



**38º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS**

**GT13 - ELITES E ESPAÇOS DE PODER**

**Conjugando o Empresário, o Estado e o Mecenaz:  
a construção de lideranças e articulação das elites no campo da filantropia empresarial**

**Autora: Patrícia Kunrath Silva – Doutoranda PPGAS/UFRGS**

**Orientador: Ruben George Oliven**

**Agosto de 2014**

## Resumo

Este trabalho aborda a construção, reprodução e legitimação das elites, no cruzamento com sua suposta antítese, a *pobreza*. Pautados no discurso da *solidariedade*, empresários, atores do terceiro setor e agentes do governo articulam-se para estruturar o mercado da *filantropia empresarial* e elaborar políticas públicas. Esta pesquisa é desenvolvida por meio da etnografia em uma ONG voltada ao *desenvolvimento de lideranças*, passando pelo processo de recrutamento e seleção, discursos e práticas organizacionais, rituais e estilo de vida; análise de matérias em periódicos; observação participante em eventos e projetos, como o Fórum Brasileiro de Filantropos e Investidores Sociais, bem como entrevistas. Proponho pensar também as dificuldades do trabalho de campo, as implicações éticas de conduzir uma pesquisa com atores detentores de poder nas esferas pública e privada e em situações onde afinidades ideológicas não imperam. Este exercício possibilitou analisar atores envolvidos na rede, como estes pensam e justificam suas práticas, bem como identificar elementos da *indústria da filantropia* e o entrecruzamento do Setor Privado, o Estado e o Terceiro Setor no que agora alguns propõem chamar de *setor 2,5*".

**1. Introdução:** O estudo das elites parece não ter encontrado ainda um lugar na antropologia. Pelo menos não um lugar cômodo<sup>1</sup>. Encontramos, a partir dos anos dois mil, um novo fôlego de pesquisas qualitativas, de cunho etnográfico, que se aproximam das *elites*, entendendo estas como “grupos de agentes sociais que ocupam posições dominantes em uma ou mais esferas do mundo social, como as elites políticas, jurídicas, religiosas, econômicas, culturais, burocráticas” (SEIDL, 2013). No entanto, em busca por legitimidade na leitura dos temas de pesquisa, as abordagens são as mais diversas e, como também indica Seidl (idem, p.185): “ressalte-se, de qualquer modo, que o interesse pelas elites tem aparecido com muito maior intensidade na sociologia e na ciência política do que na antropologia”.

Quando olhamos de perto os trabalhos antropológicos que tangenciam a temática das elites e/ou trabalham com grupos dirigentes, percebemos construções que ainda tentam dar sentido a este universo complexo e pouco explorado: falamos em *antropologia em campos up*<sup>2</sup>,

---

<sup>1</sup> Em 1983, George Marcus publica “*Elites: Ethnographic Issues*”. Albuquerque: University of New Mexico Press”. No entanto, parece não dar continuidade ao projeto de pensar o tema das “elites” até o momento atual. Em 2014, encontramos em sua página profissional no site da Universidade da Califórnia – Irvine [[http://www.anthropology.uci.edu/anthr\\_bios/gmarcus](http://www.anthropology.uci.edu/anthr_bios/gmarcus)] a indicação de que “my older interest in elites has become reinvigorated”, mas produções de anos recentes seguem incipientes.

<sup>2</sup> Ver JARDIM, Denise Fagundes. “Antropologia em campos *up*”. Schuch, Patrice. “Antropologia com grupos *up*, ética e pesquisa”. MÜLLER, Lúcia Helena Alves. “Antropologia em contextos empresariais”. NASCIMENTO, Pedro. “Alguns comentários sobre a mesa ‘Antropologia em campos *up*’”. In: SCHUCH,

tratamos do *antropólogo caindo do pedestal* (JARDIM, 2010), nos deparamos com uma alteridade não mais subalterna e em meio a um incômodo quase existencial, disputamos legitimidade. Próximo à temática deste estudo, encontra-se o trabalho de Jéssica Sklair (2010) “A Filantropia Paulistana: Ações sociais em uma cidade segregada”. No entanto, Sklair indica na abertura do livro: “Este estudo é sobre desigualdade socioeconômica na cidade de São Paulo”. Mais adiante a autora explica que “em busca, todavia, de uma reflexão original frente a essa temática vasta e bem trabalhada pelas ciências sociais, escolhi abordar o tema através de um enfoque algo inusitado: as relações entre pessoas nos polos extremos da desigualdade urbana, que nascem da prática filantrópica...”. Acontece que, como a autora também explica, o foco fica na *experiência dos ricos*, não ouvimos a voz dos chamados *beneficiários* das ações e assim – como indicado por Sklair – fica *uma lacuna* em seu trabalho “tanto em termos tanto de um estudo sobre a filantropia brasileira contemporânea, quanto sobre a paisagem de desigualdade urbana em que ela se insere”.

Desta forma, este artigo parte do interesse em desenvolver uma antropologia das/com as elites, mas não se restringindo a este escopo, bem como adentrar de forma mais profunda e complexa o universo da filantropia brasileira contemporânea, utilizando o cenário da filantropia nos Estados Unidos como parâmetro comparativo, por ser indicado como a principal referência para a área (*benchmarking*)<sup>3</sup>. Tendo como interesse principal entender o universo da *filantropia empresarial*, ao iniciar o mapeamento do campo fui levada a pensar as duas pontas das ações filantrópicas: os *beneficiários* – se assim podemos chamar os grupos construídos como *alvo* das ações – e os *doadores*. Da mesma forma, passei a atentar para a construção da pobreza e desigualdade, bem como de um ideário social, a partir da ótica das elites, empresários e profissionais que se articulam para dar rentabilidade ao mercado

---

Patrice. VIEIRA, Miriam Steffen. PETERS, Roberta.(orgs.): *Experiências, dilemas e desafios do fazer etnográfico contemporâneo*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2010.

<sup>3</sup> E também foco da tese: Estudo comparativo da filantropia no Brasil e nos Estados Unidos. Segundo Landim e Scalon [http://www.ufrn.br/sites/engenhodesonhos/mediateca/artigos/Solidariedade.pdf]: “Quanto às doações: que volume é doado? Os 21% que doam dinheiro [no Brasil], acumularam a cerca de R\$1.703.000.000 em doações. O valor médio da doação individual é de R\$ 158,00 por ano (esses valores são da época em que o real se equiparava nominalmente ao dólar). Isso é muito, isso é pouco? É valor insignificante, se colocado por exemplo ao lado do que se arrecada no campeão Estados Unidos, a partir das doações que são feitas por quase 70% da população adulta - U\$ 111 bilhões, com valor médio de U\$ 1.017,00 anual por doação. É menor, também, (mas não tanto) do que os dados que se conhecem para outros países desenvolvidos na maioria dos quais, diga-se de passagem, há incentivos”.

filantrópico, ou como no campo se define: *filantropia estratégica*, uma questão de investimento e geração de lucro.

Em um primeiro momento, realizei uma pesquisa de cunho etnográfico junto à organização não-governamental de jovens e estudantes AIESEC (*Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales*) em Porto Alegre, de março de 2011 a agosto de 2012, em estágio de pesquisa de mestrado. No ano de 2013 - iniciando o estudo de doutorado - percorri, em período de campo exploratório, escritórios, fóruns, instituições e atividades que englobavam o universo do empresariado já estabelecido. No primeiro semestre de 2014 prossegui o campo com participação em eventos, fóruns, treinamentos – valendo-me da participação observante e descrição etnográfica – bem como realizei mais três entrevistas: uma com a filha de uma líder comunitária, coordenadora de um centro e *beneficiária* das ações, articulada com consultores, empresários e Governo Municipal; com o Diretor do Instituto Empresa e com a Assistente Social/Professora Dr. Joana<sup>4</sup>.

**2. Universo da Filantropia e a formação de profissionais:** A filantropia, palavra de origem grega cuja etimologia, significa *amor à humanidade* é capaz de despertar - seja por sua carga de ordem subjetiva, pelo apelo moral e pela conexão que invoca com instituições relacionadas as suas práticas - os mais diversos imaginários e jogos de sentido. Parece que com a entrada em cena de estímulos e isenções fiscais para atores (sejam eles pessoas físicas ou jurídicas) doadores de significativas quantias para *caridade*, a própria lógica da filantropia pode ser observada muitas vezes como uma ação de mercado. Campanhas de *conscientização dos consumidores*, de *sustentabilidade*, e de *responsabilidade social* auxiliam a fortalecer essas novas linhas de atuação e a despolarizar uma visão do mercado econômico enquanto produtores de um lado, versus consumidores de outro. Como indica Abélès (2002) em seu estudo sobre filantropos no Vale do Silício: “L’idée d’une société complexe avec des lignes de clivage, des inégalités, des trajectoires différenciées fait son apparition” (p.126). Abélès sinaliza ainda a entrada em cena da figura do *consultor filantrópico* (*conseiller en philanthropie*), nos Estados Unidos que, concomitante a uma nova geração de empresários, a

---

<sup>4</sup> Os nomes dos interlocutores e das respectivas instituições onde atuam foram trocados a fim de preservar suas identidades.

partir dos anos 90, estabelece o campo da filantropia enquanto mais um campo de negócios e indica a presença de uma lógica que concebe a filantropia como um produto, atentando ainda para a retórica de alguns de seus interlocutores, que colocam a figura do empresário enquanto verdadeiros e únicos protagonistas do desenvolvimento da região. Segundo o pesquisador, no cotidiano do Vale, poder-se-ia comparar à mobilização em volta da filantropia ao lançamento de um novo produto *high-tech*.

