
PROJETOS CULTURAIS: TÉCNICAS DE MODELAGEM.

Hermano Roberto Thiry-Cherques. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 278 p. ISBN: 85.225.0548.9

Por Luiz Alex Silva Saraiva (FUNCESI)

Dirigido a estudantes, professores e profissionais envolvidos com a cultura, este livro traz como contribuição a desmistificação do setor cultural como ramo de atividade econômica, bem como a entrada neste mercado. Redigido de uma forma simples e direta, mas, felizmente, não óbvia, esta obra abre o caminho para que a cultura seja tratada além da tradicional perspectiva simbólico-interpretativa. Ao apresentar a relevância da cultura em termos econômicos (Bourdieu, 2005), esta obra amplia a sua relevância como objeto legítimo da Administração.

Com um foco bastante aplicado, Hermano Roberto Thiry-Cherques, professor da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, oferece um conjunto de orientações úteis para os interessados em atuar no setor cultural. A partir de uma pré-introdução (intitulada antes de começar), em que apresenta as principais delimitações e conceitos utilizados no livro, o autor desenvolve, ao longo dos nove capítulos subsequentes, e 27 passos, uma estrutura para a modelagem de projetos culturais. Esta estrutura vai desde a delimitação geral do projeto (começando), passando pelas informações necessárias à sua elaboração (visualizando o projeto), mesmo no que se refere ao produto (detalhando o projeto), o quadro mais amplo em que a iniciativa se insere (identificando o contexto do projeto), sua organização (ordenando o projeto), sua necessidade de recursos e seu prazo (explicitando os recursos e a duração do projeto), a necessidade de recursos financeiros (fazendo as contas do projeto), sua explicitação (apresentando o projeto), até a discussão de questões além da modelagem propriamente dita, como a aparente incompatibilidade entre finanças e cultura, a necessidade de justificativa social para o investimento em projetos culturais, e a aversão a riscos (a ordenação do efêmero).

Obras dessa natureza, se por um lado atendem a uma expectativa de instrumentalização, em virtude da visualização concreta da utilidade da gestão, por outro reacendem o debate sobre o caráter **social** aplicado da Administração. Esta área não existe à revelia da sociedade e, portanto, não se pode discuti-la apenas com base na técnica, sem reflexões sobre fatores fora da esfera da racionalidade econômico-produtiva (Aktouf, 2004), sob pena de que algo que não é nem completamente neutro (nem técnico) seja assim tratado.

Possivelmente percebendo este problema, o autor discute alguns aspectos na pré-introdução e no último capítulo, que podem influenciar a modelagem e a operacionalização de projetos culturais. Contudo, pelo próprio foco do livro, um importante debate a respeito de por que a cultura se tem convertido em setor de mercado como qualquer outro, praticamente não tem espaço. Trabalhos como o de Durand (2001), Durand *et al.* (1997), Durand (1996) e Micelli (1984), por exemplo, politizam a profissionalização da cultura. Não se pode simplesmente tomar como dado o fato de que parte das políticas públicas, na área cultural, passaram a ser de alguma forma privatizadas, mediante leis de incentivo à cultura e projetos de responsabilidade social empresarial (Rampinelli & Guimarães, 2006); há um movimento perceptível de transferência de responsabilidade do Estado, na área cultural, à iniciativa privada, o que é apoiado pelo argumento técnico da profissionalização e dos benefícios dela decorrentes. Mas que tipo de acesso à cultura tem, de fato, a sociedade civil com as políticas vigentes? Será que a universalização prevista na Constituição da República foi alcançada? Ou as empresas estariam sendo beneficiadas de forma desproporcional, ao receber incentivos de natureza fiscal, ao investir em públicos definidos estrategicamente e ao produzir campanhas mercadológicas que ressaltam seu **altruísmo**? Estas questões, não secundárias, e além da estrita modelagem de projetos, podem auxiliar a reposicionar a Administração, em geral, e a gestão de projetos no setor cultural, em particular, no campo de conhecimento: como Ciências, sim, porém mais do que apenas Aplicadas, **Sociais**.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aktouf, O. (2004). *Pós-globalização, administração e racionalidade econômica: a síndrome do avestruz*. São Paulo: Atlas.
- Bourdieu, P. (2005). *Razões práticas* (6a ed.). Campinas: Papirus.
- Durand, J. C. G. (1996). Profissionalizar a administração da cultura. *Revista de Administração de Empresas*, 36(2), 6-11.
- Durand, J. C. G. (2001). Cultura como objeto de política pública. *São Paulo em Perspectiva*, 15(2), 66-72.
- Durand, J. C. G., Gouveia, M. A., & Berman, G. (1997). Patrocínio empresarial e incentivos fiscais à cultura no Brasil: análise de uma experiência recente. *Revista de Administração de Empresas*, 37(4), 38-44.

Micelli, S. (1984).

Teoria e prática da política cultural oficial no Brasil. *Revista de Administração de Empresas*, 24(1), 27-31.

Rampinelli, G. B., &

Guimarães, V. N. (2006).

Responsabilidade social corporativa:

desvelando intencionalidades não reveladas. In S. M. Pimenta, L. A. S. Saraiva, & M. L. Corrêa (Orgs.). *Terceiro setor: dilemas e polêmicas* (pp. 211-244). São Paulo: Saraiva.