Que financiamento para que cultura? O apoio do setor público à atividade cultural*

Enrique Saravia**

Sumário: 1. Introdução; 2. O financiamento do desenvolvimento cultural: componentes — política cultural; 3. Sistemas internacionais de financiamento da cultura e das artes: modelos existentes; 4. Novas formas de cooperação cultural internacional: dinâmica das relações culturais modernas no quadro de integração — o financiamento internacional especializado.

Palavras-chave: financiamento à cultura; política cultural; cooperação cultural.

A partir de uma análise dos modelos básicos que orientam as políticas públicas de financiamento à cultura, este artigo faz um levantamento das diversas formas de financiamento — estatal e não-estatal — existentes em vários países em cada continente. Também são analisados os sistemas internacionais de financiamento às artes e apresentadas as novas tendências, resultado do quadro de integração dos países e organizações.

What financing for what culture? The public sector's support to cultural activity

Based upon an analysis of the basic models that guide the public policies for the financing of cultural activities, this paper surveys the different kinds of

* Este artigo, recebido em out. e aceito em dez. 1998, foi originariamente apresentado no seminário organizado pelo Fundo Nacional das Artes da Argentina, em Buenos Aires, de 19 a 21 de agosto de 1998. Ele é uma versão atualizada e ampliada do artigo intitulado *Financement de la culture en période de récession: réflexions à propos de l'Amérique Latine*, publicado pela *Revue Française d'Administration Publique* (65), jan./mar. 1993. As idéias fundamentais também orientaram o estudo de viabilidade para a criação de um sistema latino-americano e caribenho para a promoção da cultura e das artes, solicitado ao autor por ocasião da V Reunião de Ministros da Cultura e Responsáveis pelas Políticas Culturais da América Latina e do Caribe (Caracas, 16 a 18 de novembro de 1992).

** Coordenador do Programa de Estudos sobre Gestão Cultural (PEGC), professor da EBAP/FGV e membro do Comitê Científico da Associação Internacional de Administração das Artes e da Cultura (Aimac) e do conselho editor do *International Journal of Arts and Culture*.

financing — both State and private — in several countries in all continents. The paper also analyzes the international systems for art financing and presents the new trends that result from the current scenario of integration among countries and organizations.

1. Introdução

A partir do século XV, criou-se consenso em torno de dois aspectos relacionados com a cultura e as artes. O primeiro era que a produção artística constituía uma vocação autônoma dos indivíduos e comunidades e, como tal, podia ser exercida livremente, na medida em que a sociedade a tolerasse. A não-aceitação por parte da comunidade provocaria, segundo as épocas e as matérias, a ativação das censuras moral, religiosa e política. O outro aspecto relacionava-se ao apoio dos governantes: ele seria outorgado às manifestações que contribuíssem para a educação dos jovens e da comunidade ou que enaltecessem o prestígio do país ou de seus governantes.

A lenta evolução desses consensos levou ao surgimento dos dois modelos básicos que orientam as políticas públicas de financiamento da cultura: o Estado orienta e financia a atividade cultural, ou a comunidade é que financia e apóia ações culturais concretas, na medida em que, à luz de diversas perspectivas ou interesses, as considere legitimadas socialmente.

Nenhum dos dois modelos se apresenta hoje em estado puro. Mas os sistemas de cada país aproximam-se de cada um deles. Pode-se afirmar que os dois sistemas nacionais de apoio à cultura mais conhecidos, o francês e o norte-americano, representam, na prática, os dois tipos de política pública cultural.

2. O financiamento do desenvolvimento cultural: componentes — política cultural

Existem atividades que a sociedade — ou o governo — supõe legítimas. E a maioria delas requer financiamento. Por que se supõe a sua legitimidade? Porque, incluídas ou não nos enunciados da política oficial, elas são aceitas *a priori* pela sociedade. Em uma sociedade democrática, por exemplo, ninguém nega que o ser humano tenha direito de se manifestar culturalmente. A livre expressão das idéias sempre permitirá defender essa prerrogativa.

Como financiar essas atividades culturais ou, em outras palavras, "como a coletividade deve utilizar os recursos disponíveis para realizar de maneira eficaz uma animação cultural da sociedade global?" (Moles, 1969:45). A resposta enquadra-se no tema das políticas públicas referentes à cultura.

Segundo Girard (1972:130), uma política pública é um sistema explícito e coerente de fins últimos, objetivos e meios práticos, perseguidos por um

grupo e aplicados por uma autoridade. Qualquer política pública está integrada em um conjunto de políticas governamentais e constitui uma contribuição setorial à busca do bem-estar coletivo. Obedece, portanto, a prioridades que são mais rigorosas quando os recursos são escassos. Existe um sistema de urgências e relevâncias, tanto entre as áreas de política (econômicas e sociais), quanto dentro de cada política específica.

A política cultural abarca desde a preservação dos monumentos históricos e arquitetônicos até o fomento ao cinema, passando pelas diversas atividades possíveis no campo da música, das artes plásticas e das artes do espetáculo. As ações públicas em cada um desses setores estarão sujeitas a prioridades, determinadas, por sua vez, por linhas políticas e ideológicas. A áspera e antiga discussão sobre cultura erudita, cultura popular e cultura de massa; a questão do nacional *versus* o cosmopolita; a ação das indústrias culturais: essas questões integram o conjunto de problemas a partir de cujas respostas serão feitos os investimentos e destinados os recursos (Saravia, 1990).

Como se compõe, modernamente, o financiamento às atividades culturais? Suas modalidades principais são discriminadas a seguir.

- O apoio governamental canalizado através de:
  - — transferências orçamentárias;
  - — fundos especiais institucionalizados;
  - — ação dos bancos oficiais;
  - — ação de outras instituições públicas não-culturais;
  - — isenções ou deduções tributárias;
  - — domínio público pagante.
- Os financiamentos não-estatais (setor privado):
  - — mecenato;
  - — patrocínio;
  - — fundações e organizações empresariais.
- As indústrias culturais.
- Os produtores culturais.
- O público.
- A cultura autogerida.

Apoio governamental: o Estado financiador da cultura

No jogo integrado de ações diversas que é, ou deveria ser, a política pública, por que o Estado teria de se preocupar com os produtores culturais? Existem

razões que justifiquem que o governo destine parte de seus recursos — escassos por definição — ao fomento e ao financiamento da cultura e dos artistas? A questão é tão antiga quanto a história do pensamento ocidental. De Platão em diante, muitas respostas foram esboçadas ao longo de 2.400 anos. Vimos anteriormente que os argumentos principais baseiam-se na legitimidade das ações culturais. Cada época legitima a seu modo. Os tempos que correm exigem respostas adequadas ao economicismo que impregna o discurso contemporâneo. Além disso, os tecnocratas só entendem a linguagem da produtividade e da rentabilidade. A Unesco (1982), então, formula seu argumento em termos comedidos: "a cultura é, atualmente, um fator essencial do desenvolvimento (...); a elevação do nível cultural cria condições propícias para o aumento da produtividade dos recursos econômicos, financeiros e tecnológicos. Elevando o nível cultural dos povos, é mais fácil melhorar o nível de vida social e institucional. Finalmente, a cultura pode ser um fator de integração dos povos, de unidade nacional, de resistência à uniformização e à modernização sem alma, um fator de conciliação das situações conflitantes criadas pela economia, um agente de compreensão econômica e social que pode favorecer a cooperação econômica".

Essa concepção da cultura como mero instrumento do desenvolvimento econômico pode ser legível para os funcionários incumbidos de elaborar o orçamento público, mas nada tem em comum com o pensamento dos que estudaram a fundo as relações entre o Estado e a cultura. Assim, García Canclini prescreve para a política cultural um papel que "não se limita a ações pontuais, mas que se ocupa da ação cultural com um sentido contínuo (através de toda a vida e em todos os espaços sociais) e não reduz a cultura ao discursivo ou ao estético, já que procura estimular a ação coletiva através de uma ação organizada, autogestora, reunindo as iniciativas mais diversas (de todos os grupos, no político, no social, no recreativo etc.). Além de transmitir conhecimentos e desenvolver a sensibilidade, procura melhorar as condições sociais para descobrir a criatividade coletiva. Busca-se que os próprios sujeitos produzam a arte e a cultura necessárias para resolver seus problemas e afirmar ou renovar sua identidade" (Canclini, 1987:51). Canclini (1987:19) afirma também que "para descobrir o sentido global dessas políticas necessita-se, além disso, da reflexão dos protagonistas, da pesquisa empírica que avalie a maneira como as ações públicas se vinculam às necessidades sociais".

Em que medida deve o Estado intervir é outra das questões candentes na difícil relação entre os poderes públicos e os produtores culturais. Nosso tempo tem registrado desde o dirigismo mais grosseiro até as posturas mais respeitosas ("assistir sem interferir", como queria André Malraux). A França ilustrou a polêmica com algumas imagens brilhantes, que sintetizam de forma perfeita os termos da discussão. Jacques Duhamel assim definia o papel do Ministério da Cultura: "a missão do Estado não é criar a cultura, mas ajudá-la a nascer e a ser transmitida por meio das obras vivas que constantemente a enriquecem e através das obras concluídas que integram nosso patrimônio comum" (Girard, 1972:129).

O apoio financeiro do Estado é imprescindível, apesar dos perigos que envolve. Mesmo nos países de economia aberta, é evidente que "as forças de mercado não podem satisfazer, por si sós, as necessidades culturais de uma sociedade que muda velozmente. Os governos dos países de economia de mercado estão utilizando, de forma crescente, a ajuda estatal, através de subsídios diretos ou de órgãos semipúblicos" (Girard, 1972:91).

