um relacionamento mais próximo com as comunidades do entorno das unidades industriais e florestais."
Eletrobras	"A Eletrobras investe em programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco e dá assistência a empregados, seus familiares e membros da comunidade com relação a doenças graves. Conheça algumas iniciativas: atividades de massoterapia, coral, teatro amador, auxílio-academia, ginástica laboral."
Vale	"A Vale atua para estabelecer relacionamento construtivo, de benefícios mútuos, baseado no respeito à diversidade cultural e aos direitos específicos, com foco no etnodesenvolvimento dos povos indígenas e comunidades tradicionais."

Quadro 4: Ações culturais motivadas e realizadas em função de *stakeholders*.

Outra possível justificativa está relacionada ao nível de sofisticação das empresas ao implementarem suas ações sustentáveis. Amini e Bienstock (2014) afirmam que, conforme as organizações se tornam mais sofisticadas em sustentabilidade, suas atividades deixam de apenas cobrir apenas aquilo que lhes é

imposto por regulamentações, ou que é simples de ser desenvolvido, devido a seu *core business*. Empresas com alto grau de sofisticação chegam, inclusive, a participar do desenvolvimento e da alteração de tais regras. As companhias mais sofisticadas conseguem reconhecer que uma abordagem proativa voltada às práticas sustentáveis pode reduzir seus custos.

Verifica-se, com o Quadro 5, que as ações culturais realizadas por algumas empresas estão diretamente ligadas a seu ramo de atuação, o que pressupõe maior facilidade e relativo comodismo.

Empresa	Setor de atuação	Trecho do Relatório
CEMIG	Energia Elétrica	"No biênio 2012-2013, a Cemig promoveu (...) a iluminação de 150 campos de futebol amador (...). Entre os benefícios proporcionados pelo programa podem ser citados: a melhoria da prática esportiva e de atividades culturais; maior tranquilidade dos moradores; maior utilização dos espaços existentes; diminuição do índice de criminalidade e vandalismo e melhoria na qualidade de vida das comunidades."
EVEN	Construção e Engenharia	"A EVEN manteve parceria com o Liceu de Artes e Ofício de São Paulo, com o objetivo de disseminar os conceitos de construção sustentável e alinhar a prática à teoria para os estudantes do Curso Técnico em Edificações."
Suzano	Papel e Celulose	"Citamos como um grande diferencial em 2012, o nosso papel Polén®, que esteve em alguns dos mais importantes lançamentos do mercado editorial, como a trilogia 'Cinquenta Tons de Cinza', líder por vários meses na lista dos livros mais vendidos no Brasil."

Quadro 5: Ações culturais motivadas e realizadas em função do setor de atuação empresarial.

Nesse sentido, levando em conta a questão da proatividade para apontar empresas com maior nível de sofisticação, vale destacar, por exemplo, qual o papel assumido pela empresa ao se envolver com as Leis de Incentivo à Cultura.

Para todo e qualquer projeto incentivado, conforme Kavantan (2012), o governo é o órgão regulador em questão, pois é ele quem cadastra e fiscaliza a execução do projeto cultural. O realizador, por sua vez, é o proponente, o produtor de cultura. Por fim, o incentivador é aquele que destina o dinheiro à execução do projeto, o que o coloca na condição de patrocinador. Em geral, as empresas estudadas assumem o terceiro papel, apenas incentivando projetos por elas selecionados. Há, entretanto, empresas envolvidas com as práticas culturais e familiarizadas com as leis a ponto de não apenas atuarem patrocinadoras. Tais empresas assumem a função de produtoras de cultura. A Tractebel Energia, por exemplo, expõe em seu relatório (Tractebel, 2013, p.155):

A implantação desses locais ["Centro de Cultura" ou "Centro de Cultura e Sustentabilidade"] em diferentes regiões vem sendo viabilizada por meio de recursos próprios da Companhia e também, de forma inovadora, por recursos incentivados. Isso porque a construção dos Centros pode ser contemplada pela Lei Rouanet, atendendo às diretrizes do Ministério da Cultura, com foco no resgate, preservação e valorização da história, costumes e tradições locais, geração de emprego e renda, inclusão social e digital. O maior resultado dessa política é,

portanto, a união de esforços em torno de um bem maior e duradouro: o acesso à cultura.

