

O discurso da diversidade no universo corporativo: “institutos” empresariais de cultura e a conversão de capital econômico em poder político¹

Miqueli Michetti²

Resumo: O artigo analisa as múltiplas maneiras pelas quais o discurso da diversidade tem sido enunciado no mundo corporativo. Tal discurso tem sido concebido como *capital ou recurso humano*, aparece como *ativo simbólico na esfera das trocas comerciais globais* e é ainda operado como uma espécie de *lastro que legitima a conversão de capital econômico em capital/poder político*. A hipótese é a de que, embora não seja a via exclusiva, o discurso da diversidade é um dos meios pelos quais se busca legitimar o exercício do poder público por agentes privados, cujo capital é inicialmente econômico, como institutos empresariais de cultura.

Palavras-chave: discurso da diversidade; institutos empresariais de cultura; conversão de capital econômico em poder político; Brasil contemporâneo.

1 A autora agradece ao GVPesquisa, pela bolsa de apoio à pesquisa no Brasil, e à FAPESP, pela bolsa que financiou o pós-doutorado realizado no *Institute of Latin American Studies*, da *Columbia University*. Agradeço a ambas instituições pelo suporte à pesquisa que deu origem a este artigo, bem como ao *ILAS/Columbia University*.

2 Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV/EAESP) – São Paulo – Brasil – miqueli.michetti@fgv.br.

The Discourse of Diversity in the Corporate Domain: Business Foundations and Institutes in the Field of Culture and the Conversion of Economic Capital into Political Power

Abstract: *The paper analyzes the multiple ways in which the discourse of diversity has been enunciated in the corporate realm. Such discourse is currently stated as human capital or human resource, it appears as a symbolic asset in the sphere of global trade and it is also operated as a kind of ballast that legitimizes the conversion of economic capital into political capital or political power. Although it is not the only way, the discourse of diversity is one of the means by which the exercising of public power by private agents, which capital is initially economic, has been legitimized, as in the case of nonprofit corporate institutes in the field of culture.*

Keywords: *discourse of diversity; nonprofit corporate institutes in the field of culture; conversion of economic capital into political power; contemporary Brazil.*

Apresentação: as múltiplas frentes de enunciação do discurso da diversidade

O discurso da diversidade se faz presente em diferentes esferas da realidade social, nas quais é enunciado por agentes distintos com interesses variados em meio a determinados jogos de forças. Ele é evocado por Estados quando do estabelecimento de políticas multiculturais e também por movimentos sociais que organizam suas demandas por direitos com base na noção de diversidade. Tal discurso é declinado ainda na esfera do mercado. Dada a centralidade que essa instância social adquire na contemporaneidade, nas páginas a seguir nos ocuparemos de descrever e analisar as maneiras pelas quais ele vem sendo operado no mundo corporativo e, de maneira correlata, no âmbito de institutos e fundações empresariais de cultura. Para analisar essas organizações de quase-mercado (Dardot; Laval, 2010), perpassaremos também a importância assumida pelo discurso da diversidade no seio de agências governamentais nacionais e de instituições transnacionais de cultura.

O estudo se debruça sobre três frentes de enunciação do discurso da diversidade, todas elas ligadas ao mundo corporativo, algumas de forma mais imediata, outras de modo mais mediado. Na primeira das frentes, a diversidade é concebida como *recurso* ou *capital humano*. Na segunda, a diversidade cultural aparece como *ativo simbólico* com valor econômico na esfera das trocas comerciais globais. Na terceira, a mais importante para os propósitos do artigo,

a diversidade cultural é operada como uma espécie de *lastro simbólico* que legitima a conversão de capital econômico em capital e poder políticos. O recurso a tal discurso é um dos caminhos que agências privadas ligadas a grandes corporações trilham para atuar de forma pública, fazer uso de recursos públicos e influenciar a agenda das políticas públicas de cultura. Embora não seja a via exclusiva,³ o discurso da diversidade é um dos meios pelos quais se busca justificar o exercício do poder público – no sentido da atuação pública e da influência dos rumos das políticas públicas do país – por agentes privados cujo capital é inicialmente econômico.

Em termos metodológicos, a pesquisa exploratória e qualitativa que baseou o artigo consistiu em revisão e análise bibliográfica, em investigação de dados quantitativos sobre a distribuição de recursos públicos para o fomento à cultura no país via leis de incentivo e em pesquisa exploratória sobre a atuação de fundações e institutos corporativos na área da cultura no Brasil contemporâneo. O cerne do estudo consistiu na análise de discurso de teor sociológico realizada a partir de materiais produzidos pelas instituições examinadas.

O artigo inicia-se com uma breve discussão sobre as relações entre diversidade e mercado, segue com a análise do forjamento histórico da diversidade como valor corporativo e recurso humano e passa em seguida à segunda face dos usos do discurso da diversidade, que a constrói como mercadoria simbólica no mercado mundial. O texto chega, então, a sua argumentação principal ao investigar as vias de legitimação da atuação pública de agentes privados por meio da agenda da diversidade cultural. Os usos do discurso da diversidade cultural por institutos empresariais de cultura se apresenta, então, como uma das formas pelas quais tais agências têm transformado capital econômico em poder político. A conclusão do artigo estabelece considerações a respeito do caráter potencialmente conservador do discurso da diversidade, uma vez que, em grande medida, ele foi construído historicamente como avesso ao conflito e refratário à luta política e tem sido operado atualmente como capital humano na esfera corporativa, como ativo econômico nas trocas comerciais mundiais e como capital simbólico e político na disputa desigual pelo poder.

3 Para uma análise de outros aspectos dessa conversão de capital econômico em capital e poder políticos consultar, da autora, o artigo A Definição Privada do Bem Público: a atuação de institutos empresariais na esfera da cultura, Caderno CRH, Salvador, v. 29, n. 78, Set./Dez. 2016, pp. 513-534.

Diversidade e mercado

É comum que nos deparemos com a afirmação de que a diversidade vem sendo cada vez mais incorporada pelo mercado. Essa espécie de clichê presente no senso comum baseia-se em um duplo postulado: por um lado, assume-se que o mercado seria o reino da homogeneidade, por outro, que a diversidade seria caracterizada por uma espécie de *essência* plural e heterogênea independente das forças econômicas. Carregadas de valores, tais premissas dividem as duas esferas, mercado e diversidade, em reinos antagônicos e supõem que o mercado macularia a diversidade. Essa argumentação, além de simplista, é equivocada por obliterar os processos sociais que colocaram a preocupação com a diversidade na proa da história. Conforme demonstraremos na sequência, a diversidade não repousava tranquila em sua imaculada pluralidade até que o “raio homogeneizador” do mercado a tenha atingido. Isso não quer dizer que o mercado seja um agente de promoção da diversidade, argumento enunciado por outras vozes, mas também recorrente no mundo contemporâneo.

As relações entre diversidade e mercado são mais complexas que isso. A própria noção de diversidade só adquire urgência histórica no bojo de disputas econômicas e políticas que ocorrem em diferentes âmbitos, alguns dos quais referidos ao que chamaremos de mercado. Contudo, além de o mercado não ser a única instância de enunciação do discurso da diversidade, a operação de tal discurso na esfera econômica não será monolítica. Ao contrário, ele será enunciado de diferentes maneiras, por atores distintos, com vários objetivos. Os discursos são práticas sociais que se enraízam socialmente e que ao mesmo tempo constroem o mundo social (Foucault, 2007; Fairclough, 2001). Nesse sentido, a construção da diversidade como valor e sua simultânea transformação em discurso hegemônico global envolvem forças sociais concretas, como veremos a seguir.

Diversidade como valor corporativo e recurso humano: do limão à limonada

A ideia de se “integrar a diversidade” aparece como uma resposta do mundo corporativo norte-americano às políticas de ação afirmativa que derivaram das lutas por direitos civis nos EUA, nas décadas de 1960 e 1970. Quando a contratação das chamadas “minorias” se tornou inevitável, a esfera da empresa buscou ultrapassar o conflito, absorvendo-o por meio do que passou a organizar como “gestão da diversidade”. A voz política que as minorias adquiriram a partir da década de 1960 não pode ser negligenciada nesse processo, nem os avanços sociais e políticos condicionados por ele. Ao mesmo tempo, não podemos esquecer que

as disputas políticas se dão em tensão entre forças frequentemente desiguais. Se, por um lado, tais disputas levaram à instituição de leis e de políticas afirmativas que objetivavam garantir o espaço das minorias na sociedade, por outro lado esse processo despertará iniciativas no sentido de sua despoliticização.