No Brasil, este mercado filantrópico parece estar se estruturando e aqui não penso o *mercado* enquanto uma instância abstrata *auto-regulada*, noção naturalizada muitas vezes nas ciências econômicas, como indica Callon (1998). Penso antes em um construto em constante elaboração e disputa, legitimado por meio de discursos e práticas dos agentes em questão. Busca-se formar profissionais que possam atuar no que agora é, por alguns empresários, chamado como *setor 2.5*, uma associação das lógicas do segundo e do terceiro setor, ou também *negócios sociais*<sup>5</sup>. Quanto à figura do consultor filantrópico, a menciono a um entrevistado, que sorrindo responde: “É isso. Somos nós. É isso, é a departamentalização [dentro das empresas, antes da criação de Institutos e Fundações]. Primeiro começa com a departamentalização, mas o departamento também se quebra. Porque não adianta, a Patrícia [por exemplo], ela vai fazer comunicação, mas não política pública e o que nós estamos atuando é em política pública, cada vez mais. Principalmente quando a constituição começa a pressionar e o conjunto da legislação e das políticas públicas começa a pressionar (...) Quer dizer, a própria sociedade está pressionando que o mundo empresarial pare de fazer filantropismos, doações aleatórias, doações baseadas só na boa vontade e passe a entrar de acordo... começa a surgir até algum destaque, algumas autuações do ministério público, algumas cobranças da comunidade, dos movimentos sociais, começa a surgir isso, então os empresários cada vez mais são empurrados a fazer política pública”.

Por meio de premissas que regulam moralmente e pretendem legitimar este mercado, valores que devem ser compartilhados pelos agentes tidos como filantropos são acionados na elaboração de um discurso de progresso e busca por desenvolvimento. Da mesma forma,

---

<sup>5</sup> Ver <http://inei.org.br/acceleradora25/o-que-e-o-setor-2.5> Acessado em agosto de 2014.

demanda-se cada vez mais profissionais e *experts*<sup>6</sup> no ramo, uma rede constantemente tecida para construção e circulação de capitais específicos. É neste cenário que se insere a AIESEC - uma organização não governamental internacional, presente em mais de 124 países - que se apresenta como “plataforma para construção e desenvolvimento de lideranças” por meio do trabalho voluntário e intercâmbios de trabalho - pautados pelos discursos da *sustentabilidade, paz mundial e impacto positivo na sociedade*<sup>7</sup>. Por meio de uma etnografia junto ao escritório da ONG em Porto Alegre, foi possível observar o recorte de classe acentuado dos jovens selecionados para participar da organização, uma vez que estes devem ser estudantes universitários ou recém-formados, ter domínio fluente do idioma inglês, tempo para realizar trabalho voluntário, recursos financeiros para arcar com as atividades institucionais e realizar um intercâmbio de trabalho para o exterior. Observa-se que os jovens que tornam-se membros e assumem *cargos de liderança* devem se alinhar a valores da organização, compartilhar gestos, performances e vocabulários específicos, formando um grupo bastante fechado e que pauta de diversas formas seus estilos de vida. Do membro voluntário da AIESEC, ou *AIESECo*, é esperado que literalmente *vista a camiseta* - inclusive disponibilizada e comercializada pelos comitês bem como outras mercadorias com a marca AIESEC - que junto com os valores e a cultura da instituição são por eles consumidos. É claro que este engajamento e este consumo se dão em diferentes graus para diferentes indivíduos. Há aqueles que parecem assimilar mais os discursos da *liderança e sustentabilidade* e dizem procurar seguir estas premissas em suas vidas profissionais e pessoais, há aqueles que afirmam encontrar na AIESEC um espaço de realização para dar sentido à existência desempenhando um trabalho que terá um impacto positivo na sociedade, há ainda os que estão engajados simplesmente com o objetivo claro de realizar uma viagem de intercâmbio, etc.

Apesar de ser uma organização sem fins lucrativos, a AIESEC funciona com uma estrutura muito similar a uma organização do segundo setor. Dentre alguns membros egressos contatados, encontra-se uma série de pessoas que, a partir do treinamento recebido na organização e dos contatos estabelecidos abriram *empresas sociais* e/ou trabalham em áreas

---

<sup>6</sup> Ver GIDDENS, Anthony. Guardiães e Especialistas. Sabedoria e Especialização. In: GIDDENS, Anthony. LASH, Scott. BECK, Ulrich. Modernização Reflexiva. Política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: Editora Unesp, 2012. P.129-142.

<sup>7</sup> Dados disponíveis em <http://www.aiesec.org.br/>

relacionadas com temáticas do Terceiro Setor. Ao longo do campo de pesquisa de Doutorado, encontrei três ex-membros da AIESEC: uma trabalhando em uma cooperativa com meu principal interlocutor sobre filantropia, outra em uma grande Fundação de porte internacional e ainda um terceiro em um Instituto empresarial. Como indicado por meus interlocutores, a busca em tornar-se membro da organização (AIESEC) deve-se muito à possibilidade de se ter *cargos de liderança* – semelhantes a cargos de chefia em empresas e/ou projetos, gerenciando uma equipe de trabalho – e desenvolver um foco em *causas sociais*. Segundo o site da organização:

Nossos membros desenvolvem um forte senso de quem são e o que gostariam de fazer no futuro. Este é o Diferencial da AIESEC – o que faz com que **as pessoas que passam pela AIESEC tenham vantagem sobre outros jovens** e o que os conduz a ter um importante papel em seu ambiente de trabalho e em sua comunidade. (Grifos meus. <http://www.AIESEC.org.br/o-diferencial-da-AIESEC/>)

Percebe-se assim como a questão de formação de redes (ou *networking*) é fundamental para estes profissionais, uma vez que apontam a passagem pela organização como definidora do futuro de suas carreiras. A AIESEC possui uma série de empresas parceiras transnacionais que apostam nos seus jovens membros como futuros *colaboradores* de seus negócios<sup>8</sup>.

A partir do contato com esses jovens em formação, passando para os profissionais com uma sólida trajetória no campo, é possível mapear de forma mais clara esta rede. Desta forma, utilizo como um de meus recursos metodológicos o mapeamento de rede<sup>9</sup> e seu acompanhamento para apreender e compreender interações e relações que se estabelecem entre os agentes. Como define Callon (2008 p.19): “O bien uno entra en una red a través de los agentes y se ve inmediatamente tentado de caracterizarlos como conformados por sus relaciones; o bien se focaliza en la red en sí misma, y, en ese caso, usa la asociación entre sus agentes constitutivos para describirla”.

Neste caso, ambas possibilidades se apresentam: seguir os agentes, até porque as indicações de *com quem falar* surgem a todo momento, ao mesmo passo que é possível observar como sujeitos, eventos e organizações se interligam e se perpassam. No entanto, esta abordagem não pretende uma afiliação teórico-metodológica a correntes e/ou autores

---

<sup>8</sup> Ver <http://www.aiesec.org.br/organizacoes/> Acessado em 11 de julho de 2014.

<sup>9</sup> Ver Anexo 1 – REDE

específicos que exploram o conceito de rede e seus desdobramentos. O uso da noção de rede resume-se a uma estratégia pontual, que parece propícia pela forma como se deu a entrada em campo – bastante difícil em vistas do universo fechado das elites, de restrito acesso e muitas vezes envolvendo altos custos, como no caso de eventos – e como desenrolaram-se os contatos e relações<sup>10</sup>.

O meu primeiro interlocutor<sup>11</sup>, Ricardo, apresenta-se como o *decano da Responsabilidade Social Corporativa no Brasil*, trabalha como consultor, é sócio em uma Cooperativa e está presente no quadro diretor de Fundações e Associações trabalhando com responsabilidade social corporativa, investimento social privado, terceiro setor, filantropia e políticas públicas.

Questionado sobre a dificuldade em encontrar referências a uma *cultura da filantropia* no Brasil, bem como sobre a ausência da figura pública do filantropo, Ricardo recorre à figura do mecenas<sup>12</sup>, enquanto estratégia para obtenção de capital social, me remetendo à definição de Bourdieu:

“...capital de relações mundanas que podem, se for o caso, fornecer ‘apoios’ úteis; assim como capital de honorabilidade e de respeitabilidade que, muitas vezes, é indispensável para atrair ou assegurar a confiança da alta sociedade e, por conseguinte, de sua clientela, além da possibilidade de servir de moeda de troca, por exemplo, em uma carreira política” (Bourdieu, 2008:112).

Ele explica: “...Eu levanto uma hipótese quando eu digo o seguinte: que a responsabilidade social... bom, o lucro pra empresa não é só recurso monetário, o empresário ele quer ter sucesso no seu negócio e sucesso não significa só retorno econômico, ele quer ser admirado como líder, como um cara mecenas, como um cara inteligente... e a responsabilidade social ela traz isso pra ele, ele não quer apenas ter lucro no balanço, ele quer entrar num restaurante e ser olhado com admiração e nesse sentido a responsabilidade social pode ser que traga esse tipo de retorno intangível, imponderável que é o prazer institucional, que é prazer subjetivo institucional de quem é admirado na sociedade (...). O Jorge Gerdau hoje mostra isso claramente... a minha hipótese eu vejo no Jorge Gerdau. Jorge Gerdau tem um garbo da sua

---

<sup>10</sup> Para estudos focados na teoria de redes e, posteriormente, a teoria ator rede ver: GRANOVETTER (1973, 1985), LAW (1984), LATOUR (2005).

<sup>11</sup> A quem cheguei por meio de contato pessoal de meu orientador.