O mínimo que hoje se exige do Estado em matéria de política cultural é:

- a restauração e a preservação do patrimônio cultural;
- o fornecimento da infra-estrutura indispensável para a manifestação cultural;
- o fomento à formação artística e de recursos humanos para a cultura;
- a difusão dos bens culturais;
- a criação e manutenção de um clima de liberdade democrática, para que todo o anterior seja possível.

A ajuda estatal direta continua sendo, na América Latina, a forma mais freqüente de financiamento da cultura. Não analisaremos suas modalidades mais óbvias: transferências diretas do Tesouro e subvenções para manter instituições ou apoiar atividades culturais. Comentaremos, no entanto, algumas modalidades mais originais utilizadas pelo Estado em diversas latitudes e que lhe permitem agir, apesar das difíceis condições financeiras que hoje afetam a maioria dos países.

Fundos institucionalizados

Trata-se de fundos financeiros estabelecidos pelo Estado, administrados por um órgão colegiado próprio, com a finalidade de apoiar atividades culturais, que se institucionalizam e atuam com relativa autonomia.

Mencionamos, a seguir, os principais exemplos desta modalidade na região e em outros continentes.

Na América Latina existem várias expressões neste campo. O caso mais interessante e conhecido é o do Fundo Nacional das Artes da Argentina, estabelecido pelo Decreto-lei nº 1.224, de 3 de fevereiro de 1958, que mostra, através de seus sucessivos períodos de progresso e contrariedade, um rico catálogo de iniciativas para financiar a cultura. No mesmo país, opera também a Lei do Teatro, de 1997, que cria o Instituto Nacional do Teatro. Essa instituição dispõe de 8% dos fundos do Comitê Federal de Radiodifusão (Comfer) e de 1% dos impostos sobre o jogo.

Outro exemplo é o do Fundo de Desenvolvimento da Cultura e das Artes (Fondart), do Chile, que funciona desde 1992 e que em seis anos de funcionamento aprovou 2.261 projetos. Os projetos são avaliados por comitês integrados por três pessoas de reconhecido prestígio nos respectivos setores.

Existem também o Fundo de Apoio a Iniciativas Culturais Regionais, criado em 1990, o Fundo Universitário das Artes e o Fundo Nacional de Fomento ao Livro e à Leitura.

No México, o Fundo Nacional para a Cultura e as Artes (Fonca) foi criado por decreto presidencial de 2 de março de 1989. Seu objetivo é unir os esforços do Estado, a iniciativa privada e a comunidade artística em torno da preservação, promoção e difusão da cultura. Até 1998, o Fonca outorgou 3.811 apoios através de seus diversos programas. De outra parte, os 31 fundos estaduais para a cultura e as artes, que operam com contribuições do Conselho Nacional da Cultura e das Artes (órgão do governo federal) e dos governos dos estados, beneficiaram 2.546 artistas de todo o país. O Programa de Apoio às Culturas Municipais e Comunitárias outorgou 5.895 apoios. O total de todos esses apoios é de 12.252.

Cabe citar, também, o Fundo Nacional da Cultura do Equador (1984/85), a Atividade Cultural de Porto Rico (1988) e, na Colômbia, o Fideicomisso para o Desenvolvimento da Educação, Saúde e Cultura (Fidesac), constituído pelo Ministério de Economia e Crédito Público e o Banco Popular (1986), destinado a conceder empréstimos para apoiar os programas das instituições culturais, artistas, comercialização de obras de arte e ativos culturais, pagamentos de direitos autorais e financiamento de pesquisas. Em Trinidad e Tobago funciona, desde 1988, o Fundo da Cultura e do Desporto.

Nos EUA é importante The National Foundation on the Arts and the Humanities.[1] Essa fundação foi criada em 1965 por uma lei do Congresso que estabeleceu, também, o National Endowment for the Arts (NEA) e o National Endowment for the Humanities.

Foi criado, também, o Conselho Federal das Artes e Humanidades, formado por diretores de agências federais cuja atividade está relacionada ao desenvolvimento cultural e cuja finalidade é evitar duplicação de esforços nesta área. Existem, além disso, órgãos públicos de artes e cultura em todos os estados e em 3.800 municípios, que desenvolvem diversas formas de financiamento à atividade cultural.

Os objetivos do NEA são dar acesso amplo e democrático às artes, preservar o patrimônio cultural e fomentar a criação artística. O apoio é outorgado em três formas principais:

- doações a conselhos de arte dos estados e territórios norte-americanos, os quais, por sua vez, dão apoio financeiro aos solicitantes de suas respectivas jurisdições; essas doações compreendem 20% da disponibilidade anual do NEA;
- doações para projetos específicos de grupos e indivíduos em todos os campos da arte; para poder postular, o grupo deve ser uma organização sem fins lucrativos que esteja isenta de impostos pelas autoridades tributárias; a doação do NEA não deve exceder 50% do custo do projeto;

[1] As principais informações sobre esta instituição foram extraídas de DuBoff (1984).

- bolsas individuais, outorgadas a indivíduos de grande talento relacionados às artes; neste caso, o postulante não precisa contribuir com fundos próprios (*matching funds*).

Todas as solicitações são analisadas pelo National Council on the Arts, composto por membros nomeados pelo presidente da República, pelo Congresso e pelo presidente do NEA. O National Council em geral não rejeita as solicitações recomendadas pelos consultores do NEA, que são peritos particulares.

Em 1981, a administração Reagan propôs a redução de 50% do orçamento do NEA, com o pretexto de que isso serviria para estimular particulares e empresas a ampliar seu apoio financeiro às artes. O Congresso rejeitou a proposta. Foi importante, para isso, a manifestação de Edward M. Block, vice-presidente da AT&T, diante de um dos subcomitês de orçamento da Câmara dos Deputados: "se o governo federal consagra a noção de que as artes são meras diversões frívolas que são toleradas quando os tempos são favoráveis e abandonadas quando não o são, desconfio que o setor privado não estará disposto a realizar esforços heróicos para cobrir as deficiências" (DuBoff, 1984:165).

Desde 1965, o NEA financiou 110 mil projetos em um total de U$2,1 bilhões. Esses projetos geraram, por sua vez, U$1,1 bilhão em doações. Não obstante, a partir de 1981, registra-se uma diminuição das contribuições públicas para a cultura, tanto por parte do governo federal quanto da maioria dos estados-membros. Desde aquela época, o NEA está sob ataque permanente dos setores mais conservadores do Congresso dos EUA, que têm conseguido uma redução gradativa de seu orçamento.[2]

No Canadá, existem o Conselho do Canadá, o Fundo Cultural da Colúmbia Britânica e a Sociedade de Desenvolvimento das Indústrias Culturais de Quebec.

A França tem uma longa história de mecanismos de apoio à atividade cultural[3] a partir do Fundo de Intervenção Cultural (FIC), de 1971. Entre eles, cabe mencionar os seguintes:

- Fundo Nacional do Livro, criado pela Lei de Finanças de 1976 (art. 38) e administrado pelo Centro Nacional das Letras;
- Fundo Cultural do Livro, destinado à difusão de publicações no exterior;
- Fundo de Incentivo à Criação (Fiacre), criado por resolução do ministro da Cultura, em 4 de outubro de 1982, e que dá seu apoio a três tipos de ação

[2] Em 1992, o orçamento do NEA foi de US$176 milhões. Em 1996 foi cortado em 40%. Em 1997 foi reduzido a US$99,5 milhões e em 1998 a US$98 milhões.

[3] As informações sobre os fundos franceses foram extraídas, principalmente, de Pontier et alii (1990) e de La documentation française (1996).

(edição de obras sobre arte contemporânea; bolsas para criadores; auxílios aos promotores de manifestações artísticas nas regiões);

- Fundo de Apoio à Expressão Radiofônica, criado por decreto de 9 de outubro de 1987 e destinado às emissões de rádio que não recebem recursos publicitários nem emitem mensagens desse tipo;
- Fundo Nacional de Arte Contemporânea (FNAC), destinado a favorecer o conhecimento da obra de artistas vivos, através do empréstimo ou da aquisição de obras, e os fundos regionais de arte contemporânea (Frac), criados em 1982; também nesse campo funciona o Fundo de Auxílio à Demanda Pública, cujo objetivo é financiar obras de arte contemporânea destinadas a lugares públicos.

Existem, também, o Fundo de Fomento aos Ofícios Artísticos (Fema), o Fundo de Produção Coreográfica, criado em 1989, o Fundo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (FDIC) e o Instituto para o Financiamento do Cinema e das Indústrias Culturais (IFCIC), de 1983, o Fundo de Desenvolvimento da Criação Teatral Contemporânea, criado em 1984, e a Associação de Apoio ao Teatro Privado, que contribui para o equipamento de salas teatrais e para a criação e a promoção de determinados espetáculos. A associação é alimentada pelo Ministério da Cultura, pela Prefeitura de Paris e por uma taxa parafiscal sobre as entradas de teatro.

Funcionam, ainda, o Centro Nacional do Livro (CNL), os fundos regionais de aquisição de museus (Fram), criados em 1985, e o Fundo de Apoio às Variedades (FSV), que apóia o *jazz* francês e a canção.

Em outros países europeus, devem ser mencionadas as seguintes organizações: o Fundo Nacional das Artes (Dinamarca); o Fundo Norueguês (Lei Ulrik Hendrikson, de 1948), financiado com uma modalidade coletiva do *droit de suite*, o Fundo Cultural Norueguês (1964), os fundos noruegueses especiais de auxílio aos autores e tradutores (1947), financiados com o produto do *public leading right*, aos artistas e executantes (1956) e aos compositores (1965); o Fundo de Autores (Grécia); os fundos holandeses de apoio à criação.