Outras delas, apesar de não demonstrarem fazer uso das leis nesse sentido, também atuam como produtoras culturais, já que mantêm fundações, centros, teatros, entre outros – os quais realizam ações culturais como atividade principal ou eventualmente. Esse é o caso, por exemplo, da Fundação Bradesco; da Fundação CESP; da Fundação Itaú Social; do Instituto Itaú Cultural; do Instituto Unibanco; do Instituto Unibanco de Cinema; da Fundação Banco Santander (Espanha); do Santander Cultural (Brasil); da Fundação Telefônica; da Fundação Vale; do Museu Vale; do Museu WEG, etc.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mais uma vez, portanto, pode-se afirmar a heterogeneidade presente na atuação cultural das empresas sustentáveis no Brasil, que se apresenta tanto em forma, quanto em intensidade, já que há variação no que diz respeito ao escopo de atividades desempenhadas pelas empresas e, ainda, no que diz respeito à frequência e quantidade de projetos financiados, elaborados e divulgados por elas.

Sabendo-se que o Ministério da Cultura divulga lista das empresas que apoiam projetos incentivados no Brasil, sugere-se, como importante trabalho, uma investigação de quais das empresas listadas emitem relatórios anuais de sustentabilidade e se, de fato, todas elas evidenciam esse apoio em seus relatórios. Isso porque, assim, perceber-se-ia se, realmente, todas as empresas que não divulgam o contato com as leis em seus relatórios, de fato não apoiam projetos via lei de incentivo. Dessa forma, seria possível descobrir se há companhias que não veem a prática cultural como um componente do desenvolvimento sustentável ou se, simplesmente, essas empresas não estão dispostas a apoiar tais iniciativas.

Outro estudo pertinente refere-se à descoberta de motivos concretos pelos quais há pouca utilização – ou, ao menos, evidenciação – da Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993). Considerando todos os benefícios trazidos por tal mecanismo legal, é importante verificar por que não há maior aderência por parte das empresas – sustentáveis, ou não.

REFERÊNCIAS

AES TIETE. **Relatório de Sustentabilidade**, 2013. 53p. Disponível em <<http://ri.aestiete.com.br/Download.aspx?Arquivo=wU+gRjHUC2IOHLWMWnaEgQ==>>, Acesso em 23/10/2014.

AES ELETROPAULO. **Relatório de Sustentabilidade**, 2013. 69p. Disponível em <<http://ri.aeseletropaulo.com.br/Download.aspx?Arquivo=Bg2TGOk78sClnZwxHiGvkQ==>> Acesso em 23/10/2014.

AGYEMAN, J. Toward a “just” sustainability? **Continuum**, v. 22, n. 6, p. 751–756, 2008.

Alexander, V. D.; Bowler, A. E. Art at the crossroads: The arts in society and the sociology of art. **Poetics**, v. 43. p. 1-19, 2014.

AMINI, M.; BIENSTOCK, C. Corporate sustainability: an integrative definition and framework to evaluate corporate practice and guide academic research. **Journal of Cleaner Production**, v. 76, p. 12–19, 2014.

ARRUDA, M.A.N. A política cultural: regulação estatal e mecenato privado. **Tempo Social**, v. 15, n. 2, p. 177–193, 2003.

ASHLEY, P.A. (coord.). Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2002.
BANCO DO BRASIL. **Relatório Anual**, 2013. 131p. Disponível em <www.bb.com.br/docs/pub/inst/dwn/Port2013.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.

BICBANCO. **Relatório Anual e de Sustentabilidade**, 2013. 92p. Disponível em <www5.bicbanco.com.br/RAO/2013/port/.../BICBANCO-RA13.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

BOTELHO, I. As dimensões da cultura e o lugar das políticas públicas. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n.2, 2001.

BRADESCO. **Relatório Anual**, 2013. 130p. Disponível em <<https://www.bradescom.com.br/site/contendo/download/Download.aspx?file=%7e%2fuploads%2f635370721991269531-bradesco-ras2013-completo-20140529v2.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

BRASIL, Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. **Diário Oficial {da} República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 24 dez. 1991. Seção 1, p. 30261.

BRASIL, LEI No 8.685, DE 20 DE JULHO DE 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. **Diário Oficial {da} República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 21 jul. 1993. Seção 1, p.10107.

BRASIL, Decreto nº 1.494, de 17 de Maio de 1995. Regulamenta a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelece a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC, e dá outras providências. **Diário Oficial {da} República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 18 mai. 1995. Seção 1, p.7069. Retificado no DOU de 22 mai. 1995. Seção 1, p.7224.

BRASKEN. **Relatório Anual**, 2013. 166p. Disponível em <<http://rao2013.braskem.com/>>. Acesso em 23/10/2014.