<sup>12</sup> Lembrando que uma das principais formas de captação de recursos a que recorrem empresários e agentes que querem trabalhar com “cultura” é a Lei Rouanet. Ver [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm)



posição de filantropo, de mecenas, ele tem um garbo que ele já... ele abandonou o discurso empresarial, o discurso dele hoje é “mudar o mundo, mudar o Brasil””.

Na esteira desta fala é possível observar uma espécie de *confusão conceitual* também mencionada de formas distintas por pesquisadoras como Lúcia Müller (2009), Jessica Sklair (2010), Leilah Landim (1998), Landim e Celi Scalon (2000) e Fabíola Rohden e Sérgio Goes de Paula (1998). Termos como *filantropia empresarial, nova filantropia, investimento social privado, responsabilidade social corporativa, cidadania corporativa, setor 2.5*, estão em disputa no campo. São discursos de hegemonia<sup>13</sup> que vão se estabelecendo, ao passo que ferramentas de gestão e avaliação vão sendo desenvolvidas e apresentadas como legítimas para estruturar práticas, quantificar a mensuração de resultados, converter dados qualitativos em números e assim pleitear financiamento – seja de doações de pessoas físicas, seja de edital de empresas privadas e de órgãos públicos para *projetos sociais*.

**3. Da filantropia ao Investimento Social Privado: Fórum de Filantropos e Investidores Sociais<sup>14</sup>:** Por meio de um contato que fiz por e-mail com um palestrante que conheci em evento de uma Fundação em Porto Alegre - a fim de manter um canal aberto de comunicação e questionar sobre a possibilidade de uma futura entrevista – fui informada sobre o Fórum de Filantropos e Investidores Sociais, organizado pelo Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS), que estava por acontecer na cidade de São Paulo. Imediatamente me interessei em participar do evento, cuja entrada seria somente mediante convite pessoal e intransferível. Após algumas tentativas de contatos com interlocutores para solicitar um convite, sem sucesso, preenchi um formulário no site do IDIS, a fim de tentar a participação. Alguns dias mais tarde, recebi um telefonema de uma pessoa

---

<sup>13</sup> Para pensar esta noção recorro à teoria da hegemonia de Gramsci, revisitada por Buckel e Fischer-Lescano (2009:475): “A hegemonia é, portanto, uma forma particular de vida e pensamento, uma *weltanschauung*, em que se baseiam as preferências, o gosto, a moralidade, a ética e os princípios filosóficos da maioria na sociedade (...). Dessa forma, o conceito exprime mais do que a legitimidade weberiana (...), ou seja, o controle por meio de um consenso assimétrico disseminado por toda a estrutura da vida social e que, portanto, se “naturaliza” na forma de costume, hábito e prática espontânea (...). Isso é uma espécie sutil de poder que se tornou o *sensu comum* de toda uma ordem social (...). Mas tal conceito não deve ser compreendido como “colonização do mundo interior” (...), pois a hegemonia não é um tema metafísico, mas uma prática permanente, uma visão de mundo disputada em lutas por reconhecimento, por meio da qual a liderança moral, política e intelectual é estabelecida”.

<sup>14</sup> Sobre a temática, ver o Documentário: “Investimento Social Privado – O presente é o Futuro”, lançado durante o evento, com depoimentos dos convidados do evento. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=-iIRpr5DR8E> Acessado em 17 de janeiro de 2014.

que estava no comitê de organização do evento. Passei por uma espécie de entrevista telefônica, acerca de minha pesquisa, trabalhos anteriores, professor orientador e sua experiência na área. Na sequência, me foi explicado que o evento era *bastante fechado*, um espaço para quem “realmente doa dinheiro, um espaço para empresários, presidentes e diretores de institutos e fundações sentirem-se à vontade para falar de suas somas”, etc. Desta forma, não seriam convidados *ongueiros, consultores e captadores de recursos*. Por meu interesse de pesquisa e como eu vinha *da academia*, meu pedido foi aprovado e recebi, via e-mail, o convite para a participação.

No dia 24 de outubro, às oito horas da manhã, no Hotel Tivoli Mofarrej, cidade de São Paulo, região de Jardins<sup>15</sup> a um quarteirão da Avenida Paulista, teve início o II Fórum Filantropos e Investidores Sociais. Ao chegar no local, impressionei-me com a opulência do prédio. Passei o hall de entrada e logo deparei-me com *os banners* ao longo de uma escada, indicando a localização do evento em uma espécie de andar subsolo. A mesa de credenciamento estava vazia, o espaço ainda muito tranquilo. Fiz minha inscrição e recebi uma credencial com meu nome e pertencimento institucional. Recebi ainda um caderno/agenda com mensagem de boas-vindas, apresentação do fórum – feita pelo IDIS e Global Philanthropy Forum – apresentação/perfil dos integrantes do comitê consultivo do fórum, uma agenda resumida do evento e um Programa do Evento [equivalente a uma programação/agenda detalhada, com o nome dos palestrantes e títulos das falas, bem como opções de sessões e mesas temáticas paralelas]. Todo o material foi escrito, primeiramente, em português e em sequência no idioma inglês. Junto à agenda/caderno, me foram entregues dois livros: um intitulado “O papel da Filantropia no Desenvolvimento do Brasil – I Fórum Brasileiro de Filantropos Sociais” com a publicação de diversas falas e textos decorrentes do encontro realizado no ano de 2012 – e outro: “Fundos Patrimoniais. Criação e Gestão no Brasil”.

Na fala de abertura, feita em nome do IDIS, foi trazido então o termo *filantropia estratégica* para o *desenvolvimento da sociedade brasileira*. Outro representante do Instituto enfatizou a necessidade de “desenvolvimento, da evolução das potencialidades humanas” e

---

<sup>15</sup> Citado por Jessica Sklair (2010:21) como exemplo de uma das “regiões das elites mais antigas da cidade” de São Paulo.

sublinhou que “a exclusão leva a graves conflitos”. Seguindo as falas, os temas abordados tratavam das *novas tecnologias, novos métodos, diminuição na utilização de recursos* e davam as boas-vindas aos convidados, destacando “a diferença que vocês fazem. São pessoas iluminadas, diferentes”, remetendo à ideia de “distinção”. Como sublinha Bordieu:

“Os novos dirigentes da economia extraem da nova cultura de que são dotados – racionalização de sua visão do mundo que tende a impor-se cada vez mais amplamente com o desenvolvimento de um setor da ciência econômica aplicado à gestão das empresas – o sentimento de deter uma autoridade de direito intelectual sobre a conduta da sociedade” (Bourdieu, 2008, p.294).

Ainda nas palestras ocorridas pela manhã, destaco a fala do Ministro Gilberto Carvalho, que gerou um clima de tensão no auditório. O Ministro colocou o Governo à disposição para dialogar com os empresários e investidores sociais, ao passo em que era questionado sobre a criação de um marco regulatório para as organizações da sociedade civil (OSC). O Ministro fez uma espécie de auto crítica, dizendo que “a burocracia administrativa para utilização dos recursos engessa os processos”. Esse aparece como um elemento distintivo no incentivo a doações no Brasil: recorrente foi a queixa de que o Governo não incentivaria doadores e que os abatimentos fiscais seriam muito baixos<sup>16</sup>.

Outro fator indicado, ao longo do evento, como causa de poucas doações no país, seria a desconfiança em relação às instituições e ONGs. A assessora especial do Ministro, Laís de Figueirêdo Lopes apontou como parte da *culpa* o “cenário de criminalização colocado no país com duas CPI’s de ONGs no Governo Lula” e acrescentou: “isso é da nossa sociedade. Quando falamos da Siemens<sup>17</sup>, especificamos, não culpamos todos, mas no Brasil haveria uma generalização” [contra ONGs].

Na sequência, o Diretor de um Instituto internacional, palestrante do evento, que se encontrava na plateia dispara: “o que me impressiona no Brasil, porque moro fora [nos Estados

---

<sup>16</sup> De acordo com a lei Rouanet “A Lei Rouanet estabelece o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e estimula o apoio da iniciativa privada ao setor cultural. O proponente apresenta uma proposta cultural ao Ministério da Cultura (MinC) e, caso seja aprovada, é autorizado a captar recursos junto a pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) ou empresas tributadas com base no lucro real visando à execução do projeto. Os incentivadores que apoiarem o projeto terão dedução fiscal: para empresas, até 4% do imposto devido; para pessoas físicas, até 6% do imposto devido”. Disponível em: [fundacaogeracoes.org.br/index.php?page=legislacao&c=federal&cid=1](http://fundacaogeracoes.org.br/index.php?page=legislacao&c=federal&cid=1) Acessado em 14 de janeiro de 2013. Ver também:

[http://amaivos.uol.com.br/amaivos09/noticia/noticia.asp?cod\\_canal=42&cod\\_noticia=16868](http://amaivos.uol.com.br/amaivos09/noticia/noticia.asp?cod_canal=42&cod_noticia=16868)

<sup>17</sup> Referente ao escândalo da Siemens em São Paulo ver:

[http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130812\\_siemens\\_escandalo\\_dg.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130812_siemens_escandalo_dg.shtml)

Unidos] há muitos e muitos anos (...) é a quantidade de coisas que se pede do Governo, precisa sempre o Governo decidir (...). Qual deve ser a participação do Governo nisso? Porque eu fico pensando nos *endowments*<sup>18</sup> nos Estados Unidos, onde eu moro, e eu não sei qual é a participação dos Governos federal e estaduais lá, porque eu acho que não passa pela cabeça de ninguém que o Governo Federal tenha qualquer coisa a ver com isso, a não ser, via IRS, da receita federal, que terá os códigos e aquilo deve ser seguido”. Ainda em sua fala é lançada a seguinte perspectiva: “a filantropia está no DNA dos americanos, é a forma de participar na sociedade (...) os EUA foi feito de baixo para cima, a Nação inventou o Estado e o Brasil foi de cima para baixo, o Estado inventou a Nação”. A questão da associação filantropia com a identidade nacional nos EUA aparece de forma recorrente.

