

AS POLÍTICAS DA UNIÃO EUROPÉIA E DO MERCOSUL PARA A INTEGRAÇÃO DO SETOR AUDIOVISUAL: QUESTÕES PRELIMINARES

Daniele Pereira Canedo¹

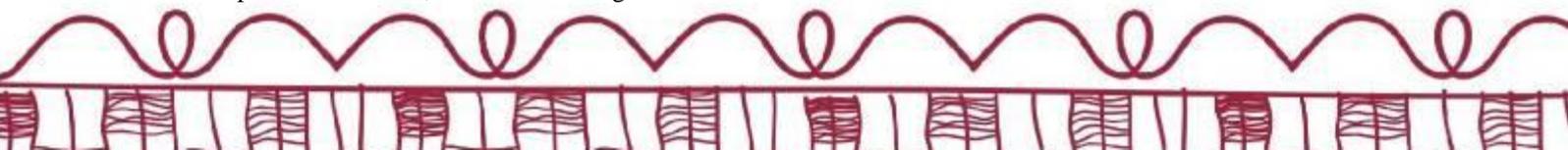
Resumo: Este artigo apresenta a pesquisa de doutoramento que está sendo desenvolvida pela autora no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia. Trata-se de um levantamento das principais questões que estão sendo consideradas na análise das políticas culturais da União Européia e do Mercosul visando a conformação de mercados cinematográficos comuns em cada região e a cooperação internacional entre os dois blocos supranacionais.

Palavras-chave: cooperação cultural, relações internacionais, audiovisual.

A primeira questão que motiva esta investigação sobre a relação entre cultura, desenvolvimento e integração regional é a demanda por compreender o papel da cultura nas relações internacionais. Esta tema parece-nos fundamental tendo em vista que a cultura passou a integrar os planejamentos estratégicos, na medida em que o conceito de desenvolvimento foi ampliado, deixando de lado a visão restrita do crescimento econômico, para abarcar outros fatores do bem-estar humano (FURTADO, 1984; SACHS, 2005; YÚDICE, 2004). Na agenda contemporânea, o conceito de desenvolvimento integra “a defesa dos direitos humanos, a noção de progresso, a cultura do pacifismo e da negociação, assim como o ideal de intercâmbio na construção de consensos plurais” (MILANI, 2008, p. 164).

Outra tendência da era da globalização, a regionalização do planejamento parece dar a resposta mais eficiente às diferentes demandas locais, tendo sido encarada como “efetivo instrumento de intervenção no território objetivando a redução das desigualdades regionais” (LEMOS, 2006, p.174). Para LOIOLA e MIGUEZ (2007, p.3), o território se constitui segundo quatro dimensões interdependentes. A princípio, pode-se ressaltar a dimensão físico-territorial, visto que cada território está materialmente situado em uma determinada região geográfica. Na dimensão socioeconômica destaca-se que cada território abriga uma série de ações que podem modificá-lo, gerando desenvolvimento. A dimensão político organizativa é a que lhe

¹ Gestora cultural, jornalista, mestre e doutoranda pelo Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA. Bolsista da CAPES. Pesquisadora em formação do CULT. dpcanedo@ufba.br, danielecanedo@gmail.com



atribui identidade possibilitando o seu reconhecimento pelo outro. Por fim, na dimensão simbólico-cultural os territórios se diferenciam por traços identitários, evocando em seus habitantes sentimentos de pertencimento e de especificidade.

O potencial da cultura como fator agregador capaz de motivar o sentimento de pertencimento garante seu espaço entre um dos quatro eixos fundamentais nas políticas de desenvolvimento regional e cooperação internacional: “la política propriamente dicha; la económica, financiera y comercial; la de defensa o de las fuerzas armadas; y la cultural (HARVEY, 1991, p. 19). Segundo MOISÉS (2002), grandes instituições internacionais se deram conta de que, deixando de tomar a cultura como parte integrante e como condicionante do desenvolvimento, “deixavam também de criar e/ou estimular a auto-estima das populações envolvidas, reduzindo, assim, a capacidade dos próprios programas desenvolvimentistas de receberem a adesão da população envolvida e de gerarem coesão social” (MOISÉS, 2002, p. 20).