No Reino Unido, é importante o Arts Council da Inglaterra, criado em 1945, com base no antigo Council for Encouragement of the Music and Arts. Até 1994, denominou-se Arts Council of Great Britain. Recebe fundos do Tesouro, é responsável pelo desenvolvimento e financiamento das artes e pela distribuição dos fundos da loteria — que contribui com £350 milhões por ano. Existem *arts councils* na Escócia, País de Gales e Irlanda. Até fins de 1997, os *arts councils* tinham concedido 9.036 subsídios que totalizavam £1,098 bilhão.

Podem ser citados, em outros continentes, o Australian Council e o Queen Elizabeth II Arts Council, da Nova Zelândia.

Bancos oficiais

A participação dos bancos no apoio à cultura é crescente. Os bancos públicos internacionais, como o Banco Mundial, o Banco Interamericano de Desenvolvimento e o Banco Africano de Desenvolvimento, têm apoiado alguns projetos culturais. O montante destinado aos mesmos é, não obstante, ínfimo em relação a seus recursos. Bancos públicos de alguns países latino-americanos tiveram, ao contrário, um destacado papel no respaldo à cultura. Há inúmeros exemplos nesse sentido. Alguns casos notáveis são:

- Banco da República da Colômbia, proprietário do famoso Museu do Ouro e patrocinador de numerosos e variados projetos culturais — a atividade cultural desse banco foi autorizada de forma expressa no art. 6 do Decreto nº 386, de 1982, e suas atividades específicas estão relacionadas ao manejo de bibliotecas, fundos bibliográficos e hemerotecas, ao Museu do Ouro, ao Museu de Arte Religiosa e aos museus numismático e filatélico, ao resgate e preservação arqueológicos, à atividade editorial vinculada a teoria econômica, direito econômico, história colombiana, antropologia, história e crítica da arte colombiana, à difusão da música e conservação do patrimônio musical nacional e, em especial, à organização de fundações que apóiem a atividade cultural, como a Fundação para a Conservação e Restauração do Patrimônio Cultural Colombiano, a Fundação para a Promoção da Pesquisa e da Tecnologia, a Fundação Jardim Botânico Guillermo Piñeres e a Fundação de Pesquisas Arqueológicas Nacionais, que subsistem das reservas que o banco lhes destina especialmente;
- Banco Central do Equador, proprietário de um riquíssimo museu de arte colonial e arte moderna e financiador de vários projetos de restauração de prédios históricos;
- Banco Central da Costa Rica, construtor e administrador de um completo centro cultural que inclui a Plaza de la Cultura de San José;
- Banco Central, o Banco da Reserva e o Banco Popular da República Dominicana, que contribuíram na restauração de monumentos;
- Banco Industrial do Peru, patrocinador de vários projetos culturais;
- Banco do Brasil, que, além de financiar numerosas atividades relacionadas à cultura, inaugurou em 1989, no Rio de Janeiro, um centro cultural dedicado a teatro, cinema, vídeo, exposições e conferências, e à administração da biblioteca do banco;
- cabe acrescentar os numerosos casos de compra e restauração de prédios históricos ou típicos que se destinam ao funcionamento de agências bancárias, assim como a formação de notáveis acervos de pinturas e esculturas.

Com relação à atividade cultural dos bancos, é bom destacar que não se trata de uma mera atividade de mecenato. Com efeito, os acervos artístico, histórico, antropológico e predial que eles adquirem transformam-se em um sólido ativo da instituição. Considere-se, apenas, o respaldo que o Museu do Ouro significa para o Banco da República da Colômbia.

Finalmente, é original o caso do Banco do Brasil, que atua, desde 1980, como financiador e avalista das instituições culturais brasileiras que compram documentos e outros objetos históricos em leilões realizados no exterior. Numerosas peças, de grande valor, foram assim recuperadas pelo país.[4]

Outras instituições públicas não-culturais

Vários organismos públicos cuja finalidade principal não é a atividade cultural também realizam projetos culturais. Citemos, como exemplo, o Instituto de Seguros da Costa Rica, proprietário e organizador do Museu do Jade, de singular valor artístico e arqueológico e a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafo, que restaurou vários prédios históricos, em diversas cidades do Brasil, para dedicá-los ao funcionamento de suas agências.

As emissoras públicas de televisão produzem e difundem, em muitos casos, programas culturais próprios ou de divulgação de outros projetos.

Isenções ou deduções tributárias

Esta fórmula bastante difundida, há muitos anos, na Europa e nos EUA consiste na isenção total ou parcial de impostos ou taxas, concedida às pessoas físicas ou jurídicas que financiam atividades culturais.

Uma das formulações mais completas é a estabelecida pela Itália na Lei nº 512, de 1982, que autoriza a dedução do imposto devido, sem limitação de valor, dos gastos destinados a:

- conservação e restauração de bens culturais;
- doações em favor do Estado, de entes públicos, fundações e associações sem fins lucrativos que destinam essa doação à aquisição, conservação e restauração daqueles bens;
- organização de mostras e exposições de interesse cultural relevante, assim como estudos e pesquisas necessários para essa finalidade.

---

[4] Aloísio Magalhães relata em detalhe essas operações em Magalhães (1985:229-34).

Prevê também a concessão de uso de bens imóveis estatais em troca de sua restauração pelo particular. Por outro lado, a lei de 30 de abril de 1985 permite deduzir do imposto devido, e dentro do limite de 2% da renda da empresa, as doações em favor de organismos sem fins lucrativos do setor de espetáculos (Brosio, 1989).

Na França, a Lei nº 87.571, de 23 de julho de 1987, determina que as empresas podem deduzir de seu lucro tributável, dentro do limite de 3% da sua renda bruta, o valor de aquisição de uma obra de arte, assim como os gastos de aquisição, locação ou manutenção de lugares históricos.

No Chile, a Lei de Doações Culturais (art. 8 da Lei nº 18.985, de 1990, sobre a reforma tributária), denominada Lei Valdés, autoriza empresas e pessoas a descontar do pagamento de seu imposto de renda 50% das doações para fins culturais. A isenção tem um teto global anual. Cada doação individual não pode exceder, em um ano, 2% da renda líquida tributável, para o caso das empresas. Para os particulares, esse percentual é calculado sobre a renda líquida global.

No Brasil existem dois tipos de deduções. Por um lado, a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, denominada Lei Rouanet, prevê a dedução de até 3% do imposto devido pelas pessoas físicas. Dentro dessa percentagem, elas poderão deduzir até 80% das doações e até 60% dos patrocínios realizados. As pessoas jurídicas que forem tributadas com base no lucro real poderão deduzir até 40% das doações e até 30% dos patrocínios, sempre que não excedam 5% do imposto de renda devido. Esta norma substituiu a Lei nº 7.505, de 1986, denominada Lei Sarney.[5] Por outro lado, a Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685, de 1993) permite aos patrocinadores (pessoa física ou jurídica) de projetos audiovisuais aprovados pelo Ministério da Cultura a dedução de 100% do investimento, até um limite de 3% do imposto de renda a pagar, além da dedução do valor total como gasto operacional, no caso de empresas. Quando um projeto é aprovado, a Comissão de Valores Mobiliários regulamenta a emissão de certificados do audiovisual, que podem ser adquiridos no mercado através de corretoras. Se o filme der lucro, o investidor tem direito a receber a parte proporcional ao número de certificados que possui.

A suspensão da Lei Sarney, em 1990, inspirou iniciativas destinadas a supri-la. O estado de São Paulo e a prefeitura da sua capital ditaram normas semelhantes àquela lei. A Lei Municipal nº 10.923, de 1990, chamada Lei Mendonça, autoriza a dedução, nos impostos municipais, de 70% do valor aplicado em projetos culturais. O montante não poderá exceder 20% do imposto devido.

Segundo Durand, Gouveia e Berman (1997), em meados de 1995 os estados do Pará, de Pernambuco, do Rio de Janeiro e de São Paulo e o Distrito Federal dispunham de leis de incentivo fiscal à cultura. A eles devem-se juntar os

[5] A Lei nº 7.505 previa a dedução de 100% das doações, 80% dos patrocínios e 50% dos investimentos culturais, sempre que não excedessem 2% do imposto de renda devido. Além disso, até 5% do mesmo podiam ser destinados a um fundo de promoção cultural administrado pelo governo.

estados do Ceará, de Minas Gerais e do Paraná. De acordo com os mencionados autores e com Fernando Schüler (1997:33-48), várias capitais de estado contam com legislação desse tipo. É o caso de Aracaju, Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis, João Pessoa, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo, Teresina e Vitória. Somam-se ainda numerosos outros municípios.

O quadro 1 mostra uma lista de alguns municípios que são capitais de estado, indicando a percentagem que é possível deduzir do imposto devido para patrocinar projetos culturais (alíquota), sobre que tipo de imposto municipal é possível efetuar dedução, qual é o teto autorizado sobre o total da arrecadação prevista para o exercício e quanto o contribuinte pode deduzir do montante investido em cada projeto. Indica, além disso, qual é o montante que corresponde à percentagem autorizada sobre a arrecadação prevista (montante autorizado). Deve-se assinalar que o valor mencionado raramente é investido em cultura. Com efeito, o pouco conhecimento da lei por parte de produtores culturais e investidores faz com que anualmente restem grandes quantias que não são utilizadas. A maioria dos municípios aproveita menos de 50% dos fundos autorizados.

Quadro 1

Brasil
Legislação municipal de incentivo à cultura
(1996)

Município	Alíquota (%)	Imposto	Teto (%)	Dedução (%)	Montante autorizado (R$ milhões)
Belo Horizonte	20	ISS	3	100	3,8
Curitiba	20	ISS/IPTU	2 a 5	100	4,76
João Pessoa	40	ISS/IPTU/ITBI	3,5 a 7	100	Sem dados
Recife	20	ISS	1	70	Sem dados
Rio de Janeiro	20	ISS	0,3	100	1.745
Salvador	7 a 10	ISS/IPTU	Sem dados	100	Sem dados
São Paulo	20	ISS/IPTU	2 a 5	70	19,5
Vitória	20	ISS/IPTU	Sem dados	100	Sem dados

Fonte: Schüler (1997).
Obs.: IPTU — imposto predial e territorial urbano; ISS — imposto sobre serviços; ITBI — imposto sobre transmissão de bens imóveis; durante 1996, um real equivalia a aproximadamente um dólar norte-americano.