O desafio que se colocava para o mundo empresarial diante desse quadro era o de “deslocar a questão de um conflito político, incontrollável, para uma variável interna, funcional e controlável” (Alves; Galeão-Silva, 2004). Dá-se uma passagem da política à gestão. A diferença e a desigualdade entre indivíduos e grupos passam a ser concebidas como *diversidade*, que será operada, então, como uma dimensão técnica do mundo do trabalho, supostamente neutra politicamente (Roelofs, 2003; Löwy, 2008). Em face do argumento de que as ações afirmativas feriam o princípio meritocrático fundamental à livre-iniciativa, não tardou que aparecessem manuais dedicados a ensinar como a diversidade deveria ser gerida enquanto “recurso humano”, nos quais ela passou, então, a ser louvada como produtora, estratégica, lucrativa... As publicações da área da gestão asseveravam que a incorporação da diversidade aos recursos humanos da empresa significaria redução dos custos com rotatividade e absenteísmo, atração de talentos, sensibilização para as novas culturas que formam o mercado; aumento da criatividade e da inovação na empresa, da capacidade de resolução de problemas, da flexibilidade administrativa... No momento em que o chamado “capital humano” passa a figurar como o principal ativo econômico (Foucault, 2004; Lopez-Ruiz, 2007; Gorz, 2005), a diversidade concorreria para o melhor desempenho dos negócios (Cox Jr. e Blake, *apud* Alves; Galeão Silva, 2004). Os argumentos são antes técnicos do que éticos ou políticos.

No contexto das implicações sociais das lutas políticas por direitos civis, da descolonização, da crise de legitimação das grandes corporações quando do declínio do regime de acumulação fordista (Harvey, 1992), da contracultura e dos “novos movimentos sociais”, bem como da agenda do multiculturalismo que acompanhará a “virada neoliberal”, a gestão da diversidade será uma das frentes da nova atuação corporativa, em cuja pauta a noção de Responsabilidade Social, a partir de então, figurará. É nesse movimento que a diversidade passará a ser enunciada como valor no mundo corporativo. Nos EUA, o argumento em favor da diversidade a colocou como algo que enriqueceria a sociedade como um todo. Na conjuntura em que as empresas buscarão ser vistas como “cidadãs”, como socialmente responsáveis, como benéficas não apenas aos seus *shareholders*, mas também aos seus *stakeholders* (Fontenelle, 2013), a diversidade será vislumbrada também como um elemento de melhoria da imagem das empresas.

Em alguma medida, a contratação de trabalhadores negros, mulheres e deficientes – para nomearmos algumas das categorias sociais remetidas ao estatuto de “diversas” – será exigida por lei. E já que a lei precisa ser cumprida, porque não fazer disso uma “oportunidade”? Ademais, o mercado não funciona estrangido apenas por leis, mas também por padrões, normas e regras, o que faz com que práticas e discursos ligados à conotação positiva da diversidade passem a povoar o imaginário e o cotidiano corporativo em setores tão distintos, como Recursos Humanos, Marketing e Responsabilidade Social Corporativa. Na busca por diferenciar-se dos competidores, o recurso à diversidade poderia ser conveniente. Ainda, na busca por adequar-se a normas, discursos e práticas em uso no mercado, a adesão à diversidade chega a ser uma injunção para as empresas.

O discurso passa a ser tão disseminado no mundo corporativo que mesmo faculdades de administração, especialmente as que pretendem estar no topo de *rankings* globais, instituirão departamentos ou secretarias para “lidar com a diversidade”. O mundo anglo-saxão inaugura tais práticas, mas em razão da crescente isomorfia institucional global, a inserção e a gestão da diversidade acabarão por dar as caras inclusive em instituições educacionais de países nos quais a “integração do outro” fora historicamente concebida como benéfica somente para aqueles que são considerados *outros* ou *diversos* com relação a uma *norma*. Dito de outro modo, incentivada por normas de agências de atuação supranacional, como acreditadoras de *business schools*, uma espécie de padrão global de valorização da diversidade entrará em vigor mesmo em sociedades como a brasileira, em que a integração de minorias era concebida mais como ação caritativa do que como busca de determinado recurso humano.

Alguns exemplos são úteis para termos uma ideia mais clara de como a valorização da diversidade é atualmente enunciada no mundo corporativo global. Os *websites* da Microsoft e da Goldman Sachs, empresas selecionadas por operarem mundialmente e serem de áreas centrais no regime de acumulação atual, respectivamente tecnologia e finanças, nos fornecem elementos elucidativos. No *website* da empresa de tecnologia há uma parte chamada *Global Diversity and Inclusion* na qual se lê, ao lado da figura de uma jovem negra vestida com roupas coloridas, as frases “*Come as you are. Do what you love. Maximizing the contribution of every individual allows us to infuse diverse thought as a natural part of the way we innovate*”. Logo abaixo, há um *link* “*Meet Migela*”, que abre a página com a história da funcionária da Microsoft. Abaixo, há ainda um *link* para acessar dados sobre a demografia da mão de obra da empresa e, na sequência, apresenta-se a equação: “*Diversity + Inclusion = Success*”, sob a qual se lê “*In over 20 years of committed diversity and inclusion efforts we’ve learned that*

diversity is not a finite goal; it is a journey that requires constant self-assessment and recommitment".⁴ Na sessão *The Business of Inclusion* pode-se ler: "We strive to create an environment that helps Microsoft capitalize on the diversity of our people and the inclusion of ideas and solutions to meet the needs of our increasingly global and diverse customer base". Na sequência, apresenta-se o link para uma sessão chamada "follow our diversity journey".⁵

No website da Goldman Sachs exhibe-se um vídeo intitulado "Diversity - Making an Impact" abaixo do qual apresenta-se o seguinte texto:

Our culture, built on teamwork, excellence and diversity, provides opportunities for everyone to have an important impact on the building of our businesses. As a global business, our people come from all over the world and represent different nationalities, educational backgrounds and life experiences. We welcome their unique perspectives, their energy and ideas and their willingness to learn as well as to teach. We believe that working towards a more diverse workplace will both benefit the firm and help us to more successfully meet the needs of our clients. Our ongoing diversity efforts include a commitment to recruiting women, students from historically under-represented backgrounds, the lesbian, gay, bisexual and transgender (LGBT) population and those with disabilities. We also seek candidates from a broad array of academic disciplines and concentrations, such as liberal arts, applied math, sciences, and engineering. We have also established programs, internships, and scholarships designed to increase awareness of the firm and our industry among these groups. These programs vary by region. Please select a region to learn more.⁶

Na sequência há a opção de conhecer os programas nas Américas, Ásia e Europa, Oriente Médio e África. Ao clicar, descobrimos que a empresa conta com iniciativas como o *University & Business School Programs*, que incluem *scholarships* e *fellowships* com o intuito professado de "helping to attract Black, Hispanic and Native American undergraduate students to careers at Goldman Sachs" e de "increase the level of interest in and awareness of careers in the financial services industry among Black, Hispanic and Native American 1st-Year business

4 Disponível em: <<http://www.microsoft.com/en-us/diversity>>. Acesso em: 17 set. 2015.

5 Disponível em: <<http://www.microsoft.com/en-us/diversity/business-of-inclusion/default.aspx>>. Acesso em: 18 set. 2015.

6 Disponível em: <<http://www.goldmansachs.com/careers/why-goldman-sachs/diversity/index.html>>. Acesso em: 18 set. 2015.

school students”, por exemplo.⁷ A “inclusão da diversidade” passa a ser inclusive objeto de premiações.⁸ E a lista de *diversity awards* da Goldman Sachs é longa. A premiação mais recente nos serve de ilustração: “*Vault: Top 50 Banking Employers (September 2014)*” - #1 Best Banking Companies For Diversity; #1 Best Banking Companies for Individuals with Disabilities; #1 Best Banking Companies for LGBT Individuals.⁹

Como uma das implicações da globalização econômica é a instauração de padrões e normas mundialmente válidos (Michetti, 2015), a atuação das maiores empresas acaba definindo a regra para o mercado mundial. A autoridade exercida pelo padrão global faz com que, além de empresas de atuação global, empresas menores, de escopo nacional ou regional, também se vejam na incumbência de dançar de acordo com os passos marcados pelas maiores. Se no mercado mundial a diversidade é um valor, empresas brasileiras buscarão se adequar às práticas e discursos globais. Instituições como o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) e o Instituto Ethos são alguns dos atores que buscarão disseminar tais práticas globais de responsabilidade empresarial e valorização da diversidade entre empresas brasileiras.