Atualmente, ao focarmos nas políticas culturais supranacionais, podemos notar que as organizações declaram que a cultura é considerada como um instrumento que qualifica o desenvolvimento de outros setores como, por exemplo, o econômico e o social. Segundo EDWIN HARVEY (1991, p. 23), em geral, as relações culturais internacionais servem aos seguintes fins: como instrumento de paz e de cooperação; como apoio para a diplomacia convencional e a política exterior; como veículo para o entendimento internacional; e como estímulo para o comércio exterior.

Esta demanda por incluir a cultura nas relações internacionais pode ser considerada como uma das consequências do fenômeno que RUBIM (2006) chama de automização da cultura como campo singular, que mobiliza mercados consumidores e permite atuações profissionais, acadêmicas e políticas. Tal realidade concerne ao próprio caráter transversal da cultura, que perpassa diferentes campos da vida cotidiana e da sua presença, de forma interrelacionada, em pelo menos três aspectos fundamentais da sociedade atual: 1) aos modos de vida que caracterizam uma coletividade; 2) às obras e práticas da arte, da atividade intelectual e do entretenimento; e 3) ao desenvolvimento humano.

Na primeira concepção, a cultura é definida como um sistema de signos e significados criados pelos grupos sociais. Ela se produz “através da interação social dos indivíduos, que elaboram seus modos de pensar e sentir, constroem seus valores,

manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas”, como ressalta BOTELHO (2001, p.2). MARILENA CHAÚÍ também chama a atenção para a necessidade de alargar o conceito de cultura, tomando-o no sentido de invenção coletiva de símbolos, valores, idéias e comportamentos, “de modo a afirmar que todos os indivíduos e grupos são seres e sujeitos culturais” (1995, p.81). Valoriza-se o patrimônio cultural imaterial - os modos de fazer, a tradição oral, a organização social de cada comunidade, os costumes, as crenças e as manifestações da cultura popular que remontam ao mito formador de cada grupo.

A segunda concepção é dotada de uma visão mais restrita da cultura, referindo-se às obras e práticas da arte, da atividade intelectual e do entretenimento, vistas sobretudo como atividade econômica. A produção, distribuição e consumo de bens e serviços que conformam o sistema de produção cultural se tornou estratégica para o desenvolvimento das nações, na medida em que estas atividades movimentam uma cadeia produtiva em expansão, contribuindo para a geração de emprego e renda.

A terceira concepção da cultura ressalta o papel que ela pode assumir como um fator de desenvolvimento social. Sob esta ótica, as atividades culturais são realizadas com intuítos sócio-educativos diversos: no apoio ao desenvolvimento cognitivo de portadores de necessidades especiais; como ferramenta do sistema educacional; no auxílio ao enfrentamento de problemas sociais. Embora esta visão seja, por vezes, criticada como utilitarista, é fato que a cultura pode e deve exercer um papel na formação política e social dos indivíduos. Segundo NÉSTOR GARCIA CANCLINI, é possível ver a cultura “como parte de la socialización de las clases y los grupos en la formación de las concepciones políticas y en el estilo que la sociedad adopta en diferentes líneas de desarrollo” (1987, p.25).

No âmbito internacional, é possível mapear iniciativas de cooperação que trabalham com um conceito de cultura ampliado e iniciativas que privilegiam uma das três concepções apresentadas. A ampliação dos convênios e tratados internacionais na área da cultura motivou a UNESCO a propor a Declaração dos Princípios da Cooperação Cultural Internacional, que foi assinada pelos países membros reunidos em Paris, em 4 de novembro de 1996. O Artigo 4º do documento declara que as ações de cooperação em cultura empreendidas pelos países devem ter por objetivos: 1) difundir os conhecimentos, estimular as vocações e enriquecer a cultura; 2) desenvolver as relações pacíficas e a amizade entre os povos e levá-los a uma melhor compreensão dos

respectivos modos de vida; 3) contribuir para a aplicação dos princípios enunciados nas declarações das Nações Unidas; 4) permitir a todos os homens aceder ao conhecimento, desfrutar das artes e das letras de todos os povos, beneficiar dos progressos e das vantagens da ciência alcançados em todos os países do mundo, e contribuir pessoalmente para o enriquecimento da vida cultural; 5) melhorar, em todos os países do mundo, as condições da vida espiritual do homem e da sua existência material (UNESCO, 1996).