Em vários países existem iniciativas para estabelecer sistemas semelhantes ao que introduziu a Constituição da República Federal da Alemanha, em 1949, e que prevê que uma percentagem — geralmente 1% — do custo da construção de prédios deve destinar-se à compra de obras de arte para exibição pública. Tal é o caso do estado norte-americano do Texas, que estabelece esse percentual e prevê que se o prédio não tiver trânsito público o montante correspondente deve ser investido em obras de arte para prédios já existentes ou para parques e praças. Na França, a lei obriga a destinar uma soma equivalente a 1% do financiamento outorgado pelo Estado para a construção ou ampliação de prédios públicos na realização de uma ou várias obras de arte contemporânea especialmente encomendadas. Entre 1983 e 1994, essa disposição significou um investimento de F$295 milhões em mais de 700 obras.

Nesse sentido, a prefeitura de Córdoba, na Argentina, sancionou a Lei Municipal nº 8.545, de 1990, que estabelece que todas as edificações públicas e privadas destinadas a moradias coletivas, galerias comerciais, escritórios e hotéis devem abrigar, em seu interior ou em sua fachada, obras de artistas cordobeses. O proprietário do imóvel elege o artista e a obra; a prefeitura controla os materiais usados, a localização, a qualidade e o preço, a fim de salvaguardar a integridade da obra e estabelecer máximos e mínimos da dedução ou isenção de impostos. O contribuinte fica isento do pagamento do imposto territorial urbano; o construtor do prédio deve creditar o pagamento da obra de arte por um valor equivalente a 75% do montante da isenção pretendida. Nenhum prédio pode obter o habite-se se não tiver instalado a obra de arte. Sem isso, não pode ser vendido, nem ter escritura ou acesso aos serviços em geral.

Todos esses mecanismos tributários suscitaram críticas. Uma delas refere-se ao poder outorgado ao particular para dispor ao seu bel-prazer de fundos que constituem receitas do Estado. Por outro lado, a aplicação desse tipo de lei gerou abusos de diferentes ordens, como o surgimento de "intermediários" que se enriquecem à custa dos subsídios, manobras dolosas por parte dos supostos doadores, desperdício burocrático etc. Além, é claro, das intermináveis discussões sobre a qualidade artística dos projetos beneficiados.

Domínio público pagante

Consiste na tributação do usufruto de obras literárias e artísticas que são do domínio público por haver terminado o período em que era possível perceber direitos autorais, ou por pertencerem ao acervo popular ou por serem anônimas. Esta modalidade foi recomendada pela Conferência de Amsterdã, de 1948. O Uruguai já tinha adotado em 1937 (Lei nº 9.739). Na Argentina, esta modalidade foi consolidada legalmente em 1958 (Decreto-lei nº 1.224), rati-

ficada pela Lei nº 23.382, de 1986, e constitui um dos recursos mais substanciais do Fundo Nacional das Artes (Harvey, 1980:201-5 e 1994:311).

A crise financeira do Estado: não há dinheiro público para a cultura

Todas as fontes de financiamento acima descritas foram afetadas — total ou parcialmente — pela crise econômico-financeira de que padece a maioria dos países da América Latina. As políticas de contenção do déficit fiscal suprimiram grande parte dos subsídios outorgados às atividades culturais. Em alguns países, os cortes foram drásticos (na Argentina e no Brasil, por exemplo). A situação das finanças públicas torna difícil prever uma melhora a médio prazo. A conclusão óbvia é que, salvo algumas atividades cuja supressão seria lesiva à honra nacional — fechamento de alguns teatros famosos, suspensão das tarefas de conservação de monumentos históricos célebres —, não haverá, por muito tempo, a disponibilidade de fundos públicos para a cultura que existiu até há alguns anos.

A razão não é — ou não deveria ser — o fato de existirem setores que têm prioridade sobre o cultural. Todos os setores são prioritários. A mania ocidental de dividir a realidade em segmentos — que a realidade mostra intimamente entrelaçados — induz fatalmente ao estabelecimento de prioridades absolutas. E a realidade também demonstra que os que têm mais poder conseguem primazia, inclusive sobre aqueles que — caso aceitemos o jogo — teriam uma lógica precedência.

Por isso é que é aconselhável, de todos os pontos de vista, não ceder ante argumentos de maior urgência ou importância. Considerar o desenvolvimento econômico mais importante do que a preservação do meio ambiente levou aos resultados dramáticos que hoje presenciamos. Dar prioridade à segurança nacional sobre a saúde e a alimentação da população levou aos trágicos paradoxos que assolam o mundo.

Em todo caso, a escassez financeira é geral e exige uma ação permanente através de *lobbies* e outros meios legítimos destinados a sensibilizar as autoridades legislativas e administrativas. Um financiamento decente para a cultura passa por uma adequada organização dos administradores e produtores culturais para obter os fundos que forem necessários.

Os financiamentos não-estatais

A conjuntura de recessão e escassez de recursos públicos obriga a recorrer com maior assiduidade a outras fontes de recursos que até agora não foram utilizados em toda a sua potencialidade.

Elas podem ser classificadas em três categorias principais:

- o setor privado;
- os próprios produtores culturais;
- o público.

O setor privado

A constatação de que o apoio à cultura constitui um excelente investimento para as empresas privadas transformou o mecenato tradicional em uma crescente fonte de recursos para as atividades culturais. Este fenômeno deriva de algumas características estruturais da economia e do mercado contemporâneos:

- o peso decisivo das empresas privadas nas modernas sociedades capitalistas;
- o aperfeiçoamento da publicidade e a necessidade, imposta pelo mercado, de investir em propaganda institucional e de marcas ou produtos;
- a correlação que se estabelece entre segmentos do mercado que se procura alcançar e a qualidade da mensagem que se pretende transmitir;
- a relação custo/benefício favorável derivada do impacto no mercado que as empresas financiadoras conseguem através de sua ação em favor da cultura;
- a crescente consciência acerca da necessidade de preparar um mercado futuro apto, financeira e intelectualmente, para o consumo da produção do amanhã.

O setor privado — pessoas físicas ou jurídicas — apóia a cultura de formas variadas. Algumas delas são analisadas a seguir.

MECENATO: A ação de proteção a poetas, músicos, escultores e outros artistas, exercida por personagens abastados ou poderosos, estendeu-se por todas as épocas. O respaldo podia ser financeiro, material ou logístico. A recompensa era a fama, atual e futura, que as obras de arte dariam a seu patrocinador.

Jean-François Revel (1984:113-4) classifica o mecenato moderno em:

- de interesse público — doação e legados de quadros e criação de bibliotecas e pinacotecas;
- de amizade: apoio financeiro específico a um escritor ou artista;
- de emprego — trabalho encomendado a um ou mais criadores que não teriam outra forma de expressar-se artisticamente.

Esta classificação, ainda que incompleta e referente aos tempos atuais, sintetiza corretamente a atitude dos mecenas de diversas épocas.

Na empresa capitalista moderna, o objetivo do mecenato ganha perfis próprios: ele objetiva outorgar legitimidade social à empresa, procura facilitar-lhe uma imagem valorizada de protagonista destacada da vida comunitária.

Com a exceção dos EUA, e apesar de sua importância crescente, o mecenato não significa, neste momento, uma parcela demasiadamente considerável dos recursos destinados à cultura. Na França, o mecenato representava, em 1986, pouco mais que o orçamento da Ópera de Paris.[6] Em 1996, estimava-se que a proporção do apoio privado em relação ao financiamento público era de 1:90 (La documentation française, 1996:143).

PATROCÍNIO: O patrocínio procura, como o mecenato moderno, uma comunicação de imagem, mas tenta valorizar a empresa, ou suas marcas e produtos, do ponto de vista comercial. A empresa custeia atividades culturais com fins puramente publicitários. Como assinala Cegarra (1986:61), o objetivo do mecenato é o grande público em seu conjunto, enquanto o patrocínio, ainda que tenha uma audiência relativamente importante, persegue objetivos precisos e bem definidos.

O patrocínio, assim como o mecenato, encerra a idéia de colaboração, mas pode ocorrer que a empresa gere totalmente a manifestação cultural. Fala-se, em tal caso, de *comunicação integrada*. Se a manifestação é gerada por duas ou mais empresas, estamos diante da *comunicação associada*. O patrocínio pode ser indispensável para a realização de um evento ou para a participação nele de uma pessoa ou grupo. Mas pode não ser essencial e buscar apenas a associação do nome da empresa com o evento, através de uma presença visual ou audiovisual.[7] Para fins de dedução tributária, é importante ter clareza quanto ao significado das expressões. Assim, distingue-se o mecenato do patrocínio e da mera presença publicitária.

O mecenato não requer uma contrapartida direta por parte do beneficiário, enquanto o patrocínio implica uma clara relação contratual: o patrocinador paga e o patrocinado deve dar difusão ao nome daquele, na forma acordada. A atividade deve ser realizada na forma e com o nível de qualidade preestabelecidos.

Patrick Dambron (1992:67) distingue mecenato e patrocínio em função dos objetivos a que a empresa se propõe ao utilizar determinadas figuras. O quadro 2 apresenta as semelhanças e diferenças.

---

[6] Un entretien avec M. Léotard. *Le Monde*, Paris, 12 dec. 1986. p. 26.

[7] Um exemplo desse tipo de associação pode ocorrer nos desfiles das escolas de samba do carnaval carioca, no qual as fábricas de cerveja pagam aos figurantes para que exibam ventarolas com o nome de seus produtos; isso assegura a essas empresas uma ampla cobertura pelas transmissões de televisão.