Como um exemplo de como isso tem se dado, podemos lembrar que, na virada do milênio, o Instituto Ethos lançou a publicação intitulada “Como as Empresas podem (e devem) valorizar a Diversidade”. Distribuída gratuitamente aos associados do Ethos, a cartilha é sintomaticamente encontrada também no *website* do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES),¹⁰ principal agente público de fomento da atividade empresarial no Brasil. À época do lançamento do que foi chamado como “manual da diversidade”, a revista de economia e negócios Exame noticiou o fato com a matéria “Ensinando a ser diferente”. O trecho abaixo é válido pela nitidez com que dá a ver a enunciação do discurso global da diversidade no mundo corporativo brasileiro:

7 Disponível em: <<http://www.goldmansachs.com/careers/why-goldman-sachs/diversity/diversity-us.html>>. Acesso em: 19 set. 2015.

8 É interessante para nossa argumentação apontar que, durante a redação desse artigo, foi divulgada a primeira “lista de diversidade global”, organizada pela *Global Diversity Awards* e apoiada pela revista *The Economist*. A lista é assim apresentada: “The Global Diversity List, a comprehensive guide to the individuals who are putting diversity at the heart of human resources within the world’s biggest organisations”. Disponível em: <<http://www.globaldiversitylist.com/>>. Acesso em: 11 maio 2015.

9 Disponível em: <<http://www.goldmansachs.com/who-we-are/awards/diversity-awards.html>>. Acesso em: 14 maio 2017.

10 Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Institucional/BNDES_Transparente/Pro-equidade_de_genero/diversidade.pdf>. Acesso em: 14 maio 2017. O manual pode ser encontrado na íntegra também no website do Instituto Ethos.

O Instituto Ethos está lançando esta semana o seu manual da diversidade nas empresas. Diversidade, para quem não leu a recente reportagem de capa de EXAME sobre o assunto, é o incentivo à diferença dentro das organizações, pela contratação e valorização de representantes de diferentes grupos da comunidade, o que torna a empresa mais parecida com a sociedade à sua volta. O mundo corporativo vem investindo na busca da diversidade, nos últimos anos. Por vários motivos, entre eles dois em especial: 1) porque as empresas estão mais preocupadas com sua imagem, tanto interna quanto externamente; e 2) porque dá lucro. O manual do Ethos, uma organização sem fins lucrativos que visa promover a ética nas empresas, tem a pretensão de fornecer um roteiro para a busca dessa diversidade. Por um terceiro motivo, talvez o mais importante: porque é o certo. Leia alguns dos tópicos mais interessantes da publicação do Ethos, intitulada Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade: 60% dos casos de discriminação e racismo ocorrem no ambiente de trabalho, segundo estudo feito em São Paulo. Uma empresa americana que passou a empregar pessoas com deficiência viu a rotatividade no emprego cair de 80% para menos de 5% e a produtividade crescer de 70% para 95%. As 100 empresas dos Estados Unidos com melhores práticas de igualdade no emprego tiveram retornos de 18,3% ao ano, enquanto as 100 com as piores práticas tiveram retornos de 7,9%, segundo estudo de 1993. O programa de diversidade não deve ser concebido como uma iniciativa isolada. Ele pode ir contra interesses e gerar situações de resistência. Como a empresa pode incentivar a diversidade? O primeiro passo, segundo o manual, é acompanhar as informações sobre seus empregados, identificando as diferenças de tratamento sofridas por mulheres, negros ou outros grupos. Outra sugestão é avaliar os funcionários também pelo modo como conseguem trabalhar produtivamente com diferentes tipos de pessoas. Para medir os resultados do programa, é preciso definir os indicadores para poder ter dados confiáveis. Esses dados podem incluir: taxa de absenteísmo, taxas de rotatividade e retenção de talentos e custos associados a novas contratações; proporção de ofertas de empregos entre mulheres, negros ou outros grupos relevantes na região; penetração dos produtos da empresa em segmentos diversos do mercado; satisfação do cliente; produtividade; taxa de inovações (como o número de idéias propostas por empregados); custos de ações judiciais. (Como se vê, quase todos os itens têm impacto direto na lucratividade da empresa.) Que categorias de diversidade devem ser contempladas? O manual do Ethos

sugere algumas: gênero (discriminação contra mulheres), etnia (aí incluindo as discriminações contra imigrantes ou nordestinos), crenças e opiniões, idade e preconceito contra portadores de deficiência.¹¹

Percebe-se que, também no Brasil, a diversidade é endereçada em termos antes técnicos e estratégicos do que éticos ou políticos. Ela seria bem-vinda e necessária porque representaria ganhos de imagem e de capital, além de ser “o certo”. No corpo do próprio manual, cuja leitura integral é bastante elucidativa acerca das formas pelas quais a esfera corporativa concebe a diversidade, lê-se ainda:

Para as empresas, implementar eficazmente estratégias de diversidade da mão-de-obra pode ser um fator crítico para o sucesso dos negócios. As políticas de diversidade incrementam a competitividade, ao possibilitar às empresas usufruírem de todo o potencial resultante das diferenças positivas entre seus empregados. Também é crescente a tendência de valorização de marcas e bens produzidos por organizações que projetam uma imagem pluralista e de responsabilidade social.

O discurso é normativo e mesmo mandatório: as empresas não só podem, mas devem valorizar a diversidade sob pena de colocar em risco o próprio sucesso dos negócios. Afinal, as diferenças dos empregados, adjetivadas como “positivas”, seriam benéficas para a competitividade e para a valorização das marcas, em razão da “imagem pluralista” que as “estratégias de diversidade” permitiriam que as empresas “projetassem”.

Assim, com a iniciativa do Instituto Ethos, começa-se a perceber que também a esfera das organizações sem fins lucrativos ligadas ao mundo corporativo incorpora a pauta da diversidade como recurso humano. Esse fenômeno não se restringe ao Brasil, pelo contrário. Como um exemplo não exaustivo de como essa questão está inserida no cotidiano das fundações americanas, é suficiente apontar que um dos diretores de programa de uma importante fundação estadunidense com atuação global nos revelou em entrevista¹² que a fundação adota, há cerca de uma década, medidas formais para incentivar e *medir* a diversidade do seu quadro de funcionários, das pessoas e instituições que recebem as doações feitas pela fundação e ainda das pessoas beneficiadas pela atuação de tais instituições. Uma das medidas é o preenchimento obrigatório de formulários,

11 Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/724/noticias/ensinando-a-ser-diferente-moo45661>>. Acesso em: 14 maio 2017.

12 Os nomes não podem ser divulgados porque a entrevista, realizada em Nova York, em outubro de 2015, foi concedida à autora com a condição de permanecer confidencial.

que ele apelidou de “*diversity sheets*”, para todos os projetos financiados. Em tom de autocrítica, ele nos confiou que a fundação não faz nada com os formulários ou com os dados coletados e medidos, que o angariamento de informações sobre diversidade acaba sendo um procedimento formal, quase algo que se justificaria em si mesmo.

Para voltarmos à nossa caracterização das maneiras como o discurso da diversidade como recurso humano é enunciado pelo mundo corporativo no Brasil e, ainda, para tomarmos o exemplo de uma empresa específica, podemos recorrer ao caso da Petrobrás, constituída de capital público e privado. Em seu *website* há uma sessão chamada “Valorizando a diversidade” na qual se afirma que:

A Petrobras é movida pelo trabalho de pessoas de todos os continentes. Contamos com a diversidade de culturas, conhecimentos e talentos. Os valores adquiridos ao longo da nossa trajetória são uma de nossas maiores riquezas, às quais damos o nome de ativos intangíveis. São os fatores essenciais às empresas para criação de valor e diferencial competitivo, classificados como capital humano, organizacional, de relacionamento e domínio tecnológico. O respeito à diversidade humana e cultural e a não-discriminação são princípios essenciais para nós. Garantimos o direito à diferença, assegurando a cada trabalhador, independente de suas características, condições plenas para desenvolver seus talentos e potencialidades.¹³

Abaixo desses dizeres, é anunciado que “seguimos os princípios do pacto global da ONU”, sem especificar mais do que isso. Disso se depreende que grandes empresas, inclusive, nesse caso, em parte públicas, enunciam o mesmo discurso e parecem seguir uma espécie de padrão global acerca do valor da diversidade. Instâncias transnacionais, como a ONU, costumam ser evocadas pela esfera empresarial pois, por serem ao mesmo tempo globais e alheias à esfera estrita do mercado, elas emprestariam sua legitimidade às empresas que subcrevem seus princípios.

