O autor é diplomata de carreira. Formado em Direito pela PUC/RJ, ingressou no Serviço Exterior brasileiro em 1996. No Brasil, trabalhou no Departamento da Europa do Itamaraty e no Cerimonial da Presidência da República. No exterior, chefiou os Setores Culturais das Embaixadas do Brasil em Berlim, de 2003 a 2006, e Santiago, de 2006 a 2008. Serve atualmente na Embaixada brasileira em Londres.

Em setembro de 2004, o então Ministro da Cultura, Gilberto Gil, apresentou em Berlim a proposta de um ambicioso projeto cultural brasileiro por ocasião da Copa do Mundo, que a Alemanha organizaria dois anos mais tarde: "o objetivo fundamental é uma inédita exposição do Brasil; as possibilidades são ilimitadas", declarou para uma audiência de altos funcionários do governo alemão e representantes de instituições culturais. O resultado foi a Copa da Cultura, um programa de promoção cultural de proporções inéditas na história das relações entre o Brasil e a Alemanha. Ao longo de todo o ano de 2006, o Ministério da Cultura, o Itamaraty e a Casa das Culturas do Mundo, com a colaboração de inúmeros parceiros brasileiros e alemães, públicos e privados, realizaram 167 eventos, desdobrados em 473 manifestações, em 48 cidades alemãs. Estimativas indicam que 250 mil pessoas assistiram a pelo menos um dos eventos ao vivo. Autoridades alemãs e brasileiras apontam a Copa da Cultura como marco no relacionamento cultural entre os dois países, responsável por um sensível aumento nos canais de cooperação na área e seu desdobramento em uma série de programas bilaterais de relevo nos anos seguintes. A presente obra se propõe a apresentar uma descrição crítica dos processos de concepção e execução da Copa da Cultura, com vistas à sua possível reedição em futuros eventos esportivos.

ISBN 857631437-1
9 788576 314370

INSTITUTO RIO BRANCO

FUNDAÇÃO ALEXANDRE DE GUSMÃO
www.funag.gov.br

645

André Chermont de Lima

COPA DA CULTURA

FUNDAÇÃO ALEXANDRE DE GUSMÃO

coleção CAE

COPA DA CULTURA

O campeonato mundial de futebol como instrumento para a promoção da cultura brasileira no exterior

André Chermont de Lima

FUNDAÇÃO ALEXANDRE DE GUSMÃO

O Curso de Altos Estudos (CAE) é mantido pelo Instituto Rio Branco como parte integrante do sistema de treinamento e qualificação na Carreira de Diplomata, com o objetivo de atualizar e aprofundar os conhecimentos necessários ao desempenho das funções exercidas pelos Ministros de Primeira e Segunda Classes, sendo a posse do diploma requisito indispensável à progressão funcional a Ministro de Segunda Classe. O candidato inscrito no CAE prepara e apresenta tese, a qual é submetida à Banca Examinadora, para arguição oral.

Ao final das arguições, o Diretor-Geral do Instituto Rio Branco publica no Diário Oficial da União e no Boletim de Serviço do Ministério das Relações Exteriores portaria de divulgação dos nomes dos diplomatas aprovados no CAE, destacando os aprovados "com louvor".

A Fundação Alexandre de Gusmão (Funag) tem prioridade para a publicação das teses recomendadas pela Banca Examinadora do CAE.

A relação dos trabalhos já publicados pela Funag encontra-se no final desta publicação.

coleção
CAE

COPA DA CULTURA

O campeonato mundial de futebol como instrumento para a promoção da cultura brasileira no exterior

André Chermont de Lima

FUNDAÇÃO ALEXANDRE DE GUSMÃO

COPA DA CULTURA

O campeonato mundial de futebol como instrumento para a promoção da cultura brasileira no exterior

Ministério das Relações Exteriores

Ministro de Estado Embaixador Antonio de Aguiar Patriota
Secretário-Geral Embaixador Eduardo dos Santos

Fundação Alexandre de Gusmão

Presidente Embaixador José Vicente de Sá Pimentel

Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais

Centro de História e Documentação Diplomática

Diretor Embaixador Maurício E. Cortes Costa

A *Fundação Alexandre de Gusmão*, instituída em 1971, é uma fundação pública vinculada ao Ministério das Relações Exteriores e tem a finalidade de levar à sociedade civil informações sobre a realidade internacional e sobre aspectos da pauta diplomática brasileira. Sua missão é promover a sensibilização da opinião pública nacional para os temas de relações internacionais e para a política externa brasileira.