Mais do que a ideia de uma “tradição inventada” e vinculada à identidade norte-americana - e aqui penso em Hobsbawn (1984) que define “tradição inventada (...) tanto as tradições realmente inventadas, construídas e formalmente instituídas, como aquelas que surgem de um modo difícil de investigar durante um período breve e mensurável, talvez durante uns poucos anos e se estabelecem com grande rapidez” - a filantropia aparece como um elemento praticamente essencializado da nação estadunidense. Autores como Bhabha (1990) e Löfgren (1989), no entanto, rompem justamente com uma perspectiva essencialista da nação. O primeiro, toma-a mesmo como um processo narrativo e, por meio de uma complexa abordagem semiótica e com referências na psicanálise, fornece um entendimento da nação ocidental com um caráter de representação ambivalente e vacilante, estruturado por meio da relação com o externo, um local do qual se falar, uma contenção liminar, “algo exílico, marginal e emergente”. Bhabha atenta ainda para o pluralismo do signo nacional, indicando seu caráter ambíguo de narrativa performática e pedagógica. Löfgren, por sua vez, fala de uma “retórica nacional” e das experiências e estratégias de criação de elementos nacionais. Estas

---

<sup>18</sup> “Em poucas palavras, os *endowments* são estruturas que recebem e administram bens e direitos, majoritariamente recursos financeiros, que são investidos com os objetivos de preservar o valor do capital principal na perpetuidade, inclusive contra perdas inflacionárias, e gerar resgates recorrentes e previsíveis para sustentar financeiramente um determinado propósito, uma causa ou uma entidade”. Ver SOTTO-MAIOR, Felipe L. *Endowments no Brasil: a importação de uma estratégia de sustentabilidade*. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/78341873/Endowments-no-Brasil-a-importacao-de-uma-estrategia-de-sustentabilidade> Acessado em 14 de janeiro de 2013.

abordagens rompem com uma perspectiva homogeneizante e naturalizante da nação, que seria dada em outras leituras – inclusive no universo êmico - como inata, historicamente contínua e permeada de tradições unificantes.

É interessante ainda perceber como se agrupam noções *evolucionistas* e de *desenvolvimento*, do *avanço da sociedade*, a percepção do *disciplinamento* e aqui lembro das seguintes falas no evento: “precisamos de uma sociedade civil organizada...” e “*we are having a civilized meeting here, but we have rapers, murderers, out there...*”; e assim a referência a Norbert Elias em “O Processo civilizador” (1994), presente na ideia – repetida exaustivamente de que “como empresários temos mais responsabilidade, nós sabemos organizar as coisas” e que, conforme retirado do texto relatório anual de um dos Institutos com os quais tive contato, o público das ações seriam pessoas “sem regras, horários, rotinas de trabalho. Ou seja, como descrito na literatura especializada, há um pequeno percentual da população que não adere ao modo de produção socialmente aceito e constrói formas alternativas de sobrevivência”. Carolina Pulici (2009), em sua análise sobre o gosto, já chama a atenção para questões dos conflitos de classes na esfera do consumo e seus parâmetros econômicos de legitimidade, estilos de vida e a busca por afirmação de certos tipos de capitais. A autora lembra ainda, pelas palavras de Bourdieu que “a intolerância estética gera violências terríveis. A aversão pelos estilos de vida diferentes é sem dúvida uma das mais fortes barreiras entre as classes”, e parece claro que neste universo se delineia um único horizonte possível e desejável, qual seja, o de ajuste à “ordem socialmente aceita”, o *capitalismo global* calcado nas ferramentas administrativas de gestão. Chama ainda a atenção como, neste e em outros eventos acompanhados nesta fase de estudo, seja por seus públicos-alvo e/ou objetivos, embora tenham aparecido falas no sentido de “temos que manter o foco nos beneficiários”, pareceu haver um silêncio ou uma invisibilidade desses sujeitos objetos das ações.

**4. Aqui se conjuga o empresário, a “comunidade” e uma política pública:** Em abril de 2014 retomo o campo de pesquisa, após ter produzido a primeira monografia<sup>19</sup> com base no campo exploratório de 2013. Nesta ocasião volto a conversar com Ricardo, que atende à

---

<sup>19</sup> Trabalho apresentado no Seminário de etnografias da economia e da política PPGAS/UFRGS, março de 2014, intitulado: “Amor [estratégico] à humanidade”: configurações do investimento social privado e o mercado filantrópico no Brasil e Estados Unidos.

porta e me recebe no escritório da Cooperativa. Ele me pergunta se participei do Congresso GIFE. Digo que não e ele responde: “ah, mas então tu perdeu. Tudo sobre filantropia estava lá”. No entanto, os preços das inscrições<sup>20</sup> foram impeditivos da minha participação. Esta é mais uma característica do campo que sigo, uma pluralidade de Institutos, Fundações e Associações – das quais destaco GIFE, ETHOS, IDIS e Instituto Filantropia, ao qual me afiliei e agora recebo a Revista Filantropia, publicação bi mensal que servirá futuramente de objeto a este estudo – promovendo eventos com empresários, profissionais da área, atores do Governo como o Ministro Gilberto Carvalho e assessora especial do Ministro, Laís de Figueirêdo Lopes que estaria novamente presente neste evento do GIFE, etc.

Uma constante na pesquisa que venho desenvolvendo com este grupo de dirigentes, é que muitos deles têm ou tiveram experiência acadêmica, doutoraram-se e se interessam por pesquisa. As minhas conversas e entrevistas, excetuando a entrevista com a *beneficiária* no Centro Popular – talvez a *outra ponta* dessas ações – são sempre iniciadas por um tom de orientação. Os meus interlocutores indicam com quem devo falar, onde ir, o que ler e, em certa ocasião, fui até mesmo presenteada com livros por um empresário. Como bem salienta Lúcia Müller (2010, p.55): “...todas essas questões ficam mais complicadas quando nos damos conta de que vivemos em uma sociedade em que a visão empresarial está se tornando dominante em quase todas as dimensões da vida social, como na gestão pública, em organizações da sociedade civil, inclusive nas universidades”.

Dessa forma, aparece diversas vezes o incentivo a buscar referências naquilo que está sendo lido pelos interlocutores. Ricardo sugere ainda que eu deveria partir de algumas hipóteses referentes à questão de por que não se doa tanto dinheiro no Brasil [quanto nos EUA, por exemplo] e cita quais seriam suas apostas: desconfiança das pessoas em relação às ONGs e OSCIPs; indica que eu deveria procurar pessoas que já falaram sobre isso como Marcos Kisil, Presidente do IDIS. Na sequência, me explica o que seria, a seu ver, a diferença da concepção de voluntariado no Brasil e nos EUA: conta-me que vê o voluntariado como forma de militância nos EUA, enquanto no Brasil seria visto como *filantropismo* – termo que tem usado (já pela segunda vez) com carga pejorativa. Segundo ele, no Brasil haveria uma *ambiçãõ alterativa*, enquanto nos EUA, a ideia seria de *fazer o bem*, algo como a *ética protestante*. Da

---

<sup>20</sup> Ver Anexo 2.

mesma forma, indica que no Brasil haveria uma falta de isenção/dedução fiscal e faltaria fazer o *advocacy*<sup>21</sup> das causas. Para Ricardo, a temática da filantropia no Brasil envolveria a questão da identidade nacional e diz que o Brasileiro tem o que Nelson Rodrigues chama de “Síndrome do cachorro vira-lata” - elemento que vai se repetir na fala de um Diretor de uma grande agência de publicidade e vice-presidente de uma Instituição para jovens e crianças - ao tratar do Terceiro Setor e das doações no país.

No entanto, apesar da constante reclamação de que o Governo não incentiva as doações e de que é preciso ter um marco regulatório<sup>22</sup> mais claro, Elisa Reis (2004) já indica a concepção que a elite brasileira tem da intervenção estatal quando se trata de trabalhar com a *pobreza*. Apostando ainda fortemente no papel do Estado – embora condenando-o como paternalista incessantemente – essa elite espera que o Estado intervenha melhorando as condições de vida de toda a população, ou seja, não se trata de uma questão de redução da desigualdade, menos ainda de redistribuição de renda – fator também demonstrado por Sklair (2010, p.98 e p.223): “Não acho que deva ser assim: por ter dinheiro, tenho que fazer alguma coisa” [trecho de entrevista, SKLAIR 2010, P.98]. Além das ONGs o OSCIPs alinharem-se cada vez mais à lógica empresarial, as elites que desenvolvem as ferramentas, discursos e práticas a dominar este universo insistindo no argumento de que estão *coabrindo uma lacuna, fazendo aquilo que o Estado não faz, mas deveria*. Como indica ainda a autora:

(...) São discursos sofisticados que apoiam inúmeros esquemas originais, todos com grandes aspirações para a ‘transformação social do país’. Mas são discursos que pouco contemplam a ideia de que, para reduzir a pobreza brasileira, poderia também ser necessário reduzir a concentração de sua riqueza. (SKLAIR, 2010, P.223).

De acordo com Reis:

(...) as elites enfatizam espontaneamente a temática da desigualdade, consideram-na problemática para toda a sociedade, mas tendem a rejeitar reformas distributivas.