A Cooperação Cultural na Europa e na América Latina

Como vimos anteriormente, a regionalização do planejamento é uma tendência da era contemporânea. Grandes nações unem-se e montam estratégias a curto, médio e longo prazo visando o desenvolvimento local e o fortalecimento do grupo na esfera internacional. Portanto, parece-nos adequado levantar questões a cerca do papel da cultura nas estratégias de desenvolvimento e integração regional. O recorte geográfico da investigação se detém nas iniciativas culturais promovidas por dois blocos: a União Européia e o Mercosul. Trata-se de áreas de destaque no cenário internacional, porém com realidades bastante distintas. Vale ressaltar que a atuação da União Européia na área cultural é mais antiga e encontra-se em um estágio diferenciado do recentemente criado Mercosul Cultural.

Na Europa, a União Européia (UE) teve suas bases firmadas a partir de 1956, com o estabelecimento da Comunidade Econômica do Carvão e do Aço (CECA), e foi definitivamente estabelecida com o Tratado de Maastricht, firmado em 1992. A atuação na área da cultura não estava prevista no Tratado de Maastricht. Todavia, os Estados Membros, estimulados pelo desejo de criação de uma cidadania européia, entenderam que a atuação na área da cultura seria fundamental para a integração entre os povos. No Tratado de Amsterdam, de 1997, se reconheceu a necessidade de implantação de uma política cultural integrada para a promoção da diversidade cultural dos povos europeus. Neste Tratado está previsto que a diversidade cultural deve ser respeitada e considerada na implantação de políticas comunitárias.

Desde então, a organização tem investido recursos em programas culturais. O programa Plataforma Europa, lançado em 1990 fornecia apoio a projetos artísticos e eventos culturais que envolvessem pelo menos três Estados - Membros. Apresentava as

seguintes finalidades: apoiar eventos culturais, de forma mais eficaz; incentivar a criação artística e da cooperação sob a forma de uma rede; promover um melhor acesso do público europeu ao patrimônio artístico; melhorar a cooperação cultural entre os profissionais. Entre 1990 e 1995, mais de 500 projetos culturais receberam apoio.

Entre 1996 e 1999, a União Européia lançou três programas culturais. O “Kaléidoscope” era um programa de incentivo financeiro à criação artística e a produção cultural. O “Ariane” apoiava setores do livro e da leitura, incluindo a tradução. Já o programa “Raphael” foi criado com o objetivo de complementar as ações dos Estados Membros na área do patrimônio. No ano seguinte, foi lançado o Programa Cultura 2000, com ações previstas para sete anos (2000 a 2006). O objetivo era fornecer apoio para a criação artística e a cooperação cultural entre os povos europeus.

O mecanismo de apoio que agora está em execução é o Programa Cultura (2007 a 2013). Com um orçamento de € 400 milhões, tem por objetivo a valorização da diversidade cultural ao mesmo tempo em que busca a construção de um espaço cultural europeu comum. Para atingir este objetivo, está previsto que as ações devem: promover a mobilidade transfronteiriça de pessoas que trabalham no setor cultural; encorajar a circulação transnacional de produção cultural e artística; e promover o diálogo intercultural. Para a consecução destes objetivos, o programa apoia três tipos de atividades: ações culturais; apoio a organismos e instituições; apoio a divulgação das ações e a realização de pesquisas sobre cooperação cultural e políticas de desenvolvimento do setor (EUROPEAN COMMISSION, 2007).

Nas Américas, data de 1889 a primeira iniciativa visando o estabelecimento de relações culturais entre os países, que teve como primeiro resultado a fundação da Biblioteca Latinoamericana Cólón, na cidade de Washington, D.C. Em 1948, foi constituído o Conselho Interamericano Cultural (CIC), órgão ligado à Organização dos Estados Americanos (OEA), com a finalidade de promover relações amistosas e de entendimento mútuo entre os povos americanos através do intercâmbio educacional, científico e cultural. O órgão sofreu transformações com o passar do tempo, porém permanece desenvolvendo ações de cooperação cultural entre 34 países².

O Mercado Comum do Sul, Mercosul, criado em 1991, é a organização regional que objetiva a criação de uma zona de livre comércio na América Latina. A formação

² FONTE: www.oas.org

original conta com quatro países: Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. O chamado Mercosul ampliado inclui a Venezuela (em espera pela aprovação como membro desde 2006) e os Estados associados: Chile, Peru, Colômbia, Bolívia e Equador. O México é considerado Estado observador, com status não-oficial.