É patente, portanto, que a diversidade como recurso ou capital humano é professada como um valor positivo em várias instâncias do mundo corporativo. Ao mesmo tempo em que esse fenômeno é sintoma de um processo social real em que indivíduos e grupos historicamente discriminados podem aumentar seu espaço no mundo do trabalho, ele também indica a transformação da diversidade em discurso hegemônico e consensual, que tende a atrofiar a

13 Disponível em: <<http://www.petrobras.com/pt/meio-ambiente-e-sociedade/valorizando-a-diversidade/>>. Acesso em: 05 out. 2015.

face política da luta por igualdade e justiça social. Se a questão da diferença e, sobretudo, da desigualdade, contém um elemento potencialmente disruptivo para a organização da economia de mercado, a aposta corporativa na gestão da diversidade, ao “conter” – nos dois sentidos do verbo – a diversidade, acaba por neutralizar politicamente a pauta da desigualdade e da exclusão social.

Ademais, se as lutas políticas contra a exclusão, a discriminação e a desigualdade pretendem alcançar uma situação em que os historicamente discriminados e excluídos galguem espaços em condições equânimes e igualitárias – o que não implica a negação de especificidades –, o pressuposto da inserção via discurso da diversidade é que eles têm espaço justamente na medida em que são diferentes, já que sem a manutenção de sua diferença, sempre com relação a uma norma tácita, não haveria diversificação. Inclusive, a premissa é a de que pessoas de cores, fés ou órgãos genitais diferentes pensem de maneiras distintas e sejam dotadas de habilidades diferentes, acepção em si mesma bastante problemática. Ora, se a inserção se dá em razão e na medida de uma diferença vista como essencial, ela segue classificatória com relação a uma norma. Mas o problema social da diferença não é a diferença em si, senão o fato de que, como a diferença só é construída em relação, por oposição a um outro, sobre as diferenças é instaurada uma classificação social frequentemente hierárquica. Como a “gestão da diversidade” busca integrar a diversidade enquanto diversidade, essa concepção tende a rebatizar a diferença essencializada e hierarquizada como diversidade.

Logo, contrariamente ao que é assumido por concepções que acreditam que o mercado é avesso à diversidade, temos que o mercado busca promover a diversidade, ou, antes, a diversidade é o discurso de que o mercado lança mão para “conter” a diferença em seus próprios termos, absorvendo seu teor político, ao mesmo tempo pacificando-a e transformando-a em ativo econômico.

Diversidade cultural: anti-mercado ou anti-commodity?

O discurso mais específico da *diversidade cultural* também é enunciado em algumas instâncias de mercado, bem como por instituições públicas e por entidades de quase-mercado (Dardot; Laval, 2010). A noção de diversidade cultural adquire relevância histórica no seio de disputas sobre a liberalização do comércio global. Não que ela surja nesse momento. A antropologia cultural, ao tomar por tema o contato entre diferentes culturas, já tinha cunhado o termo décadas antes que as disputas econômico-culturais travadas a respeito do setor de cultura se acirrassem com o avançar do processo de globalização (Nicolau Netto, 2014).

Na década de 1990, diante das assimetrias comerciais implicadas na “globalização do mercado cultural”, países como França e Canadá buscaram proteger seus respectivos mercados domésticos da “supremacia cultural americana” lançando mão da ideia de “exceção cultural”, segundo a qual a cultura seria um setor *sui generis*, caracterizado não apenas pelo seu valor comercial, mas sobretudo por sua importância simbólica. A “tese da exceção cultural”, que marcou a “Rodada do Uruguai”, garantiu que o setor de audiovisual fosse excluído da Organização Mundial de Comércio (OMC). Contudo, a tese da exceção cultural era defensiva (Miguez; Barros; Kauark, 2014), tendo sido sucedida pela afirmação, mais positiva, da diversidade cultural como valor positivo e inegociável. Esse processo de negociação acerca dos bens e serviços culturais no âmbito das instituições multilaterais de comércio é bem conhecido (Mattelard, 2007; Nicolau Netto, 2014; Lopes, 2015) e o que nos interessa destacar dele é que é justamente no âmbito de disputas econômicas que a noção de diversidade cultural viceja globalmente.

Desses embates ecoam a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural e a Convenção de Proteção e Promoção da Diversidade Cultural, lançados pela UNESCO respectivamente em 2001 e 2005, dos quais os EUA, maior exportador de bens e serviços culturais do planeta e, portanto, o maior interessado na liberalização do comércio cultural global, não seriam signatários (Chan-Tibergien, 2006; Vieira, 2009). Os documentos da UNESCO são sintomáticos do que Renato Ortiz (2007, 2015) chama de “uma virada de humor dos tempos”. No contexto contemporâneo, os universais serão contestados e, de maneira aparentemente paradoxal, a diversidade será estabelecida como valor universal. Na situação de globalização/mundialização (Ortiz, 1994), a homogeneidade será concebida como ameaça, o que recrudescerá o fenômeno de valorização da diversidade. No mesmo momento, os mercados de consumo cada vez mais buscam diferenciar-se. O “negócio da diversidade” pode trazer dividendos não negligenciáveis, na medida em que a diversidade cultural será oferecida como anti-commodity no mercado mundial de bens e serviços simbólicos. Isso pode ser percebido ao menos desde a virada do século em setores como moda (Michetti, 2009, 2015) e música (Nicolau Netto, 2009), por exemplo.

É importante retomarmos de modo mais sistematizado essas formas de operação do discurso da diversidade no âmbito do mercado para percebermos sua generalização e, ao mesmo tempo, suas especificidades. Contudo, nos interessa ainda explorar um outro fenômeno em andamento. Atualmente, o discurso da diversidade cultural tem sido um dos vetores a partir do qual alguns agentes têm transformado capital econômico em capital e poder políticos. Isso, entretanto, não ocorre sem mediações.

A conversão de capital econômico em poder político

Em sociedades que se pretendem democráticas, o exercício do poder precisa ser legítimo. A concentração de capital econômico tende a possibilitar alguma monta de poder sobre a vida pública, mas esse poder não é imediatamente legítimo, ao contrário. *Lobbies*, financiamento empresarial de campanhas, corrupção, as várias formas pelas quais o capital econômico busca acessar o poder político costumam ser condenadas em sociedades democráticas. Há, entretanto, outras maneiras pelas quais os agentes que concentram capital econômico buscam influenciar os rumos coletivos de domínios, como educação e cultura, por exemplo. Fundar instituições privadas sem fins lucrativos para atuar publicamente é uma delas.

A história da filantropia no mundo é vasta e escapa aos desígnios desse artigo. No Brasil, o surgimento de fundações e institutos privados avoluma-se no fim dos anos 1980. (Landin, 1998). A conjuntura mundial e as especificidades da história nacional se somam no desenho das feições que esse setor adquirirá no país. Em termos mundiais, a derrocada da experiência socialista e a crise econômica que levou à transição para o regime de acumulação flexível criam as condições para que se concebesse uma “Terceira Via”. Em sentido convergente, passa a fazer sentido a ideia de “Terceiro Setor”, que agremiaria as virtudes do Estado e do Mercado sem sofrer dos males que os acometeriam. Entre nós, tais instituições parecem nascer com dupla fonte de legitimidade. Elas são “sociedade civil” no momento em que mundialmente se depositam as esperanças nessa instância e, no contexto brasileiro pós-ditadura, elas são agentes não estatais a ocupar-se da “coisa pública”.

Como o que nos interessa são as vicissitudes do discurso da diversidade cultural, nos importa perscrutar a atuação de organizações sem fins lucrativos ligadas a empresas e voltadas à área da cultura. Depois de duas décadas de censura, a intervenção do Estado na esfera cultural era observada com desconfiança pela sociedade (Rubin, 2013; Fernandes, 2012) e, no bojo da chamada Reforma do Estado, este atribuirá a instâncias privadas parte não negligenciável do destino da cultura no país.

Dada essa conjuntura, tais instituições vêm à luz em uma complexa composição com o Estado em um momento em que a “sociedade civil” era chamada a compor a recém redemocratizada república. Por isso mesmo, ao mesmo tempo em que elas se aproximam do poder público, buscam se diferenciar dele. Na mesma direção, boa parte delas é ligada a grandes grupos empresariais e sua aproximação e diferenciação com relação a eles se dão de forma sinuosa. Essa delicada composição é tarefa típica ao chamado “terceiro setor”, que, para posicionar-se, precisa distanciar-se tanto do Mercado quanto do Estado e, no entanto, raramente pode se afastar dessas instâncias (Michetti, 2016).

Buscaremos demonstrar a seguir como a agenda da diversidade cultural será encampada por instituições privadas que atuam de forma pública. Para tanto, é preciso que vejamos, antes, como o discurso da diversidade cultural será eleito o mote basilar do principal órgão público de cultura do país, o Ministério da Cultura.