---

<sup>21</sup> De acordo com definição do Instituto Filantropia: “O *advocacy*, sem tradução literal para a língua portuguesa, consiste de um conjunto de ações que visam influenciar a formulação, aprovação e execução de políticas públicas junto aos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário e à sociedade, por meio do trabalho em redes e a mobilização da mídia. Trata-se de tema de interesse para organizações do Terceiro Setor e pesquisadores que objetivam provocar mudanças na sociedade a partir de políticas públicas nas áreas da saúde, meio ambiente, direitos humanos, crianças e adolescentes, educação, direito do consumidor, trabalho, entre outras”. Disponível em: <http://www.dialogosocial.com.br/advocacy-s351-1.html#.U9K5H IdWCK> Acessado em 25 de julho de 2014.

<sup>22</sup> Lembrando que, posteriormente aos eventos trabalhados, foi sancionada em 31 de julho de 2014 a Lei 7.168/2014 que regula as parcerias entre Organizações da Sociedade Civil (OSCS) e órgãos públicos. Ver <http://observatoriosc.wordpress.com/2014/07/31/dilma-sanciona-lei-que-reconhece-oscs-e-regula-parcerias-com-governos/> Acessado em 10 de agosto de 2014.

Como recurso de mudança no padrão de acentuada desigualdade, preconizam medidas patrocinadas pelo Estado que proporcionem a todos melhores condições de vida. Ou seja, as elites favorecem uma orientação de política que privilegia a superação da pobreza, mas não da desigualdade (REIS, 2004, p.49).

Ricardo explica-me ainda que as Fundações, no geral, são críticas ao Brasil, fazem oposição ao Governo e trabalham com a noção de *mudar o mundo*. Ele me fala como é feito o *Advocacy* em torno de causas: Primeiro é preciso constituir *lobby*, redes em defesa da causa; encontrar especialistas que representam a causa e que irão frente ao Governo pressionar para que haja mudança na pauta pública. Diz que isso começa com os ecologistas. Segundo: necessita-se de conhecimentos, dados, informação, é aí que o Governo chama esses *especialistas*, que produzem e detêm o *conhecimento*<sup>23</sup>. Terceiro: cria-se modelos de projetos, com metodologia, para interferir na realidade social (e aí lembro do conceito de *Tecnologia Social*<sup>24</sup> trazido por uma interlocutora). Ricardo sublinha que a Fundação Boticário, por exemplo, seria referência sobre meio ambiente, conservação, de que o Governo em certo ponto nada fazia sem consultá-la na área; a Coca-Cola seria referência no âmbito dos catadores/reciclagem; e assim indica o nome de uma pessoa para interlocução, diz que é *lobbysta*, trabalha em uma Fundação e *faz o lobby para o terceiro setor*. Após indicar mais alguns nomes, explico a ele a dificuldade que estou tendo em acessar *o outro lado*, as pessoas que são – assim chamadas – beneficiárias dessas ações, pois meu interesse é trabalhar com um quadro amplo da filantropia no Brasil. Indico – como já feito anteriormente – meu interesse em conhecer Galpões de Reciclagem – que estariam dentro de projetos de Institutos empresariais e agora alinhados com a política pública de retirada de carroceiros e catadores de lixo das ruas: “Todos somos Porto Alegre”. Ele chama então Araci, diz que é com ela que devo falar, que ela coordena a cooperativa em uma vila da cidade e é conhecida líder comunitária. Ele conta que ela acaba de ganhar um edital da prefeitura de Porto Alegre para montar uma equipe de abordagem na rua com os catadores de lixo. Pego o contato de Araci e combinamos que marcarei, por intermédio de sua Secretária, uma visita à Vila.

---

<sup>23</sup> Sobre produção de “conhecimento e positividades”, ver FOUCAULT, M. “Ciência e Saber” In: *A Arqueologia do Saber*. Rio, Forense-Universitária, 1987.

<sup>24</sup> Ver MACIEL, Ana Lúcia Suárez. FERNANDES, Rosa Maria Castilhos. “Tecnologias Sociais: interfaces com as políticas públicas e o Serviço Social”. In: *Serviço Social e Sociedade*. no.105 São Paulo Jan./Mar. 2011. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-66282011000100009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-66282011000100009&script=sci_arttext) Acessado em 25 de julho de 2014.



**5. Em busca dos beneficiários: Visita ao Centro Popular:** No dia 9 de maio de 2014 então me dirigi ao Centro Popular que abriga um Galpão de Reciclagem. Cheguei no local e logo encontrei Silvana, que me atendera ao telefone e agendara minha conversa com Araci. Ela me levou até uma sala, onde havia três moças que conversavam e trabalhavam em seus computadores. Logo chegou Sara – a quem eu já havia visto em um vídeo no site do Centro Popular – e Ana, que se apresentara como filha de Araci e me explicou que esta teve um imprevisto e não poderia me receber, mas que Sara me mostraria tudo e depois Ana estaria disponível para responder as minhas questões. Sara levou-me primeiro até a creche, que ficava um pouco acima na ladeira, do outro lado da rua. Na caminhada contou-me de seu filho que fizera uma viagem internacional como parte de suas atividades de jiu-jitsu a partir do Centro Comunitário. Na creche, passamos de sala em sala cumprimentando as professoras e dando oi para as crianças e ela me explicou que na creche eram atendidas cerca de 120 crianças, entre três meses e cinco anos de idade.

Na volta passamos pelo Galpão de Reciclagem, bastante pequeno, onde cerca de seis pessoas trabalhavam. Voltando ao Centro, Sara falou-me sobre um novo projeto, que seria lançado no dia seguinte, em parceria com uma empresa de telefonia celular e a Federação Gaúcha de Jiu-Jitsu. Perguntei então qual seria a participação deles [empresa] no projeto e ela me explicou que “eles pagam os treinadores e quimonos”. Seriam, inicialmente, duas turmas: 15 alunos na turma da manhã e 15 na da tarde.

No Centro passamos ainda pelo Laboratório de Informática e uma pequena biblioteca. Sara me explicou que oferecem aulas de maquiagem nas segundas e terças-feiras, uma sala para o Pró-Jovem, uma Sala de Cinema (em reforma), um Tele centro e o SASE (Serviço de Apoio Socioeducativo). Na sala do SASE, Renara nos recebeu enquanto realiza atividades com cinco crianças. Explicou que tratava-se do SCFV – Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para crianças e adolescentes, de 6 a 15 anos de idade. Disse que havia gente na lista de espera e que naquele momento teria 96 crianças registradas para atendimento, mas sua meta seria baixar para 80. Renara conversou conosco e falou sobre como a vila teria melhorado muito, que hoje os “carrões dos moradores de condomínios próximos atravessam a vila para cortar caminho<sup>25</sup>”. Renara contou ainda que entrou no Centro como educadora na coordenação

---

<sup>25</sup> Ver SKLAIR (2010) para a questão de Antropologia Urbana e segregação nas cidades.

há cerca de dois anos. Seguimos a visita, Sara explicou haver duas assistentes sociais contratadas e me mostrou uma sala, onde lia-se na placa da porta fechada “Serviço atendimento familiar” – e explicou que “devem estar em atendimento”. Na cozinha contou que seriam servidas, diariamente, cerca de 150 refeições para as pessoas da equipe. Voltamos à sala administrativa e Sirlei apresentou-me outra filha de Araci, responsável pelo projeto de jiu-jitsu que será lançado.

Agradei e iniciei uma conversa informal com Ana – coordenadora do cento de triagem. Expliquei brevemente meu tema de pesquisa e falei da dificuldade de ter acesso aos números de valores de doações– especialmente quando trato de saber o quanto é doado por empresas – e meu interesse em saber sobre sua articulação com o Governo. Ana Paula explicou que a maior parte dos recursos viria via Lei da Solidariedade no RS, por meio de editais, e que no site do Governo seria possível ver as empresas que aderem à lei do Governo Estadual; ela me falou como funcionava via um Instituto empresarial antes (extinto em janeiro de 2014): o Instituto abria editais para galpões de reciclagem (e diz que a média foi de 12 galpões no Estado); fazia balanço para a doação, valor que a empresa destinaria via lei da solidariedade à Rede de Parceria Social<sup>26</sup>.

Pedi então a ela que me falasse um pouco sobre a questão da reciclagem e como se articulam Empresas, Institutos e Governo. Ela me falou sobre a extinção do Instituto empresarial e como a questão passou a ser centralizada na empresa transnacional. Ela me apresentou, como exemplo, um projeto da Coca-Cola para o ano de Copa do Mundo, que envolveria catadores de lixo no RS: a empresa montaria um posto de coleta no estádio durante os jogos do mundial e que três representantes de galpões de reciclagem de Porto Alegre foram selecionados para trabalharem no local para que os turistas pudessem visitar, uma espécie de *unidade modelo no estádio*. Observei que Ana vestia a camiseta do “Todos Somos Porto Alegre”, que me mostrou empolgada quando perguntei sobre o projeto. Ana explicou que fechariam uma equipe de trinta e três pessoas para realizar a primeira etapa: busca ativa nas ruas de catadores e carroceiros em convênio com Prefeitura Municipal. Voltando à questão de

---

<sup>26</sup> Sobre a Lei da Solidariedade, ver: [http://www.stds.rs.gov.br/conteudo.php?cod\\_conteudo=2055](http://www.stds.rs.gov.br/conteudo.php?cod_conteudo=2055)  
Na página da Rede Parceria Social na internet [<http://www.redeparceriasocial.rs.gov.br/>] deparamo-nos com os logos das seguintes organizações: Gerdau, Renner, Randon, Artecola, Zaffari, Dana, CEEE, Sulgás, Banrisul, FAMURS, Parceiros Voluntários.

doações, ela disse que a partir da lei da solidariedade fica claro para as empresas mostrarem o que é repassado e que a principal forma de doação é pela rede. Explicou que pessoas física e jurídica podem fazer doações para o Centro por meio do Funcriança (estadual) e do Fundo Nacional de Assistência a Crianças e Adolescentes.