Quadro 2

Classificação do mecenato e do patrocínio em função dos objetivos da empresa

Objetivo da empresa	Classificação	Tipo de comunicação operado pela empresa
Realizar um ato de filantropia.	Mecenato de beneficência	Ausência total de comunicação.
Apoiar um evento, uma pessoa ou uma causa, por motivos filosóficos, sem esperar retorno.	Mecenato de compromisso	Comunicação da empresa em proveito de seu beneficiado, com retorno aleatório e a longo prazo. Comunicação indireta da empresa.
Apoiar um evento, uma pessoa ou uma causa, por motivos filosóficos, com o expresso desejo de retorno.	Mecenato de intenção	Comunicação da empresa tanto em proveito de seu beneficiado quanto de si mesma. Comunicação compartilhada pela empresa.
Participar do desenvolvimento ou reforço da notoriedade e da imagem da empresa como instituição.	Patrocínio institucional	Comunicação de ordem institucional da empresa através de seu beneficiado. Comunicação institucional da empresa.
Ajudar direta ou indiretamente o desenvolvimento das vendas da empresa.	Patrocínio promocional	Comunicação de ordem publicitária e promocional integrada ao *marketing mix* da empresa, através de seu beneficiado. Comunicação publicitária e promocional da empresa.

Fonte: Dambron (1992:67).

Todas essas formas de financiamento da cultura exigem reflexões profundas. Com efeito, trata-se de um apoio condicionado pelas necessidades publicitárias da empresa. Esta só financiará aquilo que for eficaz para alcançar os segmentos de mercado que lhe interessam. Seu interesse não é a promoção da cultura, mas a melhora de sua imagem ou a venda de seus produtos.

Esta consideração orienta o patrocínio em direção a manifestações culturais já consagradas, com as quais a empresa quer ser associada. Dificilmente apoiará novos valores ou expressões experimentais ou de vanguarda. Podem existir, inclusive, tentativas de cerceamento da liberdade criadora do artista ou do produtor cultural. O patrocínio opera um reforço da cultura "estabelecida" ou — na feliz expressão de Edgar Morin — da "cultura cultivada" (Morin, 1969:5).

Por outro lado, o que assegura o êxito desse tipo de operação publicitária é o efeito multiplicador da cobertura pelos meios de difusão e, nesse sentido, uma competição esportiva pode ser mais rendosa para a empresa. O esporte conquista, anualmente, uma faixa cada vez maior dos recursos disponíveis para patrocínios.

FUNDAÇÕES E ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS: As mesmas considerações sobre imagem social da empresa que respaldam o mecenato e o patrocínio propiciaram a constituição de fundações e organizações empresariais destinadas a financiar a cultura. Na América Latina, existem numerosos exemplos.

Essas fundações são geralmente administradas por especialistas, o que lhes assegura uma visão da produção cultural mais profissional e menos condicionada. Ocorre, inclusive, a criação de fundações privadas que não dependem de uma única empresa e cujo objetivo é a arrecadação de recursos para a realização de atividades culturais. Um dos casos mais conhecidos é o da Fundação Bienal de São Paulo. Há, também, muitas fundações e associações de amigos ou aficionados das artes plásticas ou musicais que financiam eventos nessas áreas.

Existem, ainda, associações de empresas ou de empresários que financiam a cultura por uma híbrida motivação de mecenato e busca de vantagens tributárias. Assim, por exemplo, o Business Committee for the Arts Inc., criado nos EUA em 1967, contribuiu, em 1994, com US$835 milhões para o financiamento de atividades culturais. As fundações e pessoas físicas contribuíram com US$5,4 bilhões e o governo, através do National Endowment for the Arts, outorgou US$163 milhões. Mas a este coube uma função determinante: seu patrocínio funciona como "selo de aprovação", atrás do qual chega a contribuição privada.

Na França, existe a Associação para o Desenvolvimento do Mecenato Industrial e Comercial (Admical), criada em 1979, e no Reino Unido, a Association for Business Sponsoring of the Arts (Absa).

As indústrias culturais

Elas constituem o setor econômico de produção de mercadorias e equipamentos e de prestação de serviços destinados à difusão cultural de massa. Sua finalidade é a rentabilidade do capital investido, e os bens e serviços culturais que produzem ou comercializam são o meio para obtê-la.

As indústrias fonográfica, editorial, cinematográfica, de televisão e vídeo e as empresas que comercializam as artes plásticas e as do espetáculo (teatro, dança, música) fazem parte desse setor econômico.

São a forma mais poderosa de financiamento da cultura. Mas é evidente que sua motivação filosófica é muito diversa da que normalmente orienta as discussões em torno da política e da administração cultural. Constituem, também, um eficaz instrumento de contato entre culturas, mas os riscos e vantagens que dele derivam são matéria de profundas discussões.[8]

Elas podem servir, ainda, como eficaz instrumento de aculturação. A difusão universal dos símbolos e valores da cultura norte-americana, por exemplo, são uma mostra disso, além de significarem uma poderosa fonte de receita para os EUA. A indústria da "cultura pop" (filmes, música, programas de TV e vídeo) produziu para esse país, em 1990, um superávit comercial de US$8 bilhões, só superado pelo da indústria aeronáutica. O grupo Walt Disney realizou investimentos bem-sucedidos em países de sólida cultura: a Disneylândia de Tóquio recebeu 100 milhões de visitantes em seus oito anos de funcionamento; o investimento realizado nas proximidades de Paris para instalar a Eurodisney foi de mais de US$4 bilhões. A Music TV (MTV) e a CNN transmitem para 101 países e territórios do mundo.[9]

As indústrias culturais são um condicionante decisivo da evolução da cultura contemporânea. Constituem um dado de singular relevância, sem prejuízo das críticas e considerações que, sem dúvida, merecem. As cifras acima são um sintoma de sua importância para o financiamento cultural.

Os produtores

É mister não confundir as indústrias culturais com as *empresas culturais*, definidas por Canas (1987:103) como aquelas que "produzem bens que não respondem nem a uma necessidade, nem a uma possibilidade razoável e previsível de lucro. As necessidades a que elas respondem e servem são as do criador, e sua finalidade não é a rentabilidade econômica, mas a reprodução da atividade produtora do artista. Por isso, as empresas culturais não podem estar integradas nem a uma lógica de serviço público, nem a uma lógica de rentabilidade econômica. Elas são instrumentos a serviço de uma utopia, individual no caso de uma companhia ou coletiva se há um projeto alternativo de desenvolvimento cultural ou de empresa alternativa".

É o caso de tantas companhias de teatro — cuja finalidade principal é representar —, de tantos grupos musicais — cujo desejo principal é interpretar sua música —, de tantos grupos e cooperativas artesanais, editoriais, de produção de literatura. Todos eles procuram viabilizar uma comunicação profunda

---

[8] Para uma análise detalhada das indústrias culturais, ver Anverre et alii (1982) e Bell et alii (1969).

[9] Os dados sobre a cultura pop foram extraídos de Huey (1990:28-36).

entre o artista e a sociedade, independentemente dos resultados financeiros que possam conseguir. Em geral, o propósito de artistas e artesãos não é a busca de benefício econômico através de sua atividade; mas, se pretendem financiá-la, devem — como assinala o mesmo autor — implementar uma estratégia e utilizar as técnicas de gestão que assim o permitam (Canas, 1987:104).

Cabe aos produtores a busca e a defesa de outras fontes de financiamento: a cobrança efetiva dos direitos autorais, a consagração legislativa do *droit de suite* das obras de arte[10] e, finalmente, a obtenção de mecenatos e patrocínios que lhes permitam realizar e defender sua obra. Cabe ao Estado contribuir para a capacitação gerencial e comercial dos produtores culturais. "Pode-se reclamar a autogestão — perguntava-se Domenach — recusando os meios de preparar os homens para assumir as tarefas?" (Domenach, 1973:1.123).

O público

A produção cultural e artística tem como destinatário o "outro", aquele que genericamente poderíamos denominar "o público". O criador — salvo exceções um tanto patológicas — trabalha para transmitir suas vivências e emoções. O público justifica a produção cultural, sua presença é um índice importante de satisfação e pode ser a fonte principal de financiamento. Trata-se, pois, de atrair as pessoas para formar o público. Um instrumento valioso para isso é o *marketing cultural.*

Deve-se distinguir o marketing "de uma empresa ou instituição que utiliza elementos culturais como veículo de divulgação; que subvenciona eventos artísticos e culturais como suporte da própria imagem institucional" e que seria o fator de estímulo ao mecenato e ao patrocínio, do "marketing praticado pelas instituições culturais para vender seu produto ou negócio cultural ou para obter recursos para seu financiamento" (Penteado, 1990:128). Nesse caso, a instituição cultural recorre aos instrumentos estratégicos de marketing (Penteado, 1990:129): produto (que deve atrair), preço (que deve estar de acordo com o público desejado), distribuição (venda de ingressos), comunicação (anúncios, programas, catálogos).

A história recente registra alguns casos notáveis de revitalização de instituições culturais em grave situação de decadência, através de uma ação inteligente destinada a reconquistar e ampliar o público. Recorda-se, por exemplo, a gestão do compositor Gustav Mahler na Ópera de Viena (1897-1907), a de Rolf

[10] Direito que se concede ao artista de participar no lucro da revenda de suas obras. Foi previsto pelo art. 14-bis da Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas (versão de Bruxelas de 1948). Foi legislado na França (que outorga ao artista 3% do valor total de cada venda sucessiva), na Alemanha, na Itália, na Bélgica, na Suécia, na Dinamarca, em Luxemburgo, na Tunísia, no Uruguai, no Peru, no Chile, no Brasil e no estado norte-americano da Califórnia (Resale Royalties Act de 1976, que estabelece 5% sobre cada venda sucessiva).