O tema cultura passou a constar na agenda do órgão em meados dos anos 90, quando foi criada uma instância denominada Mercosul Cultural, que reúne os ministros de Cultura da região duas vezes ao ano para tratar de assuntos de cooperação cultural. Em 1996, os quatro Estados Membros firmaram um Protocolo de Integração Cultural. Já no Artigo 1, os Estados Membros “comprometem-se a promover a cooperação e o intercâmbio entre suas respectivas instituições e agentes culturais, com o objetivo de favorecer o enriquecimento e a difusão das expressões culturais e artísticas do Mercosul (Mercosul, 2006). Todavia, a atuação do Mercosul na área cultural ainda pode ser considerada tímida, tendo em vista as poucas iniciativas culturais efetivadas pelo órgão.

Diante da atuação de tais organizações, surgem algumas perguntas: quais os objetivos e as prioridades das ações culturais empreendidas por estes órgãos? Quais são os conceitos da área cultural adotados pelas organizações? Sob que perspectivas os sujeitos culturais são vistos? Quais as estruturas e os recursos financeiros dedicados à atividade cultural?

O setor audiovisual na agenda da cooperação internacional

Tendo sido selecionadas as regiões geográficas e as duas uniões supranacionais que serviriam como escopo da pesquisa, foi preciso, então, recortar uma área de atuação cultural. O setor audiovisual foi escolhido por diversos motivos. O primeiro deles diz respeito ao protagonismo ideológico e econômico do produto audiovisual. Filmes, vídeos e programas televisivos são considerados meios de comunicação capazes de transmitir opiniões. Na história do cinema internacional, por exemplo, existem diversos casos em que filmes foram produzidos com a finalidade de realizar propaganda ideológica e política. Portanto, é mister considerar o audiovisual como veículo capaz de excitar o sentimento de pertencimento a uma dada realidade e, deste modo, favorecer a integração regional. Ressalta-se também a importância econômica do setor, que movimenta grandes somas de recursos; a facilidade de circulação do produto cultural; bem como a possibilidade de conformação de redes de produção em parceria (co-

produção), efetivando ações de cooperação internacional. A tabela 1 mostra as dimensões do mercado audiovisual no Mercosul.

Tabela 1. O mercado do audiovisual do Mercosul (2005)

Média anual de produção de filmes longas-metragens	120/130 filmes
Salas de cinemas	3.500
Volume médio anual de espectadores nas salas	190/200 milhões
Média anual de receita bruta das salas	US\$420/460 milhões
Lares com TV	55/60 milhões
Cadeias de TV Aberta	350
Faturamento publicitário estimado da TV aberta	US\$4.000/5.000 milhões
Canais de TV fechada	2.000 / 2500
Nº lares com Tv fechada	25/30 milhões
Nº lares com equipamento de vídeo/DVD	35/40 milhões
Nº Vídeolocadoras	12.000/15.000
Faturamento estimado com compra, venda e aluguel de vídeos	US\$ 800 / 900 milhões

Fonte: Observatório Audiovisual do Mercosul, 2007.

O segundo motivo para a escolha do setor foi a forte presença da temática audiovisual na agenda cultural tanto da União Européia quanto do Mercosul, com foco na produção cinematográfica. Na Europa, o programa Media foi criado em 1990 com o objetivo de fomentar a produção, a promoção e a distribuição de filmes e outras obras audiovisuais. Atualmente, está em vigor o Media 2007, que conta com um orçamento total de 755 milhões de euros para o período de 2007 a 2013. O programa prevê ações em cinco áreas: formação; desenvolvimento; distribuição; promoção de obras audiovisuais européias; e apoio a festivais europeus³.

Na América do Sul, a Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais (RECAM), criada em dezembro de 2003, é a instância responsável pela política audiovisual do Mercosul. Os objetivos declarados do órgão são: 1. adotar medidas concretas para a integração e complementação das indústrias cinematográficas e audiovisuais da região; 2. reduzir as assimetrias que afetam o setor, impulsionando programas específicos a favor dos países de menor desenvolvimento relativo; 3.