O MinC e a agenda da diversidade cultural

O Ministério da Cultura (MinC) é contemporâneo da redemocratização, tendo sido criado em 1985. Seus primeiros anos são de instabilidade institucional e todos os seus anos têm sido de carência de recursos. O MinC é extinto na gestão de Fernando Collor, voltando a existir na gestão seguinte. Quanto aos recursos para o fomento à cultura, em consonância com o que ocorria em outras partes do mundo (WU, 2006), a primeira lei de incentivos fiscais foi a Lei Sarney (Lei Federal n. 7.505), aprovada em 1986 e também revogada por Collor. Sob pressão, o presidente que sofreria um *impeachment* sancionou a Lei n. 8.313/91, que ficaria conhecida pelo nome do ministro da cultura da época. A “Lei Rouanet” estabelecia o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que ampliava alguns mecanismos da Lei Sarney e estabelecia o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART, que nunca foi implantado), o Fundo Nacional da Cultura (FNC, gerido pelo Ministério da Cultura, mas com poucos recursos) e o incentivo via renúncia fiscal para patrocínios e doações a projetos culturais, modalidade conhecida como “mecenato”. (Ponte, 2012, Rubin, 2007, Bolaño; Mota; Moura, 2012).

Sob FHC, o MinC assumiria a concepção da cultura como negócio, em voga também nos ditos países capitalistas avançados. A publicação intitulada *Cultura é um Bom Negócio*, lançada pelo MinC em 1995, resume a concepção-guia da instituição no período (Augustin, 2011). A cartilha, endereçada principalmente ao mundo empresarial, divulgava a Lei Rouanet e elencava as vantagens de apoiar as artes. Com semelhanças evidentes com o material inglês de propósito semelhante, chamada *The arts are your business*, o material nacional afirmava que

Experiências conhecidas de empresas que investem com regularidade em atividades culturais comprovam o retorno satisfatório desse tipo de *marketing*, tanto em termos institucionais como, em alguns casos, inclusive na alavancagem de produtos. Este resultado, aliado aos benefícios fiscais faz da parceria iniciativa privada/produtor cultural um mercado promissor, só comparável ao mercado publicitário. [...] Isto é que faz do investimento em cultura um bom negócio” (Brasil, 1995, p. 7 *apud* Augustin, 2011).

Sob Lula, o MinC dirigido por Gilberto Gil apostará na concepção de cultura que a vincula a desenvolvimento. Por assumir que a cultura tem três dimensões, uma simbólica, uma cidadã e outra econômica (Ministério da Cultura, 2013 – metas do PNC), o MinC buscará conciliar essas facetas que frequentemente apresentam incompatibilidades e tensões. No contexto em que as noções de “economia da cultura” e “economia criativa” ganham proeminência, o MinC atualiza a concepção econômica da cultura, sem romper com ela. A partir de então, buscou-se atribuir à pressuposta diversidade cultural brasileira o papel de ativo simbólico com potencial econômico. A diversidade cultural seria valor simbólico universal e, por isso mesmo, poderia ser também veículo de valorização econômica, de geração de renda, de desenvolvimento local, bem como de promoção mundial dos bens e serviços culturais brasileiros. Ruy Sardinha Lopes (2015) afirma que “o Programa para a área cultural e os primeiros anos do governo Lula, com o ministro Gilberto Gil à frente da pasta, trarão em seu escopo a marca da defesa da singularidade dos bens culturais e da defesa da diversidade cultural”.

Essa incorporação da diversidade na agenda pública da cultura no Brasil liga-se à história nacional, mas também se vincula ao movimento mundial de valorização da diversidade. A história de como a questão da diferença se colocou no Brasil é longa e cheia de nuances. Já a diversidade é valor mais recente e ele será acoplado ao cabedal de formas pelas quais o país lidou historicamente com a diferença (Michetti, 2014; 2015). É interessante ressaltar que os primeiros documentos da UNESCO que tem o tema por objeto central aparecem alguns anos antes da formulação do plano nacional de cultura. É relevante apontar ainda que esse movimento tem mão dupla, no sentido que, por um lado, o Brasil buscará se adequar aos documentos propostos pela UNESCO, por outro, o país também influenciou as discussões sobre diversidade estabelecidas ao longo de anos no seio da agência de cultura da ONU (Vieira, 2009, Lopes, 2015).

E se desde a constituição de 1988 o poder público federal já se colocava a questão da “promoção e preservação da arte e da cultura afro-brasileira”, que se manifesta na criação da Fundação Cultural Palmares,¹⁴ vinculada ao próprio MinC, é apenas nos anos 2000 que a noção de diversidade cultural marcará a pauta da FCP.¹⁵ Na época à frente do MinC, Gilberto Gil assina nela um artigo chamado “Diversidade Cultural, identidade e resistência”.

14 Disponível em: <http://www.palmares.gov.br/?page_id=95>. Acesso em: 14 maio 2017.

15 É interessante perceber que a primeira edição da revista da instituição, de 2005, traz a expressão “diversidade” 23 vezes em suas 96 páginas. Disponível em: <<http://www.palmares.gov.br/wp-content/uploads/2011/02/revista01.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2017.

A centralidade que a noção de diversidade cultural adquire no MinC se coloca de maneira contundente no Plano Nacional de Cultura. O primeiro princípio evocado na lei n. 12.343, de 2 de dezembro de 2010, que institui o Plano, é “liberdade de expressão, criação e fruição”, assunto sempre candente em países que experimentaram regimes de censura ditatorial. O segundo princípio que rege a lei é a “diversidade cultural”. Considerando-se o corpo da lei e seu anexo sobre diretrizes, estratégias e ações, a palavra “diversidade” aparece 35 vezes e a expressão “diversidade cultural” é evocada 16 vezes. Além disso, ela é arrolada como o primeiro objetivo do PNC: “São objetivos do Plano Nacional de Cultura: I – reconhecer e valorizar a diversidade cultural, étnica e regional brasileira”.

Essa proeminência pode ser percebida também nas “metas do plano nacional de cultura”. Na última edição do documento, de 2013, a palavra diversidade aparece não menos que 82 vezes. A expressão diversidade cultural aí figura 41 vezes. A terceira das 53 metas estabelecidas pelo PNC se intitula “Cartografia da diversidade das expressões culturais realizada em todo o território brasileiro”, e estatui que:

O mapa pretende revelar a diversidade cultural em todo o território nacional, completando o que já existe de mapeamentos, estudos e pesquisas sobre a diversidade cultural brasileira. A cartografia da diversidade cultural brasileira deve abarcar as especificidades culturais de cada estado e todas as expressões do patrimônio artístico e cultural brasileiro (material e imaterial). Isso significa que serão mapeadas tanto as expressões das linguagens artísticas (teatro, dança, circo, artes visuais, música, entre outras), como aquelas de grupos sociais representantes de vários segmentos de nossa diversidade. Entre esses segmentos estão: povos de terreiro; povos indígenas; ciganos; culturas populares; imigrantes; lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBTs); mulheres; pessoas com deficiência ou transtornos psíquicos; mestres de saberes e fazeres tradicionais; crianças, jovens e idosos.¹⁶

Vale lembrar que a definição de diversidade cultural que o MinC considera para a produção do mapa é a da própria UNESCO, a qual, como registramos acima, foi de sua parte influenciada por agentes brasileiros.

É notório, portanto, que a diversidade cultural é valor central no PNC. Este documento, que coloca como princípio a “responsabilidade dos agentes públicos

16 Disponível em: <http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2013/12/As-metas-do-Plano-Nacional-de-Cultura_3%C2%AA-ed_espelhado_3.pdf>. Acesso em: 25 set. 2015.

pela implementação das políticas culturais”, também elenca como princípios a “colaboração entre agentes públicos e privados para o desenvolvimento da economia da cultura” e a “participação e controle social na formulação e acompanhamento das políticas culturais”.¹⁷ Logo, percebe-se que o Estado se coloca como o responsável pela implementação das políticas públicas, mas reedita o lugar da chamada “sociedade civil” nas políticas de cultura.