**6. Terceiro Setor, Institutos e Fundações: um cenário de disputas:** Tendo observado até aqui como os atores em questão estão construindo discursos, práticas e performatividades do que elaboram como o mercado da filantropia no Brasil, não posso ignorar a centralidade da lógica administrativa e de gestão presente nesse universo, o que também já foi notado por pesquisadores como Landim e Scalon (2010) e Rohden e Goes (1998). No entanto, na pesquisa de Rohden e Goes (idem) sobre o Prêmio Eco, na década de 90, os autores indicavam que “No Brasil, entretanto, as fundações ocupam uma posição minoritária, já que sua criação concentra-se nos últimos anos”. Esse cenário parece ter se invertido: em 2014 os Institutos e Fundações ligadas a empresas parecem centralizar o universo das *doações* e dos *projetos sociais*. É este enfoque que priorizarei dentre os diversos elementos trazidos em um evento intitulado 11º Seminário do Terceiro Setor gt3s: Gestão, Sustentabilidade e Parcerias em Debate.

Logo no início deste evento encontrei o interlocutor Ricardo, sentado na primeira fileira e fui cumprimentá-lo. Mais tarde ele veio até mim e apontou a Assistente Social, Diretora de uma Fundação e com uma trajetória profissional ligada ao Terceiro Setor, Joana, dizendo que seria uma pessoa com quem eu deveria conversar e que, de fato, viria a ser uma interlocutora. Nesta ocasião, Patrícia Mendonça, Doutora em Administração Pública e Governo, Gestão e Políticas Públicas pela Fundação Getúlio Vargas - FGV, Professora da Universidade de São Paulo (USP) divulgou a pesquisa encomendada por uma rede de organizações (FGV CEAPG; WF Kellogg Foundation; D3 - articulação para diálogos, direito e democracia e Aliança Interage); intitulada: “Arquitetura institucional de apoio às entidades da sociedade civil<sup>27</sup>”. Patrícia iniciou sua fala indicando que a pesquisa partiu também de uma necessidade de “pressionar Governo por políticas públicas de direitos”. Ela enfatizou em sua fala pontos como: “como fazer para conseguir dinheiro com Governo, empresas, doadores locais?”;

---

<sup>27</sup> Disponível em [http://ceapg.fgv.br/sites/ceapg.fgv.br/files/arquivos/Pesquisa\\_Apoio\\_OS/rf\\_eixo\\_nov\\_for\\_mob\\_rec\\_oscs\\_bras.pdf](http://ceapg.fgv.br/sites/ceapg.fgv.br/files/arquivos/Pesquisa_Apoio_OS/rf_eixo_nov_for_mob_rec_oscs_bras.pdf) Acessado em 11 de julho de 2014.

“Como convencer a sociedade do apoio que estamos dando?”; “onde está o dinheiro da sociedade civil? Há uma grande falta de dados, informações sobre isso”; “4 fontes de recursos: cooperação internacional; novos formatos; recursos públicos (convênio Governo Federal); Investimento Social Privado – corporativo – filantropia empresarial”; “novos formatos não são novos propriamente, mas aliados com a tecnologia da informação, etc., se torna novo”; “necessidade de pressionar o Governo – organizações que lutam por Direitos para fortalecer a democracia”, “ONGs profissionalizadas a partir da Constituição de 1988”; “Arcabouço conceitual dos “direitos humanos” (ONU); “Dificuldade em obter dados sobre financiamento das OSCIPs – limitados, desatualizados, sem parâmetros de medição/acompanhamento”; “De onde tá vindo o dinheiro? A gente não consegue responder essa pergunta, a gente não sabe...”; “Crise desde 2008 nos países tradicionalmente doadores, “a África tá pegando mais [doações], diminuiu no Brasil; “redirecionamento de agendas neste âmbito” (meio-ambiente; saúde; agricultura); “os brasileiros doam muito, sempre doaram, mas isso nunca foi medido”<sup>28</sup>; “não tínhamos doações institucionalizadas, isto está mudando com o aumento da renda”; “IDIS indica que a doação informal acontece ainda muito em pequenas e médias cidades”; “EX.: São Paulo, abordagem “*face to face*” – pessoa aborda na rua, apresenta o projeto e já tem máquina de cartão – a plateia parece se espantar e conversa”. Patrícia apresentou os seguintes dados: Segundo Landim, o brasileiro médio doaria R\$396 ao ano. Segundo o IDIS R\$388, “mas são pesquisas muito recortadas”. Segundo Pesquisa Child Fund Brasil, dados da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) e censo IBGE – há 17 milhões de doadores no Brasil, sendo o valor estimado de R\$5,2 bilhões/ano com a concentração na Classe C; “classe C seriam principais doadores”. Segundo Landim e Scalón em seu texto “Quem dá e quem não dá, eis a questão”<sup>29</sup>:

“...entre os mais pobres e bota pobre nisso - há quem abra mão de alguma parte do que tem para fazer donativos. 8% das pessoas que recebem até um salário mínimo fazem doações em dinheiro. Mais que isso, entre as pessoas que têm renda familiar entre um e dois salários, 13% doam dinheiro para instituições (sendo que aí a proporção dos que doam bens - 26% - é idêntica à que possuem mais de 20 salários). É muita gente. Qual a proporção de sua renda da abrem mão? Nada menos do que 3,6% do que possuem - uma proporção muito maior, claro, do que a observada quanto aos mais ricos: para os que recebem acima de 20 salários, a quantidade doada representa apenas 0,8% da sua renda”.

---

<sup>28</sup> Ver LANDIM, L.; SCALÓN, M. C. Doações e trabalho voluntário no Brasil - uma pesquisa. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2000.

<sup>29</sup> Disponível em: <http://www.ufrn.br/sites/enghodesonhos/mediateca/artigos/Solidariedade.pdf>

Patrícia prosseguiu indicando que “há organizações internacionais captando [recursos] aqui, com todo seu expertise, para projetos no exterior”; “há a necessidade de criar base de dados, senão vêm estas organizações captar com nossos doadores e coloca em projetos fora do país”; “questão das denúncias [contra ONGs] e como a mídia divulga”; “problema que o Governo não mexe no marco regulatório”; “convênio como instrumento mais utilizado para transferência de recursos do Governo Federal”; “briga pelo marco regulatório, mas não para ajustar leis já existentes”; “Entendimento sobre defesa de direitos não é consensual no Governo”; “Esse dinheiro [das empresas] vai para OSCIPs? Não, a maior parte do dinheiro vai para operações, projetos internos em parceria dos Institutos e Fundações próprios das empresas”; “medo de que ONGs façam protestos, se oponham às empresas” – o IDIS teria mostrado um índice “animador” de que esse dinheiro pode vir a ser repassado<sup>30</sup>.

Destaquei os principais pontos de fala da palestrante, bem como suas principais indicações sobre a pesquisa, por serem pontos de fala recorrentes no universo em que circulo. A Professora Dr. Patrícia Mendonça encerrou a sua fala destacando que o cenário do terceiro setor, na captação de recursos, está se tornando crítico. Segundo ela, isso aconteceria devido à proliferação de Institutos e Fundações ligados a empresas, que agora não mais repassam recursos, investem apenas em seus projetos e muitas vezes esses são diretamente ligados aos interesses da organização – o que vemos novamente na entrevista a seguir.

Tendo participado do evento do Grupo de Trabalho do Terceiro Setor (gt3s), marquei uma entrevista/conversa com Joana. Enquanto aguardava na recepção, visualizei na parede um mural, com o título “Mãos que ajudam” e vinte e uma placas de gesso com as mãos incrustadas de *personalidades* como Jorge Gerdau, Ricardo Vontobel, entre outros. Além disso, conforme informativo da Fundação visitada, poder-se-ia encontrar a “Parede do Capital Social” no interior do prédio da organização<sup>31</sup>. Fui recebida por Joana em sua sala, localizada na frente do prédio. Ela me pediu que falasse um pouco sobre minha pesquisa. Joana fez então uma fala que me lembrou uma espécie de orientação para o trabalho, perguntando-me sobre meu referencial teórico e meu marco analítico para o estudo.

---

<sup>30</sup> Pesquisa completa disponível on line em:

[http://www.avina.net/por/wp-content/uploads/2013/09/rf\\_eixo\\_nov\\_for\\_mob\\_rec\\_oscs\\_bras.pdf](http://www.avina.net/por/wp-content/uploads/2013/09/rf_eixo_nov_for_mob_rec_oscs_bras.pdf) Acessado em 19 de junho de 2014.

<sup>31</sup> Disponível em: [http://www.fijo.com.br/jornais/outubro\\_2007.pdf](http://www.fijo.com.br/jornais/outubro_2007.pdf) Acessado em 20 de junho de 2014.

Ela explicou que, a seu ver, práticas empresariais são diferentes de filantropia. Ela falou de termos como *filantropia*, *doação*, *caridade e solidariedade*. Novamente recebi uma série de instruções: o que ler, com quem falar, o que devo fazer em minha pesquisa, de que hipótese partir, etc. Ao final, ela me explicou que havia uma série de colegas que trabalhavam com pesquisas sobre o Terceiro Setor e me permitiu que conversasse longamente com uma delas.