³ FONTE: <http://europa.eu/pol/av/>

harmonizar as políticas públicas e os aspectos legislativos do setor; 4. impulsionar a livre circulação regional de bens e serviços cinematográficos e audiovisuais; 5. implementar políticas para a defesa da diversidade e da identidade cultural dos povos da região; 6. trabalhar em favor de uma redistribuição do mercado cinematográfico, que garanta condições de equidade para as produções nacionais e seu acesso ao mercado; e 7. garantir o direito de espectador e uma pluralidade de opções que incluem especialmente expressões culturais e audiovisuais do Mercosul (MERCOSUL, 2003). Trata-se de uma política ampla, visando fortalecer a produção audiovisual sulamericana e promover a circulação dos conteúdos produzidos na região.

Por fim, o terceiro motivo para manter o foco da investigação no audiovisual é a cooperação entre a União Européia e o Mercosul prevista para o setor. Desde a criação da RECAM, a política audiovisual da União Européia aparecia nos documentos como um modelo a ser seguido (MERCOSUL, 2003). Através dos Programas MEDIA Internacional e Media Mundus, a UE ampliou o campo de ação do programa para o mercado internacional visando a cooperação com países do terceiro mundo.

Os objetivos declarados são melhorar: o intercâmbio de informações entre profissionais europeus e de terceiros países; a competitividade e a distribuição transnacional das obras européias; a circulação e exposição de obras européias a nível mundial; a demanda do público por conteúdo audiovisual culturalmente diverso. A partir da leitura dos documentos, é possível inferir um outro objetivo não declarado pelos órgãos, mas presente nas argumentações: o desejo de fortalecer os próprios mercados audiovisuais em detrimento do cinema produzido nos Estados Unidos da América⁴.

Neste sentido, os dois blocos assinaram um acordo de cooperação técnica denominado Programa Mercosul Audiovisual. A União Européia se comprometeu a apoiar o processo de integração cinematográfica da América do Sul durante 2010-2011 e o fortalecimento da identidade cidadã no Mercosul, através do acesso a conteúdos audiovisuais. O programa tem orçamento total de € 1.860.000. A UE aportará 1,5 milhões e o Mercosul, 360 mil.

De modo geral, os resultados esperados são: 1. elaboração de estudos comparativos para a harmonização da legislação do setor audiovisual nos países do Mercosul; 2. fortalecer as capacidades do Observatório Mercosul Audiovisual de gerar informações específicas para o desenho de políticas públicas audiovisuais regionais; 3.

⁴ FONTE: <http://www.recam.org>

implementar uma rede de 30 salas digitais nos países do Mercosul onde circularão conteúdos audiovisuais próprios da região; 4. difundir o Patrimônio Audiovisual do Mercosul restaurado, conservado e digitalizado; 5. fortalecer as capacidades profissionais e técnicas (tecnológicas, comerciais e artísticas) do setor audiovisual, com especial foco no Paraguay.

Ao analisar este acordo de cooperação, surgem algumas questões preliminares: como o Programa Media está organizado e de que forma contribui para a integração europeia? Como a Recam vem atuando e de que forma está inserida na questão da integração latino-americana? Como o modelo de integração cultural regional do setor audiovisual da União Europeia poderá ser aplicado na América Latina? Como a cooperação técnica entre Programa Media e Recam se estabelecerá? No acordo de cooperação, que dinâmica predomina - industrial ou cultural? Trata-se de integração pela diversidade cultural ou de novos mercados para a circulação de obras?

Para tentar responder a estas questões será feito um estudo de casa múltiplos. A Teoria Construtivista das Relações Internacionais fornecerá uma base para a análise das ações empreendidas pelas uniões supranacionais União Europeia e Mercosul. Esta teoria privilegia as relações sociais e os discursos e afirma que um conjunto de idéias compartilhadas seria responsável pela definição das estruturas (e não apenas por forças materiais), das identidades e dos interesses dos atores (sempre em interação durante a atuação dos agentes). A estratégia de investigação a ser utilizada deverá ser o Método Misto, com a convergência de dados quantitativos e qualitativos a fim de obter uma análise ampla do problema de pesquisa. A coleta e análise de dados será efetuada através de entrevistas semi-estruturadas; dados de documentos, audiovisuais e dados de observação.