BRF. **Relatório Anual e de Sustentabilidade**, 2013. 111p. Disponível em <<http://ri.brf-global.com/arquivos/BRF%20RA%20PT%20140609.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

CARROLL, A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. **Business & Society**, p. 268-295, 1999.

CCR. **Relatório Anual e de Sustentabilidade**, 2013.42p. Disponível em <http://www.grupoccr.com.br/ri2013/home/downloads/CCR_SUST_Relatorio_Anual_e_de_Sustentabilidade_CCR-pt_br.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

CEMIG. **Relatório Anual e de Sustentabilidade**, 2013. 164p. Disponível em <http://www.cemig.com.br/pt-br/relatorio_anual/Documents/relatorio/impressao.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

CESP. **Relatório de Sustentabilidade**, 2013. 104p. Disponível em <<http://asp-br.secure-zone.net/v2/6088/6396/6357/Relat%C3%B3rio-de-sustentabilidade.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

COELCE. **Relatório Anual de Sustentabilidade 2011: Demonstrações Financeiras**, 2011. 75p. Disponível em < www.endesabrazilra.com.br/pdf/END_RA2011_COELCE_DFs_vf.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

COMUNIAN, R.; MOULD, O. The weakest link: Creative industries, flagship cultural projects and regeneration. **City, Culture and Society**, v.5, p. 65-74, 2014.

COPASA. **Relatório de Sustentabilidade**, 2013. 309p. Disponível em < http://www.mzweb.com.br/copasa/web/download_arquivos.asp?id_arquivo=95B496F5-0682-44C8-A62C-8736F9273BDC>. Acesso em 23/10/2014.

COPEL. **Relatório Anual**, 2013. 192p. Disponível em <[http://www.copel.com/hpcopel/root/sitearquivos2.nsf/arquivos/dfp_2013/\\$FILE/dfp_2013.pdf](http://www.copel.com/hpcopel/root/sitearquivos2.nsf/arquivos/dfp_2013/$FILE/dfp_2013.pdf)>. Acesso em 23/10/2014.

CPFL ENERGIA. **Relatório Anual**, 2013. 76p. Disponível em < <http://www.cpf.com.br/institucional/relatorio-anual/Documents/ra-cpfl-2013.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

DAFT, R. L. **Management**. Fort Worth: Dryden Press, 1997.

DURATEX. **Relatório Anual e de Sustentabilidade**, 2013. 225p. Disponível em < www.duratex.com.br/ri/pt/download/Duratex_RA_13.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

ECORODOVIAS. **Relatório de Sustentabilidade**, 2013. 226p. Disponível em < <http://www.ecorodovias.com.br/Content/Sustentabilidade/Arquivo/Relat%C3%B3rio%20Anual%202012.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

ELETROBRAS. **Relatório Anual e de Sustentabilidade**, 2013. 103p. Disponível em < <https://www.matrizlimpa.com.br/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=Relatorio-Anual-e-de-Sustentabilidade-Eletronbras-2013.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

ELKINGTON, J. **Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of the 21st Century**. New Society Publishers, Stoney Creek, CT, 1998.

ELKINGTON, J. Enter the triple bottom line. In: Henriques, A., Richardson, J. (Eds.), **The Triple Bottom Line: Does it All Add up?** Earthscan, London, UK, 2004.

EHNERT, I. **Sustainable Human Resource Management: A Conceptual and Exploratory Analysis from a Paradox Perspective**. Heidelberg: Springer, 2008.

EMBRAER. **Relatório Anual**, 2013. 92p. Disponível em <www.embraer.com.br/Documents/RA13_Pt_Completo.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

ETHOS. **O que é RSE**. 2010. Disponível em: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>. Acesso em: 10/09/2014.

EVEN. **Relatório Anual e de Sustentabilidade**, 2014. 124p. Disponível em <http://www.even.com.br/sustentavel/wp-content/uploads/2014/09/AF_relatorio_even_2014_final-aprovado.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

FIBRIA. **Relatório de 2013**, 2013. 86p. Disponível em <<http://www.fibria.com.br/relatorio2013/shared/relatorio-de-2013-firmes-no-rumo-7abr2014.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução Joice Elias Costa. 3.ed. Porto Alegre: Artemed, 2009.