Liebermann na Ópera de Paris (a partir de janeiro de 1973) e o ressurgimento da Ópera Metropolitana de Nova York, que levou sua renda, na temporada de 1983/84, a US$74 milhões.

O *leitmotiv* do marketing cultural é a formação do público: visitantes para os museus e prédios históricos, espectadores para as artes cênicas, apreciadores para as artes plásticas, ouvintes para a música, participantes para os festivais e celebrações populares.

A cultura autogerida

É notável comprovar que as festividades populares de mais profundas raízes culturais continuam funcionando tranqüilamente, apesar das crises financeiras do Estado, da recessão, do impacto das indústrias culturais, da crônica escassez de fundos para a cultura. Nos diversos países do continente, as inúmeras festas de padroeiros e os mais diversos festivais e celebrações continuam sendo realizados. Um pensador brasileiro assinalava há algum tempo (Falcão, 1991) que é possível determinar características comuns em todas essas festividades. Todas elas surgem da iniciativa própria e da cooperação não-coordenada da comunidade, das empresas e das prefeituras; são manifestações auto-sustentadas; nascem das raízes comunitárias porque são expressão do patrimônio cultural; e poucos são os que reconhecem que essas festas são manifestações culturais.

Em geral, não fazem parte da política pública e, quando o fazem, integram o setor de turismo; os intelectuais e a imprensa não as tratam como cultura. Todavia, essa cultura "poderosa e popular, com público e mercado, de empresa, comunidade e prefeituras, sem paternalismo e com os pés no chão dos referenciais comunitários, caminha muito bem" (Falcão, 1991).

3. Sistemas internacionais de financiamento da cultura e das artes: modelos existentes

Fundo Internacional para a Promoção da Cultura (FIPC)[11]

O *Fundo Internacional para a Promoção da Cultura*, estabelecido em 1974 no âmbito da Unesco, nos moldes do Fundo Nacional das Artes, da Argentina, e sob a inspiração de Felipe Herrera, financiou uma longa série de projetos cul-

[11] As informações contidas nesta seção são baseadas em FIPC (1984 e 1991) e Herrera (1981).

turais em diversos países. Foi o primeiro mecanismo internacional especificamente consagrado ao financiamento do desenvolvimento cultural.[12]

O FIPC define-se como um "banco cultural" com funções de administração de fundos em depósito por meio de investimentos, empréstimos, subvenções e participações, bem como de assistência técnica e intelectual e de organização de atividades promocionais. É dotado de flexibilidade operacional e suas despesas de administração são mínimas, devido ao suporte oferecido pelos serviços técnicos e administrativos da Unesco. A ação do FIPC pode ser realizada através de outras organizações governamentais e não-governamentais, nacionais, regionais ou internacionais, públicas ou privadas. Deve operar como agência provedora de auxílio para a realização de projetos específicos e, ao mesmo tempo, como fundo de investimentos com renda própria derivada da aplicação de seus recursos.

Seus objetivos são: a promoção das culturas nacionais, os valores que elas representam e as formas de expressão que lhes asseguram autenticidade e identidade; a criação artística sob todas as suas formas, respeitando a autonomia e a livre expressão; a cooperação cultural, regional e internacional.

O fundo conta com as seguintes categorias de recursos:

- *contribuições voluntárias,* que podem provir de governos, instituições das Nações Unidas, instituições de direito público ou privado, de direito interno ou internacional, de associações ou de pessoas físicas — como regra geral, as contribuições voluntárias não devem comportar restrições quanto a seu uso; todavia, o fundo está autorizado por seus estatutos a aceitar contribuições destinadas à realização de programas e projetos determinados, caso eles tenham sido previamente aprovados pelo conselho de administração;
- *fundos em depósito* — o FIPC pode recebê-los para aplicá-los de acordo com seus objetivos. Ele compromete a sua gestão de acordo com um contrato em que ambas as partes definem os critérios, modalidades e objetivos de sua utilização;
- *juros* — o produto da aplicação dos recursos em bancos ou organismos financeiros, públicos ou privados, é destinado ao pagamento de despesas administrativas ou ao financiamento de operações;

---

[12] Seu estabelecimento foi decidido na 17ª sessão da Conferência Geral da Unesco (Paris, 1972). Na 18ª sessão (Paris, 1973) foram aprovados seus estatutos (Resolução nº 3.322). As contribuições financeiras que conferiram viabilidade definitiva ao fundo foram as da Venezuela (US$2 milhões em 1976), da Arábia Saudita (US$909.465, em janeiro de 1977) e do Irã (US$1 milhão, em abril de 1977). O fundo registra, ainda, contribuições da França e do Kuwait, de mais de US$100 mil dólares. Outros países que efetuaram contribuições são: Áustria, Bélgica, Bulgária, Chile, China, Costa Rica, Costa do Marfim, Chipre, Egito, Finlândia, Grécia, Índia, Indonésia, Iraque, Jamaica, Luxemburgo, Malavi, Malta, Ilhas Maurício, México, Nigéria, Holanda, República da Coréia, Senegal, Suécia, Tailândia e Iugoslávia. Há também contribuições de instituições e de pessoas físicas.

- *remunerações especiais* — o FIPC está autorizado a perceber remunerações por serviços prestados (comissões por gastos de administração, remuneração de trabalhos de estudo, pesquisa, consultoria, coordenação etc.);
- *atividades promocionais* — o FIPC pode empreender atividades promocionais cujos benefícios aumentarão seus recursos; essas atividades (organizadas ou patrocinadas pelo fundo) podem incluir emissões especiais de moedas por bancos centrais, emissões de medalhas e selos postais, publicação de livros, reproduções, discos, produção e difusão de filmes, venda de obras de arte e produtos artesanais, e organização de festivais e exposições;
- *cessão de direitos autorais* — o FIPC pode aceitar a cessão total ou parcial de direitos autorais;
- *cessão de obras de arte* — pode ser feita pelo autor, por seus herdeiros ou por qualquer proprietário.

As contribuições e outras formas de participação nos recursos do fundo são voluntárias. Elas são depositadas em uma conta especial constituída pelo diretor-geral da Unesco e que se beneficia das imunidades e privilégios dessa organização.

Todavia, os recursos do FIPC não podem ser utilizados para qualquer dos seguintes fins: absorção de déficits orçamentários, constituição de fundos de giro, constituição de garantias, despesas administrativas, compra de imóveis, operações comerciais, compra de veículos (a menos que eles sejam indispensáveis para a atividade cultural); pagamento de dívidas ou de outras obrigações. O fundo não assume com seus beneficiários compromissos a longo prazo, nem outorga subvenções repetitivas.

Em função da experiência adquirida ao longo de suas atividades, o conselho de administração decidiu não considerar os pedidos relativos a: preparação e/ou publicação de dicionários, atlas e enciclopédias; funcionamento regular de revistas ou periódicos; realização de filmes de ficção, de longa metragem; financiamento direto (salvo casos excepcionais) de reuniões, colóquios e seminários que não sejam aqueles decididos e convocados pelo próprio conselho; financiamento de viagens de estudo; pesquisas de caráter excessivamente teórico ou acadêmico; implementação de projetos concebidos fora do país interessado, a não ser que as autoridades desse país tenham concordado e dêem um suporte efetivo; concessão de bolsas; atribuição de prêmios.

Até abril de 1991, o FIPC havia apoiado mais de 300 projetos em 90 países. A demanda, todavia, era muito superior às disponibilidades. Em 1990, por exemplo, foram concedidos 17 auxílios para um total de 125 solicitações. Em 1988, decidiu-se iniciar uma nova campanha de arrecadação de fundos e, simultaneamente, explorar melhor os recursos, associando-se a outras instituições de vocação similar.

No início de 1990, percebeu-se que a conjuntura econômica internacional impedia obter as contribuições suplementares esperadas. O FIPC observou, segundo seu presidente, que "no mundo de hoje, as agências preferem *colaborar* em lugar de *dar*". Por esses motivos, o fundo empreendeu, em 1990, sua

conversão em órgão catalisador de financiamentos, procurando reunir o apoio necessário para projetos mais amplos, identificados ou concebidos em colaboração com terceiros, consagrando uma parte de seus recursos a ajudar, na medida de suas possibilidades, aqueles projetos que o merecem.

O conselho de administração, diante das dificuldades financeiras, está pensando em modificar sua orientação, a fim de se transformar em algo semelhante a uma fundação "operacional". Isto é, definir objetivos muito precisos e realizá-los através de seus próprios programas, diferentemente dos organismos de financiamento que se limitam a conceder auxílios em certos domínios, tal como o fez o fundo até o presente. A nova forma de atuação permitiria reunir apoios para projetos concebidos e desenvolvidos em cooperação com outras agências.

A Fundação Européia da Cultura[13]

A idéia de criar uma fundação européia para a cultura surge em Genebra, em 1952, como fruto das preocupações de Denis de Rougemont e Raymond Silva, respectivamente diretor e secretário-geral do Centro Europeu da Cultura. Em 14 e 15 de novembro desse ano, constitui-se, em Saint-Germain-en-Laye, França, o Clube Europeu, composto por chefes de empresas, sindicatos e organizações filantrópicas, banqueiros, industriais e entusiastas do Movimento Europeu. A primeira missão do clube seria constituir rapidamente uma fundação européia da cultura, com o objetivo de "desenvolver e manter um sentimento de compreensão mútua e de solidariedade democrática entre as populações européias, favorecendo as atividades culturais e educativas de interesse comum". A fundação foi criada oficialmente em 1954, com sede em Genebra. Sua dotação inicial proveio das federações empresariais de vários países europeus e foi inferior ao mínimo inicialmente previsto de US$10 milhões. Beneficiou-se, por cinco anos, de uma isenção total de impostos na Suíça.