Na longa ausência de uma política nacional de cultura, as leis de incentivo em vigor foram muito criticadas, pois ao invés de serem parte de uma política mais ampla, acabaram por ser um sucedâneo dela. Com o PNC de 2010, era de se imaginar que tais leis passariam por uma reformulação significativa, o que ainda não ocorreu. Sem mexer em interesses estabelecidos em torno da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual (Sarkovas, 2005; Olivieri, 2004), o MinC formulou outras políticas, como o Cultura Viva, em busca de retificar a admitida concentração de recursos simbólicos e materiais estimuladas pelas referidas leis, (Medeiros, Alves, Farah, 2015). Também para isso recorreu-se à noção de diversidade cultural, pois uma das maneiras de se “compensar” a concentração implicada na Lei Rouanet foi a criação, em 2012, da Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural, cujas atribuições seriam “implementadas por intermédio do Programa Cultura Viva” e cujo objetivo seria “fortalecer o protagonismo cultural da sociedade brasileira, valorizando as iniciativas culturais de grupos e comunidades excluídas e ampliar o acesso aos bens culturais, principalmente no apoio a projetos de espaços culturais denominados Pontos de Cultura [...]”.¹⁸

A Revista do MinC, publicação editada desde 2013, também dá notícias da preeminência conferida à noção de diversidade cultural pela instituição. Em suas 5 edições, além de textos sobre manifestações culturais específicas consideradas locais e diversas, há artigos como “Diversidade cultural em alta”, “Cidadania e diversidade sexual”, “Loucos pela diversidade” e o número 4 do periódico é dedicado integralmente a “A TEIA Nacional da Diversidade, encontro dos pontos de cultura e das redes da diversidade que integram o programa Cultura Viva”.¹⁹

Como um último exemplo da força do discurso da diversidade junto a instâncias do poder público no Brasil, bem como do protagonismo do país na

17 Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12343.htm>. Acesso em: 25 set. 2015.

18 Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/cidadaniaediversidade>>. Acesso em: 14 maio. 2017.

19 As edições podem ser consultadas no link disponível em: <http://www.cultura.gov.br/publicacoes/-/asset_publisher/xadX30KvTsLq/content/revista-do-mi-1/10883>. Acesso em: 21 set. 2015.

transformação da diversidade cultural em discurso global, é interessante apontar que, em junho de 2015, o país passou a integrar o Comitê Intergovernamental da Diversidade Cultural da Unesco.²⁰

Fundações e institutos empresariais de cultura e o discurso da diversidade

Conforme apontamos anteriormente, as vias da transformação de capital econômico em poder político são labirínticas. Indicamos também que a concentração de poder em sociedades laicas e democráticas busca ser legítima. Provavelmente por isso – pese-se também as obrigações legais, os incentivos econômicos e as vantagens em termos de imagem – todas as empresas que figuram entre as maiores companhias brasileiras têm programas de apoio à cultura.²¹ De acordo com dados da Forbes, em 2014 as cinco maiores eram Itaú Unibanco Holding, Banco Bradesco, Banco do Brasil, Vale e Petrobras.²² Esse rol poderia ser estendido,²³ mas se focarmos apenas no primeiro grupo de empresas, já teremos uma situação sugestiva sobre o fenômeno em tela, visto que dois dos mais conhecidos institutos privados de cultura em atuação no país, o Itaú Cultural e o Instituto Moreira Salles, se originam de empresas do grupo Itaú Unibanco.

Conforme anotamos anteriormente, tais instituições sem fins lucrativos, chamadas geralmente no Brasil de institutos, são criadas no país no fim da década de 1980. O Instituto Cultural Itaú é fundado em 1987 e o IMS, em 1992. Eles nascem com a redemocratização, mas também com as primeiras leis de incentivo à cultura via renúncia fiscal, elas mesmas contemporâneas da disseminação mundial do ideário neoliberal que previa que o Estado deveria ceder mais espaço para a chamada governança da sociedade civil.

O Instituto Itaú Cultural será tomado como exemplo heurístico do processo em análise em razão da relevância que alcançou no Brasil contemporâneo. Além disso, trata-se da instituição sem fins lucrativos que mais se beneficia das leis de incentivo à cultura no país. Sua atuação nos serve como uma espécie de lente de aumento para percebermos o atual fenômeno de transformação de capital econômico privado em influência pública por meio, entre outras coisas, do discurso da diversidade cultural.

20 Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cultura/2015/06/brasil-passa-a-integrar-comite-da-diversidade-cultural-da-unesco>>. Acesso em: 14 maio 2017.

21 Para um estudo mais detalhado sobre isso consultar, da autora, o artigo CRH.

22 Disponível em: <<http://www.forbes.com/global2000/list/#country:Brazil>>. Acesso em: 14 maio 2017.

23 Para mais detalhes, consultar, da autora, o artigo a ser publicado na Revista do CRH.

Tabela 1: Maiores proponentes de projetos de Mecenato do MinC – pessoas jurídicas sem fins lucrativos (em R\$ desde o início da vigência da lei)

Proponente	Solicitado	Aprovado	Captado
Instituto Itaú Cultural	611,594,144.07	540,412,314.36	387,414,526.81
Fundação Orquestra Sinfônica Brasileira	361,324,452.87	267,845,979.84	177,851,796.30
Fundação Roberto Marinho	361,410,426.81	268,173,393.22	177,790,469.03
Museu de Arte Moderna de São Paulo	343,546,496.05	274,327,183.33	121,314,134.37
Fundação Bienal de São Paulo	390,721,700.14	273,085,901.06	118,175,291.32

Fonte: SalicNet/ MinC

O Itaú Cultural, como é conhecido comumente no país, foi criado como “associação civil sem fins econômicos ou lucrativos”, em 1987, pelo associado instituidor Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., tendo como associados mantenedores as sociedades controladas pelo grupo empresarial.²⁴ Nasce dois anos depois do MinC e um ano após a primeira lei de incentivo à cultura via renúncia fiscal. Desde 1996, ele tem proposto anualmente um Plano de Atividades que vem sendo custeado desde então por meio de renúncia fiscal que o Estado brasileiro concede, via Lei Roaunet, às empresas do grupo Itaú, que repassam os valores ao braço cultural do grupo.

O vocabulário empregado para descrever o objeto e missão da instituição no seu estatuto de fundação faz menção à preservação do “patrimônio cultural do país”, a “arte e cultura brasileiras” e a “participação e inclusão social e cultural de todos os cidadãos”. O léxico nacionalista faz bastante sentido se lembrarmos que a renúncia fiscal diz respeito a impostos que seriam pagos no país e empregados em âmbito nacional. Em princípio, uma organização sem fins lucrativos pode ser beneficiária de incentivos fiscais se sua atuação contemplar a coletividade como destinatária final dos recursos. Além disso, em razão da expressividade dos recursos disponibilizados para empregar na área da cultura, alguns dos agentes privados sem fins lucrativos, como o próprio Itaú Cultural, exercem influência sobre as políticas culturais no país, de modo que sua atuação precisará fazer face aos objetivos mais gerais dos órgãos públicos. Nesse sentido, eles buscarão contemplar o caráter necessariamente nacional de suas obrigações.

Embora o termo diversidade não conste do documento fundador do Itaú Cultural, a expressão teria sido evocada no discurso proferido pelo presidente do grupo empresarial, por ocasião da abertura do Instituto ao público, em 1989, segundo a publicação lançada por ocasião do 26º aniversário da entidade, em 2013. Assim teria se pronunciado Olavo Egydio Setúbal:

24 Estatuto Instituto Itaú Cultural.

[...] as empresas Itaú atribuíram ao Instituto Cultural, que leva o seu nome, três grandes objetivos básicos:

- valorizar a diversidade das experiências culturais da nossa sociedade heterogênea, complexa e caracterizada por fortes contrastes sociais, setoriais e regionais;
- apoiar, com base numa moderna estrutura audiovisual, a divulgação das manifestações culturais que, resultando dos diferentes modos de agir e pensar da população brasileira, contribuam decisivamente para a expansão das liberdades de expressão, de iniciativa e de criação artística ou intelectual;
- contribuir para a emergência de políticas culturais plurais e paralelas às desenvolvidas pelo Estado, na consciência de que as sociedades abertas requerem, para sua própria vitalidade, entrechoques de opiniões, críticas e reflexões sob a forma de símbolos culturais.²⁵

O primeiro dos objetivos declarado pelo fundador da instituição consiste na valorização da diversidade, expressão que curiosamente teria aparecido no discurso do fim da década de 1980, antes da apoteose do discurso da diversidade que assistiríamos anos mais tarde. Esse pode ser um indício da atuação desse agente na construção histórica da diversidade como discurso hegemônico, mas essa pista não poderá ser seguida no escopo desse texto. O termo é sintomaticamente evocado no contexto da enunciação dos “contrastos” existentes no país, ou seja, aparece em sua acepção de *conter*, nos dois sentidos do verbo, a diferença e a desigualdade. O objetivo seguinte traz a preocupação com a liberdade de expressão, tema mandatário na conjuntura de redemocratização, e também emprega o vocabulário que busca abranger a nação, além de fazer menção à estrutura audiovisual do grupo empresarial ainda no fim dos anos 1980, um dos motivos frequentemente evocados para a sua atuação pública. O terceiro objetivo arrolado tem por tema a influência em políticas culturais para além do Estado, manifestando explicitamente o propósito público do Instituto. Para levar tal propósito a efeito, a instituição parece buscar cingir os valores principais enunciados pelo principal órgão público de cultura do país, visto que a associação objetiva e simbólica com o poder público concorreria para a legitimação de atores privados com atuação pública, ao menos em sociedades nas quais o Estado é historicamente agente forte.