GERDAU. **Relatório Anual**, 2013. 47p. Disponível em <<http://www.gerdau.com.br/relatoriogerdau/2013/ra-br/download/RelatorioAnual2013Completo.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

IKEDA, M. O impacto da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual no processo de “retomada” do cinema brasileiro. In: **III Encontro Internacional de Direitos Culturais**. Fortaleza: 2014.

ITAUSA. **Relatório Anual**, 2013. 60p. Disponível em < http://www.itausa.com.br/PT/Documentos/5647_RA13.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

ITAÚ UNIBANCO HOLDING S.A. **Relatório Anual Consolidado**, 2013. 666p. Disponível em < https://www.itaubr.com.br/_arquivosstaticos/RAO/PDF/PT/2013RAO.PDF>. Acesso em 23/10/2014.

JABBOUR, C. J. C.; SANTOS, F. C. A. The central role of human resource management in the search for sustainable organizations. **The International Journal of Human Resource Management**. P. 2133-2154, 2008.

KAVANTAN, S. **Elaboração de projetos culturais**. São Paulo: SP Leituras, 2012. 120 p.

MACEDO, F.; BARBOSA, H.; CALLEGARI, I.; MONZONI, M.; SIMONETTI, R. **O Valor do ISE: Principais estudos e a perspectiva dos investidores**. São Paulo: BM&FBOVESPA, 2012.

LIGHT. **Relatório de Sustentabilidade**, 2013. 198p. Disponível em < http://www.light.com.br/Repositorio/Sustentabilidade/Relatorio%202013/Relatorio%20de%20Sustentabilidade%20LIGHT_2013.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 7. ed. São Paulo: Hucitec, 2000. 269 p.

MONZONI, M.; BIDERMAN, R.; BRITO, R. Finanças Sustentáveis e o Caso do Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa. In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS, 9, 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2006.

NAJI, M. Management and Cultural Development. **International Journal of Business and Management**, v. 5, n. 11, p. 171-176, 2010.

NATURA. **Relatório Natura**, 2013. 175p. Disponível em < http://www.relatoweb.com.br/natura/13/sites/default/files/natura_2013_completo_gri.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

NEMAT, E. Cultural management and government role. **Management Science Letters**. Tehran, v. 2, p.1717-1720, 2012.

NOBRE, F.S.; RIBEIRO, R.E.M. Cognição e Sustentabilidade: Estudo de Casos Múltiplos no Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBovespa. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, p. 499-517, 2013.

ROVER, S.; BORBA, J. A.; BORGERT, A. Como as empresas classificadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) evidenciam os custos e investimentos ambientais? **Custos e @ gronegocio**. v. 4, n. 1, p. 2-25, 2008.

SABESP. **Relatório de Sustentabilidade**, 2013. 225p. Disponível em < http://site.sabesp.com.br/uploads/file/sociedade_meioamb/rs_2013_portugues.pdf>. Acesso em 23/10/2014.

SACHS, I. Social sustainability and whole development: exploring the dimensions of sustainable development. In **Sustainability and the Social Sciences**. Londres: Zed Books, 1999.

SANTANDER. **Relatório Anual**, 2013. 116p. Disponível em < http://www.santander.com/csgs/Satellite/CFWCSancomQP01/pt_PT/Corporativo/Sustentabilidade/O-Santander-e-a-sustentabilidade/Relatorios.html>. Acesso em 23/10/2014.

SÃO PAULO (estado), Lei nº 12.268, de 20 de fevereiro de 2006. Institui o Programa de Ação cultural

– PAC, e dá providências correlatas. **Diário Oficial {do} Estado de São Paulo** Poder Executivo, São Paulo, SP, 21 fev. 2006, Seção I, p.1.

SEURING, S., MULLER, M. From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. **Journal of Cleaner Production**, v. 16, 2008.

SOUSA, F.A.; ALBUQUERQUE, L.S.; RÊGO, T.F.; RODRIGUES, M.A. Responsabilidade Social Empresarial: Uma Análise sobre a Correlação entre a Variação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e o Lucro das Empresas Socialmente Responsáveis que compõem esse Índice. **REUNIR – Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**. vol. 1, n. 1, p.52-68, 2011.

SUZANO. **Relatório de Sustentabilidade**, 2012. 116p. Disponível em <<http://v4.suzano.infoinvest.com.br/ptb/4567/RELATRIODESUSTENTABILIDADE2012.pdf>>. Acesso em 23/10/2014.

TELEFÔNICA. **Relatório de Sustentabilidade: Ser mais transparente**, 2013. 57p. Disponível em <<http://www.telefonica.com>>.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-077-3



9

788572 470773