Em 1960, a fundação instalou-se em Amsterdã, com personalidade jurídica holandesa. Beneficiou-se, assim, da lei das fundações daquele país, particularmente flexível em matéria de objetivos e dotações para esse tipo de instituição. A fundação é politicamente independente. Presta sua assistência técnica à União Européia, mas tenta não se deixar absorver nem transformar, segundo seu secretário-geral, em "uma espécie de agente secreto da supranacionalidade pan-européia (Nouveau départ pour la Fondation Européenne de la Culture, 1992:8). A idéia, hoje, é dotar de uma segunda via a cooperação euro-mediterrânea: "nossa Europa é mais ampla, mais flexível e avança mais

[13] As informações contidas nesta seção têm como fonte Autissier (1988) e Nouveau départ pour la Fondation Européenne de la Culture (1992:8).

rapidamente do que a de Bruxelas" (Nouveau départ pour la Fondation Européenne de la Culture, 1992:8).

O plano de trabalho da fundação é implementado mediante apoio direto a projetos ou através dos seguintes centros e institutos: o *Instituto Europeu de Educação e Política Social* (estabelecido em Paris, em 1975); o *Instituto de Política Européia do Meio Ambiente* (Bonn, 1976); o *Instituto de Cooperação Intercontinental* (Madri, 1977); o *Centro Europeu de Estudos Políticos* (Londres, 1978); o *Centro Europeu Trabalho e Sociedade* (Utrecht e depois Maastricht, 1980); o *Centro de Estudos de Políticas Públicas Européias* (Bruxelas, 1982); unidade *Eurydice* — Rede de Informação sobre a Educação na Comunidade Européia (Bruxelas, 1982); o *Instituto Europeu da Comunicação* (Manchester, 1983); o *Centro Europeu de Comunicação sobre o Meio Ambiente* (Paris, 1985); o *Bureau Erasmus* — escritório de administração do Programa Europeu de Cooperação Educacional através da Mobilidade dos Estudantes (Bruxelas, 1987); o *Bureau Tempus* — escritório de administração do Programa Europeu de Cooperação Educacional através da Mobilidade dos Docentes; o *Fundo Europeu de Cooperação* (Bruxelas, 1977), que será abordado em detalhe mais adiante.

Algumas dessas instituições (Instituto Europeu de Educação, Instituto Europeu de Política do Meio Ambiente, Bureau Erasmus, Bureau Tempus, Eurydice e Fundo Europeu de Cooperação) são administradas pela fundação. Os demais são centros independentes, financiados através de um programa trienal ou quadrienal. O secretário-geral da fundação é membro de seus respectivos conselhos. Sua criação reveste-se de um caráter experimental e leva em conta diversos fatores: real inserção européia, eleição de um tema promissor para o futuro e oportunidade.

Instituídos desde a época da criação da fundação, os *comitês nacionais* têm por objetivo promover sua imagem e suas atividades em seus respectivos países, detectar as personalidades e organismos potencialmente interessados e arrecadar fundos para a fundação, procurando encontrar fórmulas de alívio fiscal para os eventuais colaboradores. Cada comitê está sujeito à lei de seu respectivo país e adota o nome que estime conveniente. O conjunto de comitês reúne-se a cada dois anos. O desempenho dos comitês é diverso. As dificuldades para seu funcionamento são grandes, pois a maioria opera com base na boa vontade de seus membros.

Os recursos com que se financia a fundação provêm de contribuições várias dos setores público e privado dos países europeus, dos EUA e das instituições da União Européia. Eles significam aproximadamente US$3 milhões por ano. Há, ainda, um percentual da renda da loteria nacional e das loterias esportivas (loto) da Holanda.

A fundação estabelece suas prioridades de acordo com as determinadas pelas instâncias européias. As subvenções são outorgadas a associações, federações européias, fundações, centros de estudos e informação, institutos e universidades. No domínio artístico e cultural, a fundação apóia festivais, certames e publicações, assim como colóquios e seminários.

Alguns projetos têm especial prioridade. É o caso da Jornada Européia das Escolas, organizada a partir de 1953 pelo Centro Europeu da Cultura, e que consiste em um concurso de ensaios e desenhos de jovens estudantes de escolas européias. Participam em torno de 750 mil alunos de 18 países. Os premiados (cerca de 400) participam de reuniões que agrupam pelo menos oito nacionalidades. Outro caso é o da Fundação Pró Veneza Viva, que organiza a participação de jovens artesãos de toda a Europa nos cursos de restauração que são realizados no Centro Europeu de Formação de Artesãos para a Conservação do Patrimônio Arquitetônico de Veneza. A Bienal de Jovens Europeus, consagrada cada ano a um domínio artístico diferente, é objeto de financiamento por parte da fundação, assim como a seccional holandesa do Pen Club Internacional e o *Centro Europeu da Cultura*.

Criado em 1977, o *Fundo Europeu de Cooperação* funciona como complemento da Fundação Européia de Cultura. Foi concebido como um organismo de cooperação interinstitucional e de colaboração entre o setor público e o privado. Seria também um meio de colaboração com a abandonada idéia de uma fundação européia intergovernamental. É uma associação internacional de direito belga, dotada de um fundo alocado pela fundação. O fundo opera com base no princípio de *matching funds*.

Programa Media: medidas para fomentar o desenvolvimento da indústria audiovisual

Este programa, de caráter altamente inovador, foi aprovado unanimemente pelo conselho de ministros dos 12 países da Comunidade Européia, com data de 21 de dezembro de 1990, por cinco anos, com um orçamento indicativo de 200 milhões de ECUs. O programa se alicerça em cinco princípios que direcionam suas ações na indústria audiovisual: a realização de um espaço audiovisual europeu, a implementação de "sinergias" profissionais, a mobilização de capitais de "alavancagem", e o equilíbrio das forças de mercado e, como corolário, dos diferentes meios de comunicação. Seu aspecto mais importante é o funcionamento em sistema de rede. Cerca de 20 mil instituições estão compreendidas nas 20 redes portadoras de projetos Media. A configuração das redes é variável, mas é possível distinguir, globalmente, três tipos: as associações que administram os projetos Media; redes específicas, formadas dentro de projetos em função das necessidades próprias dos respectivos setores; redes que se formam na periferia do Media, como prolongamento espontâneo.

Outras iniciativas internacionais

Também na Europa cabe citar o fracassado projeto da Fundação Intergovernamental Européia sugerida no *Informe Tindemans*, o Fundo Cultural do Conse-

lho da Europa e o Fundo Cultural Nórdico. Na África, existe o Fundo Cultural Interafricano, criado em julho de 1980, na reunião de Serra Leoa dos chefes de Estado e de Governo da Organização dos Estados Africanos.

4. Novas formas de cooperação cultural internacional: dinâmica das relações culturais modernas no quadro de integração — o financiamento internacional especializado

A experiência concreta dos mecanismos de financiamento cultural examinados neste artigo mostra que algumas características da situação atual condicionam a atuação de qualquer sistema, nacional ou internacional, daquele tipo. Cabe destacar, entre elas: a crise econômica que afeta quase todas as nações do mundo, inclusive a maioria dos países industrializados, e que gera recessão e políticas de contenção dos gastos públicos; a tendência das empresas e outras organizações do setor privado no sentido de colaborar em projetos conjuntos, em lugar de contribuir para atividades realizadas por terceiros; a desconfiança generalizada em relação às estruturas governamentais, consideradas pesadas, dispendiosas e pouco eficazes.

A diretora da Eurocréation — uma das organizações integrantes da nova geração de entidades que atuam no campo da cultura — resume adequadamente essas características quando aponta que o contexto econômico difícil "não permite sonhar com a instalação de organismos governamentais burocratizados e submetidos a processos de decisão lentos e complexos. É sabido que no conjunto dos países da Europa ocidental os financiamentos estatais não aumentam nem em matéria de cultura, nem em matéria de educação. A única solução provém do princípio de *matching funds* entre os setores público e privado e as instâncias regionais, nacionais e supranacionais. Os provedores de recursos preferem trabalhar com organismos que tenham provado sua seriedade e sua idoneidade na matéria" (Autissier, 1988:107).

É ilustrativo, nesse sentido, o fracasso da fundação intergovernamental criada, em 1978, durante a reunião realizada em Copenhague pelos governos da Comunidade Européia. O Conselho da Europa retomou essa iniciativa em 1979 e os Estados-membros firmaram um acordo em 29 de maio de 1982, reiterando a iniciativa e prevendo um orçamento de 1 milhão de ECUs. Mas os países não ratificaram o acordo. As razões enunciadas para isso foram o peso da estrutura projetada (que previa um conselho de 40 membros e um comitê executivo de 10) e a falta de recursos alocados pelos países-membros.

Tampouco foi adiante o Sistema Latino-Americano e Caribenho para o Financiamento da Cultura e das Artes, decidido pela IV Reunião de Ministros da Cultura e Responsáveis pelas Políticas Culturais da América Latina e do Caribe.

Por outro lado, certas circunstâncias favorecem a criação de um sistema integrado baseado em modernas técnicas de gestão. Essas circunstâncias são: a tendência à integração de países e organizações que, além de concretizar os desejos solidários dos países, constitui hoje uma exigência da econo-

mia internacional; o trânsito internacional e a interação cada vez mais intensa de produtores culturais e manifestações artísticas; a existência de meios tecnológicos que permitem o diálogo instantâneo e a ação integrada, sem exigências de deslocamento; a solidariedade crescente no âmbito de cada categoria de produtores culturais; a linha cada vez mais difusa que separa o setor público do setor privado, especialmente nas áreas relacionadas à produção cultural; e a existência de políticas públicas permanentes, fruto do consenso social, e relativamente independentes da vontade do partido ou grupo que exerce o governo.