Iniciei assim uma conversa com Rosana, a quem expliquei um pouco de minha pesquisa. Ela disse se interessar muito por Antropologia, e contou que teria *migrado* da engenharia para trabalhar com *desenvolvimento social* e que sempre que pode busca ler coisas relacionadas com a disciplina. Rosana enfatizou que haveria muita dificuldade das organizações do terceiro setor em levantar fundos e que muitas vezes a doação estaria relacionada com a questão religiosa. Buscando referência nas doações que são feitas nos EUA sugeriu ligações ao protestantismo e judaísmo, fazendo correlações também com o dízimo da igreja católica e o *Tsedacá* judeu. Rosana disse ainda observar uma dimensão de participação comunitária nos EUA, que antecede a doação; me indicou também nomes de possíveis interlocutores e leituras. Ao final de quase duas horas de conversa, Rosana desabafou: “Estamos à beira de uma crise, está havendo mudança na forma de atuação das empresas, que antes, via renúncia fiscal, mandavam para Instituições recursos que agora alocam nos seus projetos dentro de Institutos e Fundações” e citou como exemplos a empresa X que apoiaria uma ONG com cursos técnicos, mas para capacitação de funcionários para sua organização.

**7. Instituto Empresa:** No dia 19 de maio realizei uma entrevista com o Diretor do Instituto Empresa, Josué. Novamente o mesmo roteiro: expliquei minha pesquisa a Josué, que me fez algumas perguntas, entre elas “Por que filantropia?”, questionando sobre meu tema de pesquisa e “o que você pretende fazer depois de acabar o doutorado”? Após essa conversa introdutória sobre minha pesquisa, suas perguntas e recomendações, ele me perguntou se eu teria um roteiro de perguntas ou “como vai ser”? Munida de uma pasta com livros – referenciais teóricos – matérias de jornal e o roteiro de perguntas, retirei este e iniciei meus questionamentos. Primeiramente ele me falou um pouco sobre a história da família diretora da Empresa e do Instituto – algumas coisas que eu já havia lido e assistido *on line*. Diz que buscam sintetizar na marca tudo o que a empresa é, uma organização de origem familiar que

prática “ação solidária produtiva” (ver Rohden e Goes 1998, p.179). Falou da vinda desta família para o Brasil: questão da religião luterana, disciplina e *solidariedade pragmática*. No fim do século XIX, o patriarca teria se instalado no Brasil, buscando *realizar auxílio para que a comunidade que o recebia vivesse melhor*. Contou que este foi um Pioneiro com uma fábrica e disse que na época a família já doava, apoiando hospitais e uma antiga Sociedade. Em 1945, uma nova figura teria entrado na empresa com uma visão mais integrada, com a premissa das partes interessadas crescerem juntas, o que me lembra premissas de *endomarketing* das quais tratei alhures<sup>32</sup>. Relatou ainda que este fazia “pequenas ações como oferecer café da manhã para carroceiros de lixo, o que fazia com que o material coletado - e que serviria de matéria prima - fosse entregue a ele e não a concorrentes”.

Josué explicou que a Fundação Empresa iniciou como um projeto para *colaboradores* com cursos, rancho, atendimento de saúde. Nos anos dois mil, o Instituto Empresa foi criado com três focos de investimento: “1. Foco no indivíduo: Indivíduo faz mudança; indivíduo faz melhor se tem igualdade: Educação; 2. Gestão da Qualidade: Programas de Qualidade; 3. Mobilização Social: privilegiam o trabalho voluntário; ações pontuais: nutrição infantil, câncer de mama”. Explicou que são essas então as três frentes do Instituto: Educação, Qualidade e Gestão, Trabalho Voluntário. Questionado sobre como decidem onde alocar dinheiro, ele me explicou os critérios utilizados: “1. Impacto direto nas comunidades e diferenças locais; 2. Pessoas que podem ajudar na sociedade/mundo e aí destinam apoio para organizações como Junior Achievement e AIESEC; Programa 5s na escola; 3. Influência na cadeia de negócios: melhoria dos fornecedores e clientes; 4. Utopia absoluta: como fazer o Brasil melhorar”. Contou que há 14 países, onde a empresa atua, atualmente com processos estruturados, mas que não se utilizam do termo *filantropia* e diz que suas ações são um diferencial frente à concorrência: “ajuda para ser visto com o consumidor”.

Quanto aos valores doados/repassados, Josué disse que segue a média de 1% em todas as empresas, mas que no caso do Instituto Empresa é 1% do lucro bruto destinado a suas causas eleitas e que isso passa pelo Conselho Administrativo, mas enfatizou ainda uma necessidade de otimização da renúncia fiscal. Para Josué, a figura do *Visionário* é aquele “com um

---

<sup>32</sup> Dissertação de mestrado defendida pelo PPGAS/UFRGS em janeiro de 2013, intitulada: “Vestindo a camiseta: engajamento institucional e construção de identidades no contexto de intercâmbios culturais da AIESEC”.

instrumento na mão: a caneta para fazer”. Ao final de mais de duas horas de conversa, Josué sugeriu que eu deveria ir a São Paulo entrevistar uma série de pessoas que poderiam ser interessantes para a pesquisa. Mostrou-me alguns quadros ao fundo da sala ampla, onde trabalhavam diversas pessoas. Logo avistei Diego, a quem reencontrei em um evento de uma Fundação em Porto Alegre, que trabalha atualmente no Instituto e a quem eu já conhecia por ter sido membro e Presidente da AIESEC Porto Alegre. Josué prosseguiu dizendo que o voluntariado é mais fácil onde as pessoas estão mais próximas da comunidade e que a empresa dá horas para trabalho voluntário e isso poderia ser convertido em cerca de R\$4 milhões de hora/trabalho; destacou a ausência de *grandes lideranças na área social*, disse haver uma *crise de lideranças* e isso também porque haveria *falta de reconhecimento*. Me presenteou então com exemplares de dois livros, que se encontravam em cima de sua mesa, intitulados: “Foco do Cliente” e “Capitalismo Consciente”.

**8. Considerações Finais:** Ao longo deste artigo busquei evidenciar as implicações de realizar uma pesquisa com elites, em um campo de disputas, no qual os sujeitos pesquisados possuem interesses muito específicos na sua própria configuração e domínio. Além de percorrer uma trajetória específica, ilustrada em uma rede, e falar com indivíduos indicados pelos interlocutores, as informações são de difícil acesso, não ficam claras as cifras do quanto é doado nem os nomes de quem exatamente doa no Brasil – como indicado nas pesquisas trazidas ao longo do texto e na fala da Professora Patrícia Mendonça. É interessante perceber como discursos e práticas distintas se colocam nos espaços percorridos e imbricam a formação de profissionais para compor uma elite: organizações não governamentais, investimentos social e filantropia, Terceiro Setor, Institutos e Fundações, Empresas, Consultores e agentes do Governo. Assim sendo, o campo da filantropia no Brasil, que estrutura-se a partir de redes e articula-se para ganhar força enquanto mercado – com produtos, serviços, valores de troca e *expertise* específicos – apresenta-se como um campo complexo, no qual se articulam uma série de atores desde beneficiários, voluntários, ONGs, captadores de recursos, consultores, empresários, Governos, ONGs e sociedade civil, bem como engloba iniciativa privada, terceiro setor e políticas públicas. Com o intuito de operar em um mercado chamado de *social*, são ofertados inúmeros cursos, palestras, congressos e conferências, sendo a quantidade de



opções e os valores das inscrições e custos envolvidos, muitas vezes, impeditivos da participação. Da mesma forma, a restrição do *público-alvo* destas ações marca o distanciamento entre a elite que circula nesses espaços de formação e o universo da *pobreza* sobre a qual intervém.

Talvez emergente dessa complexidade, foi possível, a partir deste primeiro contato, identificar uma série de conceitos, que aparecem em campo e se articulam nas falas de interlocutores, compreendendo, principalmente: filantropia, responsabilidade social corporativa/empresarial e investimento social privado. As definições utilizadas por Ricardo, principal interlocutor, são derivadas do Instituto Ethos – organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP) vinculada à RSC – e do GIFE – referência no campo do Investimento Privado. De acordo com seu material: “Responsabilidade Social Corporativa é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social” e Investimento Social Privado é “o uso planejado, monitorado e voluntário de recursos privados – provenientes de pessoas físicas ou jurídicas em projetos sociais de interesse público”. Quanto à noção de *filantropia estratégica* – que engloba, por vezes, essas práticas distintas - ou *marketing de causas*<sup>33</sup> é definida por “estabelecimento parcerias, facultando a promoção conjunta de causas” e com o objetivo de gerar lucro.

Percebe-se entre essa elite a operação da lógica evolutiva de que o capitalismo seria um sistema complexo, sujeito a falhas, que iriam progressivamente sendo ajustadas em suas *novas versões*<sup>34</sup>. Quanto aos fatores levantados referentes aos motivos pelos quais se doa ou não no Brasil, destaca-se a valorização do sujeito, da figura do mecenas, do filantropo e/ou investidor social junto a seus pares, enquanto um valor positivo para doação. Quanto à desconfiança, no Brasil, em relação às instituições, é o fator que aparece como uma das principais causas de não doação, associado a uma noção êmica de *fator cultural* pelo qual o brasileiro não doaria.