Nesse sentido, no contexto mais recente as instituições corporativas sem fins lucrativos parecem se endereçar às metas do PNC. Por buscar atuar

25 Itaú Cultural, 2013.

publicamente e influenciar políticas públicas, os valores constituintes das diretrizes públicas para a cultura, – elas mesmas definidas em diálogo com organizações da sociedade civil, institutos privados inclusive –, se inscrevem na atuação do Itaú Cultural. Um exemplo patente de como isso tem ocorrido pode ser encontrado no chamado *Programa Rumos*. Criado no ano do *boom* da Lei Rouanet (Olivieri, 2004), o programa tem sido, desde 1997, “o principal meio de apoio do Itaú Cultural à cultura brasileira”. O objetivo professado do programa de editais “sempre foi valorizar a *diversidade brasileira*, estimular a criatividade e a reflexão sobre a cultura em nosso país e premiar artistas e pesquisadores de várias áreas” [destaques nossos].²⁶ Mais uma vez, o valor principal declarado é a diversidade e a escala de atuação seria a nação.

Lançado em 2006, o *Observatório Itaú Cultural* parece ser mais uma das iniciativas destinadas a ocupar o espaço social destinado à sociedade na formulação de políticas culturais e aos agentes privados no desenvolvimento da “economia da cultura”. Seu foco estaria na “gestão, na economia e nas políticas culturais”, mas para nosso argumento interessa analisar a publicação editada pelo programa desde 2007, chamada *Revista do Observatório*, que traz como temas principais, já em sua segunda edição, a “Convenção da Diversidade Cultural”, reproduzida na íntegra, e o “Mapeamento de pesquisas sobre setor cultural”, trazendo ainda textos sobre economia da cultura, gestão cultural e sobre a relação entre cultura, política e desenvolvimento. Os sumários das 18 edições encampam a pauta tríptica do MinC dos últimos anos. Para nossa reflexão, é relevante destacar que, até o momento da escrita desse texto, a publicação trazia o termo *diversidade* em todas as suas edições. Os primeiros números já citados seriam suficientes para tirarmos algumas conclusões relevantes, mas é interessante ressaltar que o Volume 8 da revista toma novamente por foco a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais da UNESCO. Em suas 180 páginas, a palavra *diversidade* aparece não menos que 435 vezes e a expressão *diversidade cultural*, 235 vezes.

Tal “número temático da revista *Observatório Itaú Cultural*” foi fruto de uma “parceria com o Observatório da Diversidade Cultural e a Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural, do Ministério da Cultura (SID/MinC)”. Dividida em seções e mais longa que o habitual, a edição traz colaborações de quadros do MinC, inclusive da Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural, da UNESCO, de pesquisadores ligados a universidades brasileiras e ainda de intelectuais de cinco diferentes países, além da contribuição de jornalistas e artistas.

26 Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/conheca/programa-rumos/>>. Acesso em: 14 maio 2017.

A publicação pode ser tomada como uma metonímia do funcionamento mais amplo de algumas das instituições culturais sem fins lucrativos ligadas a empresas no Brasil contemporâneo, assim como do Instituto Itaú Cultural, de maneira mais específica. Ela busca costurar atores, instituições e esferas sociais distintas, assumindo um papel do anfitrião que entretém diferentes agentes e articula atores públicos e privados de escopo nacional e supranacional. Esse papel parece se sustentar porque o Instituto se coloca como um dos responsáveis por angariar informações sobre manifestações culturais que ocorrem em âmbito local, afinal, a instituição se posiciona como um dos agentes hábeis à tarefa de “catalogar” a nação. A *Enciclopédia Itaú Cultural*, por exemplo, reúne e classifica informações de diferentes bases de dados do Itaú Cultural, desde 1987, sobre “artes visuais, arte e tecnologia, literatura, teatro, cinema, dança e música (estas três últimas em elaboração) produzidos no Brasil.” Além disso, o *Rumos*, em seu funcionamento, também prevê a coleta de informações e a realização de estudos sobre as manifestações culturais locais.

Ao se colocar a tarefa de recolher e catalogar um saber considerado valioso, que ao mesmo tempo é por ela produzido e classificado como tal, o Itaú Cultural parece legitimar-se perante os órgãos de promoção e proteção de diversidade, indo também ao encontro dos objetivos estabelecidos pelo órgão maior de cultura do país, afirmando-se, ainda, como um ator legítimo aos olhos do poder público nacional.

O Instituto Itaú Cultural foi tomado como exemplo heurístico de como o discurso da diversidade é elencado como valor e passa a operar como uma espécie de legitimador da transformação de capital privado em capital político e poder público, mas não é o único. Podemos mencionar, a título de exemplo - e para ficarmos na nossa restrita lista das maiores empresas -, que a Fundação Vale também elenca a diversidade em seu conjunto de valores. No *website* da instituição, que tem a cultura como uma de suas áreas de atuação, é estatuído que “A atuação da Fundação respeita as identidades culturais locais e é baseada em seis valores: ética, transparência, comprometimento, corresponsabilidade, respeito à diversidade e *accountability*”. A Fundação Roberto Marinho, que aparece igualmente na lista das maiores proponentes de projetos a serem custeados com renúncia fiscal, também elenca o “respeito às diferenças” entre os seis valores da instituição e garante: “Valorizamos a pluralidade e a diversidade como base da convivência ética e solidária, elementos essenciais de nossa identidade”.²⁷ Vale salientar que essa transformação da diversidade em valor não é exclusi-

27 Disponível em: <<http://www.frm.org.br/a-fundacao/>>. Acesso em: 09 set. 2015.

va a organizações sem fins lucrativos ligadas a empresas. Fundações públicas pronunciam-se de maneira semelhante. Isso pode ser percebido no caso óbvio da Fundação Cultural Palmares, mas também as fundações ligadas a empresas públicas, como o Centro Cultural Banco do Brasil e a Caixa Cultural, enunciam igualmente a diversidade como um dos seus valores fundamentais.

O discurso da diversidade é hoje um dos pilares sobre o qual se sustenta a legitimidade de agentes de cultura que atuam publicamente, sejam eles públicos ou privados. Nesse sentido, ele pode escamotear as diferenças entre essas instâncias. Não que *público* seja sinônimo de *estatal* ou a “coisa pública” seja ou deva ser monopólio do Estado, ao contrário. Mas afirmar que a “sociedade” deve ser protagonista ou ao menos tomar parte na definição do andamento de áreas como a cultura é diferente de supor que instituições privadas ligadas a grandes grupos empresariais assumam os “rumos” da cultura no país. Elas certamente são parte da sociedade brasileira, sendo, inclusive, sobrerrepresentadas nas instâncias decisórias. Porém, dado que a envergadura da posição pública que assumem corresponde aos capitais econômicos e simbólicos concentrados de que dispõem, elas não podem ser consideradas porta-vozes “da sociedade”. Elas falam por si mesmas. A voz e o lugar de fala de tais instituições, ainda que os consideremos válidos, não coincidem com as vozes de uma sociedade desigual como a brasileira.

Considerações finais: o discurso da diversidade, as vozes dissonantes e o coro dos contentes.

Como práticas sociais, os discursos são resultados e condicionantes de jogos de forças em tensão. Os sentidos e os usos que se tornarão hegemônicos em cada formação discursiva dependem das posições dos atores em disputa, de seus capitais acumulados, de sua capacidade de exercer, reivindicar ou questionar o poder. Isso não significa, contudo, que os termos são neutros e os enunciados ficam à espera de serem apropriados por sujeitos distintos com interesses variados. Ao contrário, ao mesmo tempo em que os sujeitos se constroem na própria construção discursiva, sempre política, os discursos, por serem conformados e transformados socialmente, “tendem” para lados determinados. À medida em que são forjados e que sua história se desenrola, suas potencialidades vão sendo cristalizadas.

Como nos lembra Foucault (2007), não se pode falar de qualquer coisa em qualquer momento histórico. Os discursos são gestados histórica e socialmente. Isso é válido para o discurso da diversidade. Assim, é importante que retomemos a pergunta sobre quem tinha boas razões para proferir tal discurso e, ainda,

quem estava em posição de considerá-lo e construí-lo como verdadeiro nos termos em que ele foi assim construído.