Daí o surgimento de organizações em rede que hoje afloram no mundo inteiro. Exemplos, nesse sentido, são o Programa Media, descrito anteriormente, a própria Fundação Européia de Cultura — ainda que ela esteja em vias de reformulação para tornar-se mais adequada às exigências atuais —, o Instituto Europeu de Administração Pública de Maastricht e outras organizações que aparecem no âmbito da União Européia.

Anne-Marie Autissier (1988:108) afirma que "o processo de decisão e implantação de projetos apóia-se hoje em dia em uma palavra-chave: rede. Em uma Europa em que até os franceses descobrem os benefícios da descentralização, a capacidade de mobilizar pessoas competentes situadas em diversos países em relação a um mesmo projeto constitui uma grande vantagem".

A noção de rede implica a adesão a uma política comum. Este objetivo está subordinado à definição, pelas instâncias pertinentes, de proposições estratégicas a longo prazo. O trabalho em rede facilita, ainda, o financiamento internacional especializado.

Referências bibliográficas

Administrer la culture? *Revue Française d'Administration Publique*, jan./mars 1993.

Almeida, Cândido José Mendes de. *A arte é capital. Visão aplicada do marketing cultural.* Rio de Janeiro, Rocco, 1994.

Anverre, Ari et alii. *Industrias culturales: el futuro de la cultura em juego.* México, Fondo de Cultura Económica; Paris, Unesco, 1982.

Autissier, Anne-Marie. *La Fondation Européenne de la Culture d'Amsterdam dans le paysage culturel européen des années 90.* Paris, Eurocréation, 1988.

Autrement/Atelier. *Le mécénat dans le financement de la culture des pays de la Communauté Européenne.* Paris, 1987.

Baumol, William J. & Bowen, G. *Performing arts: the economic dilemma.* New York, MIT Press, 1966.

Bell, Daniel et alii. *Industria cultural y sociedad de masas.* Caracas, Monte Ávila, 1969.

Benedict, Stephen (ed.). *Public money & the muse. Essays on government funding the arts.* New York, W. W. Norton, 1991.

Brebisson, Guy de. *Le mécénat.* Paris, PUF, 1986.

Brosio, Giorgio. Pubblico e privato nel finanziamento dell'arte e della cultura in Italia. *Economia Pubblica*. Milano (9-10), set./ott. 1989.

Canas, André. Stratégies et outils à l'usage des responsables culturels. *Revue Française de Gestion*, mars/avr./mai 1987. p. 102-6.

Canclini, Néstor Garcia (ed.). *Políticas culturales en América Latina*. México, Grijalbo, 1987.

Cardona, Janine & Lacroix, Chantal. *Chiffres clés 1991. Annuaire statistique de la culture*. Paris, La Documentation Française, 1991.

Ca'Zorzi, A. *Administration et financement publics de la culture dans la Communauté Européenne*. Bruxelas, Commission des Communautés Européennes, 1987.

Cegarra, Jean-Jack. Sponsorisme et mécénat ou la communication pour l'action. *Direction et Gestion* (2):59-68, 1986.

Colbert, François. *Le marketing des arts et de la culture*. Montreal, Gaètan Morin, 1993.

Comission des Communautés Européennes. *Media. Mesures pour Encourager le Développement de l'Industrie Audiovisuelle*. Bruxelles-Luxembourg, Ceca-CEE-CEEA, 1992.

Dambron, Patrick. *Mécénat et sponsoring, la communication*. Paris, Éditions d'Organisation, 1992.

La documentation française. *Institutions et vie culturelle*. Paris, 1996.

Domenach, Jean-Marie. Politique et action culturelle. *Esprit*, p. 1.123, mai 1973.

DuBoff, Leonard D. *Art law in a nutshell*. St. Paul, West, 1984.

Durand, José Carlos; Gouveia, Maria Alice & Berman, Graça. Patrocínio empresarial e incentivos fiscais à cultura no Brasil: análise de uma experiência recente. In: Moisés, José Álvaro & Botelho, Isaura (orgs.). *Modelos de financiamento da cultura*. Rio de Janeiro, Funarte, 1997.

Falcão, Joaquim. Cultura: um outro modelo. *Jornal do Brasil*, 11-1-1991.

FIPC. *Séminaire International sur le Financement de la Culture. Rapport*. Paris, Unesco, 1982.

———. *Origines, caracteristiques, activités*. Paris, Unesco, 1984.

———. *Réflexions 1991*. Paris, Unesco, 1991.

Fondo Nacional de las Artes. *Primer Seminario Regional sobre Financiamiento de la Cultura*. Buenos Aires, Fondo Nacional de las Artes, 1986.

Girard, Augustin. *Cultural development: experience and policies*. Paris, Unesco, 1972.

Grampp, William D. *Arte, inversión y mecenazgo*. Barcelona, Ariel, 1991.

Greco, Nicola. Valori ideali ed elementi patrimoniali e fiscali nella recente legislazione sui beni culturali in Italia. *Economia Pubblica*, *16*(1-2):3-9, gen./feb. 1986.

Greenfield, James M. *Fundraising fundamentals*. New York, John Willey & Sons, 1993.

Greffe, Xavier. La gestion du non-marchand. *Revue Française de Gestion* (22):53-62, sept./oct. 1979.

Gregory, Pierre. Sponsoring et mécénat: instruments de communication institutionelle. *Revue Française de Gestion*, sept./oct. 1984. p. 163-175.

Harvey, Edwin R. *Estado y cultura*. Buenos Aires, Depalma, 1980.

———. Aspectos del financiamiento de la cultura. Córdoba, Alcagec, 1991. mimeog.

———. *Derecho cultural latinoamericano. Sudamérica y Panamá.* Buenos Aires, Depalma, 1992a.

Harvey, Edwin R. Financing of culture in Argentina (some institutional experiences). Fort Worth, Iace, 1992b. mimeog.

———. *Derecho cultural latinoamericano y caribeño. Caribe de habla inglesa. América Latina y Suriname.* Buenos Aires, Depalma, 1994.

Heilbrun, James & Gray, Charles M. *The economics of art and culture. An American perspective.* Cambridge, Cambridge University Press, 1993.

Herrera, Felipe. *El escenario latinoamericano y el desafío cultural.* Santiago, Galdoc, 1981.

Huey, John. America's hottest export: pop culture. *Fortune*, 31 Dec. 1990. p. 28-36.

Jeffri, Joan. *Arts Money. Raising it, saving it and earning it.* Minneapolis, The University of Minnesota Press, 1983.

Magalhães, Aloísio. *E triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil.* Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1985.

Miceli, Sérgio. *Estado e cultura no Brasil.* São Paulo, Difel, 1984.

———& Gouveia, Maria Alice. *Política cultural comparada.* Rio de Janeiro, Funarte/Idesp/Finep, 1985.

Moisés, José Álvaro & Botelho, Isaura (orgs.) *Modelos de financiamento da cultura.* Rio de Janeiro, Funarte, 1997.

Moles, Abraham. Sociodynamique et politique d'equippement culturel. *Communication.* Paris, Seuil (14):45, 1969.

Morin, E. De la culturanalyse à la politique culturelle. *Communication.* Paris, Seuil (14):5, 1969.

Muylaert, Roberto. *Marketing cultural. Comunicação dirigida.* São Paulo, Globo, 1993.

Nouveau départ pour la Fondation Européenne de la Culture. *Le Monde*, 28-4-1992. p. 8.

Oliveira, Anna Cynthia. *Terceiro setor. Uma agenda para reforma do marco legal.* Rio de Janeiro, Comunidade Solidária, 1997.

Penteado, José Roberto W. Marketing cultural. In: *Marketing no Brasil não é fácil.* Rio de Janeiro, Livros Técnicos e Científicos, 1990. p. 163-75.

Polar, Jorge Cornejo. La integración cultural latinoamericana: problema y posibilidad. *Integración Latinoamericana, 17*(177):3-16, abr. 1992.

Pontier, Jean-Marie; Ricci, Jean-Claude & Bourdon, Jacques. *Droit de la culture.* Paris, Dalloz, 1990.

Les pouvoirs publiques et la culture. *Revue Française d'Administration Publique* (22), avr./juin 1982.

Revel, J. F. Doucet le bon génie du mécenat. *Le Point* (596):113-4, 13 dec. 1984.

Saravia, Enrique. *A política cultural na área da música.* Salvador, Universidade Federal da Bahia, 1990.

——. Sistema Latinoamericano y Caribeño para la Promoción de la Cultura y las Artes. Estudo de viabilidade. In: Reunião de Ministros da Cultura e Responsáveis pelas Políticas Culturais da América Latina e do Caribe, 5. *Anales*. Caracas, 1992.

——. Financement de la culture en période de récession: réflexions à propos de l'Amérique Latine. *Revue Française d'Administration Publique* (65), jan./mars 1993.

——. Estructura de la industria cultural iberoamericana. In: Harvey, Edwin et alii. *Cultura y política cultural en Iberoamérica*. Madrid, Cedeal, 1994.

Schiller, Herbert I. *Culture Inc. The corporate takeover of public expression*. New York, Oxford University Press, 1989.

Schüler, Fernando Luís. Legislações municipais de incentivo fiscal à cultura. *Revista de Administração Municipal*. Rio de Janeiro, *44*(221):33-48, abr./dez. 1997.

Un entretien avec. M. Léotard. *Le Monde*. Paris, 12-12-1986. p. 26.

Unesco. *Séminaire International sur le Financement de la Culture. Rapport*. Paris, 1982.

Veran, Lucien. Quand le chercheur s'interroge sur le secteur culturel. *Revue Française de Gestion*, mars./avr./mai 1987. p. 97-102.

Zeigler, Joseph Wesley. *Arts in crisis. The National Endowment for the Arts versus America*. Chicago, Capella Books, 1994.