REFERÊNCIAS

BOTELHO, Isaura. **Dimensões da cultura e políticas públicas**. São Paulo: Perspec., Apr./June 2001, vol.15, no.2, p.73-83.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Políticas Culturales en América Latina**. México: Editora Grijalbo, 1987.

CANCLINI, Néstor Garcia e MONETA, Carlos Juan (orgs.). **Las Industrias Culturales em La Integración Latinoamericana**. México: Grijalbo/Sele, 1999. Págs. 35-63.

CHAUÍ, Marilena. Cultura política e política cultural. São Paulo: **Estudos Avançados 9** (23), 1995, P.71-84

COMISSÃO EUROPÉIA (2009a). **External Dimension of Audiovisual Policy** (Staff Working Document), SEC (2009) 1033 final, 14/7/2009, Bruxelas.

COMISSÃO EUROPÉIA (2009b). **Media Mundus. Summary of the Impact Assessment**, SEC (2008) 3097 final, 9/1/09, Bruxelas.

COMISSÃO EUROPÉIA (2008). **Audiovisual Cooperation Programme Media Mundus**, Bruxelas.

CRUSAFON, Carmina. **El espacio audiovisual europeo: análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90**. tesis doctoral, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

_____. **Mercado vs Cultura: La política audiovisual de La Comisión Barroso**. Estudos em Comunicação, no 6, 105-123. Dezembro de 2009

_____. **La política audiovisual del MERCOSUR y la influencia del modelo europeo**. Cuadernos de información / nº 25 / 2009 - ii (jul.- dic .) / ISSN n 0716-162 x / pág. 93-104

DINIZ, Clélio Campolina. **Políticas de desenvolvimento regional: desafios e perspectivas à luz das experiências da União Européia e do Brasil**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 400pg.

FURTADO, Celso. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. 128p.

GARRETÓN, Manuel Antonio e outros. **El Espacio Cultural Latinoamericano – Bases para uma Política Cultural de Integración**. Santiago: Fondo de Cultura Economic, Convenio Andrés Bello, 2003. Págs. 07-54

HARVEY, Edwin. **Relaciones Culturales internacionales em iberoamérica y el mundo**. Buenos Aires, Tecnos,1991.

JACKSON, Robert H.; SORENSEN, George. **Introdução às Relações Internacionais: teorias e abordagens**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. , 2007.

LIRA, Iván Silva. Disparidades, competitividad territorial y desarrollo local y regional en América Latina. **Serie Gestión Pública**. Nº 33 Santiago de Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Naciones Unidas, 2003.

LOIOLA, Elizabeth; MIGUEZ, Paulo. **Sobre cultura e desenvolvimento**. Trabalho apresentado no III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado entre os dias 23 a 25 de maio de 2007, na Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador, Bahia, Brasil.

MAGNOLI, Demétrio. **Manual do Candidato: Política Internacional**. Brasília: Funag, 2004. 380 p. 3 ed. Atual e rev.

MERCOSUR (2003). **Creación de la RECAM**. MERCOSUR/GMC/RES Nº49/03, Montevideo (Uruguay).

MERCOSUR (1996a). **Protocolo de integración cultural**. MERCOSUL /CMC/DEC. Nº 11/96, Fortaleza (Brasil).

MILANI, Carlos. **Discursos y Mitos de La Participación Social em La Cooperación Internacional para el Desarrollo: uma mirada a partir de Brasil**. Revista Española de Desarrollo y Cooperación, Nº 22. Instituto Universitário de Desarrollo y Cooperación, Universidad Complutense de Madrid. Madrid: 2008.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Dos sentidos do marketing cultural**. Textos de Cultura e Comunicação – Revista do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da UFBA. Salvador, n.37/38, p. 109-122, dez.1997.

_____. **Políticas Culturais entre o possível e o impossível**. Trabalho apresentado no II ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado de 03 a 05 de maio de 2006, na Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador, Bahia, Brasil.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento e cultura. Desenvolvimento da cultura. Cultura do desenvolvimento**. Organizações & Sociedade, v.12, n.33, p. 151-165, abr./jun. 2005.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura – usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2004. 615p.

Websites:

União Européia: <http://europa.eu/pol/cult/> e <http://europa.eu/pol/av/>

Mercosul Cultural: <http://blogs.cultura.gov.br/mercosur/>

Recam: <http://www.recam.org/>

OEA: www.oas.org