As disputas em torno das maneiras pelas quais diferenças étnicas, culturais, de gênero, de orientação sexual, entre outras, foram e são concebidas e operadas não são unilaterais. Elas não foram, nem poderiam ser, inteiramente subsumidas pelo mercado. A diferença não poderia ser monopolizada pela economia, posto ser irredutivelmente política. No entanto, o discurso da diversidade, uma das múltiplas declinações históricas da questão da diferença, tende a assumir um caráter predominantemente consensual e potencialmente conservador. Embora forjado em meio a tensões, ele é, em boa medida, erigido como avesso ao conflito e refratário à luta política. No mundo contemporâneo, ele é operado pelo mundo corporativo como capital humano, como ativo de valor comercial global e, ainda, como via de acesso a capital político e simbólico na disputa desigual pelo poder.

Afirmar isso não é negar que a noção de diversidade teve ou tenha algum potencial positivo para as ações políticas em prol da superação da discriminação e da exclusão. Entretanto, se considerarmos as vicissitudes do discurso da diversidade, é possível que, ao afirmá-lo, vozes que seriam de outro modo dissonantes acabem por legitimar e representar interesses que não são seus. Enquanto sentidos sociais, os discursos são construídos como verdadeiros de acordo com poderes desigualmente distribuídos (Bourdieu, 2002; Foucault, 2007). Assim, ao nos depararmos com discursos hegemônicos, é mais que razoável que nos perguntemos como e porque eles se tornaram verdadeiros, ou, ainda, como certas verdades inquestionáveis foram construídas como tal em detrimento de outras. Além de ganhos em termos de conhecimento sociológico, isso é politicamente relevante porque evita que vozes dissonantes acabem por ecoar o coro dos contentes. Se sociologicamente é importante discernir como um jogral de diferentes vozes o que o senso comum ouve com um coro harmônico, politicamente é crucial conseguir reconhecer, no jogral, sua própria voz.

Referências

- ALVES, Mário Aquino; GALEÃO-SILVA, Luis Guilherme. A crítica da gestão da diversidade nas organizações. *RAE*, n. 21, jul./set. 2004. pp. 20-29.
- AUGUSTIN, André Coutinho. O neoliberalismo e seu impacto na política cultural brasileira. II Seminário Internacional Políticas Culturais. Fundação Casa de Rui Barbosa, 2011.

- BOLAÑO, César; MOTA, Joanne; MOURA, Fábio. Leis de incentivo à cultura via renúncia fiscal no Brasil. In: CALABRE, Lia (Org). *Políticas culturais: pesquisa e formação*. São Paulo, Itaú Cultural; Rio de Janeiro, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro, Editora Bertrand Brasil, 2002.
- CHAN-TIBERGIE, Jennifer. Cultural Diversity as Resistance to Neoliberal Globalization: The Emergence of a Global Movement and Convention. *Review of Education*, n. 52, 2006. pp. 89-105.
- COMO as empresas podem (e devem) valorizar a diversidade. São Paulo, Instituto Ethos, 2000.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *La nouvelle raison du monde*. Essai sur la société néolibérale. Paris, La Découverte, 2010.
- ESTATUTO Instituto Itaú Cultural. 1987.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora da UNB, 2001.
- FERNANDES, Natália Ap. Morato. *Cenários da cultura no Brasil: Estado, Cultura e Política Cultural*. Curitiba, Appris, 2012.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2007.
- _____. *Naissance de la biopolitique*. Cours au Collège de France (1978-1979). Paris, Seuil/Gallimard, 2004.
- FONTENELLE, Isleide. A resignificação da crise ambiental pela mídia de negócios: responsabilidade empresarial e redenção pelo consumo. *Galáxia* (São Paulo. Online), v. 14, 2013, pp. 242-254.
- GORZ, Andre. *O Imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo, Annablume, 2005.
- HARVEY, David. *A Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1992.
- ITAÚ Cultural. Legado. In: *Relatório de atividades 2013*.
- LANDIM, Leilah. The nonprofit sector in Brazil. In: SALAMON, Lester M., ANHEIER, Helmut K. *The Nonprofit Sector in the Developing World: A Comparative Analysis*. Manchester, UK, Manchester University Press, 1998.
- LOPES, Ruy Sardinha. Uma nova agenda para a cultura: o discurso da economia criativa no governo Rousseff. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre; CALABRE, Lia. *Políticas culturais no governo Dilma* (Orgs). Salvador: EDUFBA, 2015.
- LÓPEZ-RUIZ, Osvaldo. *Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo*. Capital humano e empreendedorismo como valores sociais. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007.
- LÖWY, Michel. O romantismo revolucionário dos movimentos de maio de 1968. In: *Margem Esquerda*, n. 11, São Paulo, 2008.
- MATTELART, Armand. *Diversité culturelle et mondialisation*. Paris, La Découverte, 2007.

- MEDEIROS, Anny Karine; ALVES, Mário Aquino; FARAH, Marta Ferreira Santos. Programa Cultura Viva e o campo organizacional da cultura: análise de políticas públicas pela perspectiva institucionalista. *Rev. Adm. Pública* — Rio de Janeiro 49(5), set./out. 2015, pp. 1215-1235.
- MICHETTI, Miqueli. A definição privada do bem público: a atuação de institutos empresariais na esfera da cultura no Brasil contemporâneo. Caderno CRH, Salvador, v. 29, n. 78, Set./Dez. 2016, pp. 513-534.
- . Do caldeirão de culturas ao buffet de diversidade cultural: os usos das “brasilidades” como discurso na moda contemporânea. *Ciências Sociais Unisinos* 50(1), janeiro/abril 2014, pp. 25-33.
- . *Moda brasileira e mundialização*. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2015.
- . Os usos da diversidade cultural no mercado mundial de moda: a dinâmica das identidades nacionais na globalização. *Latitude*, v. 3, n. 1, 2009, pp. 96-124.
- MIGUEZ, Paulo; BARROS, José Márcio; KAUARK, Giuliana (Orgs). *Dimensões e desafios políticos para a diversidade cultural*. Salvador: EDUFBA, 2014.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. *Cultura é um bom negócio*. Brasília, 1995.
- . *As metas do Plano Nacional de Cultura*. 3. ed. 2013.
- NICOLAU NETTO, Michel. *O Discurso da Diversidade e a World Music*. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2014.
- . *Música brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2009.
- OLIVIERI, Cristiane Garcia. *Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura*. São Paulo: Editora Escrituras, 2004.
- ORTIZ, Renato. “Anotações sobre o universal e a diversidade”, *Revista Brasileira de Educação*. v. 12, número 034, 2007, pp. 7-16.
- . *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- . *Universalismo e diversidade*. Contradições da modernidade-mundo. São Paulo: Boitempo, 2015.
- PONTE, Elizabeth. *Por uma cultura pública: organizações sociais, Oscips e a gestão pública não estatal na área da cultura*. São Paulo: Itaú Cultural, Iluminuras, 2012.
- REVISTA do MinC. 5 edições. 2013-2014.
- REVISTA do Observatório. 18 edições. 2007-2014
- REVISTA Palmares – Cultura afro-brasileira. n. 1, 2005.
- ROELOFS, Joan. *Foundations and Public Policy: The Mask of Pluralism*. Albany; New York, SUNY Press, 2003.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 13, jun. 2007, pp. 101-113
- . Políticas culturais do governo Lula. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*. v. 1, n.1, 2013. pp. 224-242.

- SARKOVAS, Yacoff. O incentivo fiscal à cultura no Brasil. *Teoria e Debate*. São Paulo, n. 62, Abril/Maio de 2005, pp. 58-62.
- SILVA, Liliana Sousa. O público e o privado: a política cultural brasileira nos casos dos Institutos Moreira Salles e Itaú Cultural. Dissertação de Mestrado, Comunicação, USP, 2000.
- UNESCO. *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. 2005.
- UNESCO. *Declaração sobre a diversidade cultural*. 2002.
- VIEIRA, Mariella Pitombo. Reiventando sentidos para a cultura: uma leitura do papel normativo da Unesco através da análise da convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais. Tese de doutorado, Sociologia, UFBA, 2009.
- WU, Chin-tao. *Privatização da cultura: a intervenção corporativa na arte desde os anos 1980*. São Paulo: Boitempo, 2006.

Recebido em 27/11/2016

Aprovado em 20/12/2016

Como citar este artigo:

- MICHETTI, Miqueli. O discurso da diversidade no universo corporativo: “institutos” empresariais de cultura e a conversão de capital econômico em poder político. *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*, v. 7, n. 1, jan.- jun. 2017, pp. 119-146.