A realização dessa pesquisa junto ao universo da elite que compõe – e disputa – o cenário contemporâneo da filantropia brasileira, denota a acentuada dificuldade em encontrar figuras

---

<sup>33</sup> Ver RENDEIRO, Humberto. Museus: o colapso do “Estado-Providência” e a emergência da filantropia estratégica. Disponível em: [https://www.academia.edu/1624047/Museus\\_o\\_colapso\\_do\\_Estado-Providencia\\_e\\_a\\_emergencia\\_da\\_filantropia\\_estrategica](https://www.academia.edu/1624047/Museus_o_colapso_do_Estado-Providencia_e_a_emergencia_da_filantropia_estrategica)

<sup>34</sup> Ver BARNES, Peter. Capitalism 3.0. Livro citado por interlocutores.

públicas que se destaquem como filantropos doadores de altas somas, como indica minha interlocutora Joana: “tem quem doe, mas muitas vezes essas pessoas não querem ser identificadas”. No entanto, são inúmeras as figuras de empresários, gestores e administradores de ONGs que povoam o campo, circulam em eventos e premiações. Observa-se uma série de atores estabelecendo carreiras no que proponho chamar de *o mercado do social*, identificando-se como *aqueles que fazem o que o Governo não faz* e que darão as bases e diretrizes de um devir ser da sociedade.

As implicações éticas de conduzir a pesquisa neste universo, fazem com que uma série de dados não possam ser incorporados à análise – seja pelo pedido explícito de sigilo por parte de interlocutores, seja pelo conhecimento de que podem interferir na vida profissional e até mesmo pessoal dos pesquisados. Da mesma forma, aparece em campo a negociação constante da expectativa dos interlocutores – desde o uso de referências até a busca por ajudar a definir hipóteses e análises – e do meu posicionamento enquanto pesquisadora, tentando evidenciar que o caráter antropológico de meu estudo e minhas escolhas teóricas nem sempre estão de acordo com as práticas discursivas e de intervenção dos atores com quem trabalho. Somando as questões da pesquisa e do fazer antropológico das (e com as) elites às análises elaboradas acerca da conjugação do Setor Privado, Terceiro Setor e Estado, se encontra uma riqueza de detalhes para uma análise que não se encerra por aqui e que enseja ser colocada ainda mais em foco para tentar compreender, de forma aprofundada, o cenário contemporâneo da filantropia no Brasil.

## Referências:

ABÉLÈS, Marc. “Les Nouveaux Philanthropes”. In: *Les Nouveaux riches – un ethnologue dans la Silicon Valley*. 2002. p.123-178.

BHABHA, Homi K.. “Introduction: narrating the nation” e “DissemiNation: time, narrative and the margins of modern nation”. In: Homi K. Bhabha (ed). *Nation and Narration*. London, Routledge, 1990, p. 1-7 e 291-322.

BOURDIEU, Pierre. “É possível um ato desinteressado?”; “A Economia dos Bens Simbólicos”. In: *Razões Práticas*. Campinas, Papirus, 1996.

\_\_\_\_\_. *A Distinção. Crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.

BUCKEL, Sonja. FISCHER-LESCANO, Andreas. “Reconsiderando Gramsci: hegemonia no direito global. In: *Rev. direito GV* vol.5 no.2 São Paulo July/Dec. 2009.

CALLON, Michel. *Los Mercados y lá performatividad*. Traducido de: *The embeddedness of economic markets in economics*, introducción en Callon, M. (ed.) (1998) *The laws of the markets*. Oxford: Backwell.

ELIAS, Norbert. *Uma História dos Costumes*, (vol. 1 de *O Processo Civilizador*). Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1994.

GRANOVETTER, M. “The Strength of Weak Ties”. In: *American Journal of Sociology* 78. 1360-1380, 1973.

\_\_\_\_\_. “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”. In: *American Journal of Sociology* 91. 481-510, 1985.

HOBBSBAWM, Eric. "Introdução: a invenção das tradições" e "A Produção em Massa das Tradições: Europa 1879 a 1914". In: Eric Hobsbawm e Terence Ranger (orgs). *A Invenção das Tradições*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1984, p. 9-23 e 271-316.

LANDIM, L.; SCALON, M. C. Doações e trabalho voluntário no Brasil - uma pesquisa. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2000.

LANDIM, Leilah. (Org.). *Ações em sociedade: militância, caridade, assistência etc..* Rio de Janeiro: Nau, 1998.

LATOUR, Bruno. *Reassembling the Social*. Oxford University Press, 2005.

LAW, J. *Organizing Modernity*. Oxford: Blackwell, 1984.

LÖFGREN, Orvar. “The Nationalization of Culture”. *Ethnologia Europea. Journal of European Ethnology* vol. 19, no. 1, 1989, p. 5-24

MÜLLER, Lúcia Helena. "A construção do social a partir da ótica empresarial". In: BARBOSA, Lúvia (org.). *Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre Nós e os Outros*. Editora Atlas, 2009.

OLIVEN, Ruben George. "Nação e Tradição na Virada do Milênio". In: *A Parte e o Todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação*. Petrópolis, Vozes, 2006, p. 17-37.

PAULA, Sergio Goes de. ROHDEN, Fabíola. "Filantropia Empresarial em Discussão: números e concepções a partir do estudo do Prêmio Eco". In: LANDIM, Leilah. (Org.). *Ações em sociedade: militância, caridade, assistência etc.*. Rio de Janeiro: Nau, 1998. p. 173-239.

PULICI, Carolina. "Sociologia do Gosto: Notas sobre um Confronto Bibliográfico". *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais* no. 67, 2009, p. 95-109.

REIS, Elisa P. A desigualdade na Visão das Elites e do Povo Brasileiro. In: SCALON, Celi. (org.). *Imagens da Desigualdade*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ/UCAM, 2004.

SEIDL, Ernesto. "Estudar os Poderosos: sociologia do poder e das elites". In: SEIDL, Ernesto GRILL, Igor Gastal. (orgs.). *As Ciências Sociais e os espaços da política no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

SAYAD, Abdelmalek. *A Pobreza exótica: A imigração argelina na França*. RBCS. N. 17, out. 1991.

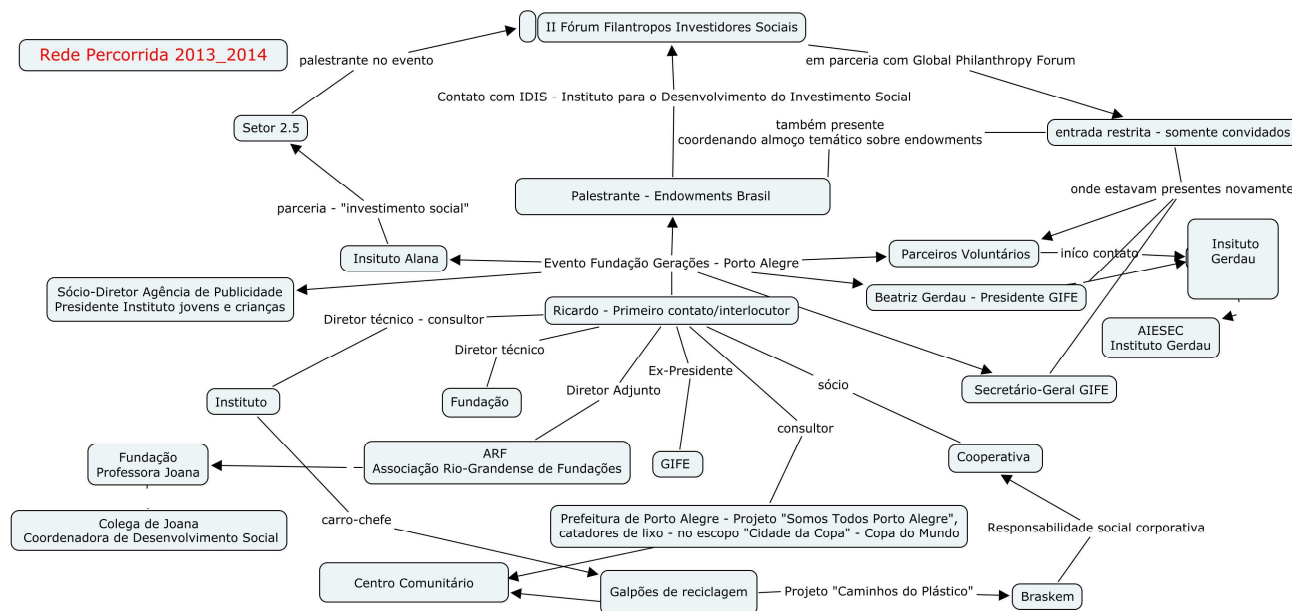
SCHUCH, Patrice. VIEIRA, Miriam Steffen. PETERS, Roberta.(orgs.): *Experiências, dilemas e desafios do fazer etnográfico contemporâneo*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2010.

SKLAIR, Jessica. *A filantropia paulistana: ações sociais em uma cidade segregada*. São Paulo: Humanitas, 2010.

WEBER, Max. "Relações Comunitárias Étnicas" In: *Economia e Sociedade*. V.I: Brasília, Editora da Universidade de Brasília. 2ª parte, capítulo IV. (pp.267-277), 1991.

## ANEXO 1

### REDE



## ANEXO 2

### VALORES INSCRIÇÃO CONGRESSO GIFE 2014



**8º Congresso GIFE**  
Por um investimento social Transformador

**19 a 21**  
de março  
de 2014

**Sheraton São Paulo WTC Hotel**  
Av. das Nações Unidas, 12559  
Brooklin Novo - São Paulo, Brasil

[f](#)
[t](#)
[e](#)
[v](#)

---

Apresentação
Programação
Palestrantes
Notícias
Inscrições
Realização
Dúvidas frequentes
Fale conosco

Você está em: [Home](#) > [Inscrições](#)

## INSCRIÇÕES

		Até 14/02/2014	Até 07/03/2014	Até 21/03/2014
Completo	Associados*	R\$ 1100	R\$ 1500	R\$ 1700
	Não Associados	R\$ 1700	R\$ 2100	R\$ 2300
1 dia**	Associados*	R\$ 720	R\$ 1000	R\$ 1300
	Não Associados	R\$ 1200	R\$ 1400	R\$ 1800