Ministério das Relações Exteriores
Esplanada dos Ministérios, Bloco H
Anexo II, Térreo, Sala 1
70170-900 Brasília, DF
Telefones: (61) 2030-6033/6034
Fax: (61) 2030-9125
Site: www.funag.gov.br

André Chermont de Lima

COPA DA CULTURA

O campeonato mundial de futebol como instrumento para a promoção da cultura brasileira no exterior

FUNDAÇÃO ALEXANDRE DE GUSMÃO

Brasília, 2013

Direitos de publicação reservados à
Fundação Alexandre de Gusmão
Ministério das Relações Exteriores
Esplanada dos Ministérios, Bloco H
Anexo II, Térreo
70170-900 Brasília–DF
Telefones: (61) 2030-6033/6034
Fax: (61) 2030-9125
Site: www.funag.gov.br
E-mail: funag@itamaraty.gov.br

Equipe Técnica:
Eliane Miranda Paiva
Fernanda Antunes Siqueira
Guilherme Lucas Rodrigues Monteiro
Jessé Nóbrega Cardoso
Vanusa dos Santos Silva

Projeto Gráfico e Capa:
Yanderson Rodrigues

Programação Visual e Diagramação:
Gráfica e Editora Ideal

Impresso no Brasil 2013

L732c

Lima, André Chermont de.
Copa da cultura : o campeonato mundial de futebol como instrumento para a promoção da cultura brasileira no exterior / André Chermont de Lima – Brasília : FUNAG, 2013.
336 p. - (Coleção teses de CAE)

ISBN 978-85-7631-437-0

1. Política cultural - Brasil. 2. Cultura brasileira. 3. Cultura brasileira – história. 4. Futebol - Brasil. 5. Campeonato mundial de futebol. I. Título. II. Série

CDD 306.0981

Bibliotecária responsável: Ledir dos Santos Pereira, CRB-1/776

Depósito Legal na Fundação Biblioteca Nacional conforme Lei n° 10.994, de 14/12/2004.

Conselho Editorial da Fundação Alexandre de Gusmão

Presidente: Embaixador José Vicente de Sá Pimentel
Presidente da Fundação Alexandre de Gusmão

Membros: Embaixador Ronaldo Mota Sardenberg
Embaixador Jorio Dauster Magalhães
Embaixador José Humberto de Brito Cruz
Ministro Luís Felipe Silvério Fortuna
Professor Clodoaldo Bueno
Professor Francisco Fernando Monteoliva Doratioto
Professor José Flávio Sombra Saraiva

Nota introdutória

Este livro é fruto de tese apresentada no Curso de Altos Estudos (CAE) do Instituto Rio Branco, Itamaraty, em 2011. A orientação acadêmica do trabalho original levou o autor a debruçar-se sobre certos aspectos menos relevantes aqui. A maior parte dessas preocupações diz respeito ao tratamento teórico de muitos dos conceitos que no livro aparecem de forma mais ou menos livre. Os esforços de definição de entidades como "política cultural", "direitos culturais", "indústrias criativas", "poder" e "cultura", para citar apenas algumas delas, foram suprimidos para dar maior fluidez ao texto e assegurar o foco nos objetivos principais e eminentemente práticos do trabalho. Da mesma forma, o espaço de tempo transcorrido entre a submissão da tese à banca avaliadora do CAE e a presente publicação, a cerca de um ano do apito inicial da Copa do Mundo no Brasil, tornou obrigatória a atualização de dados, referências e, sobretudo, recomendações, algumas delas passíveis de obsolescência. O autor desculpa-se por eventuais descuidos nessa tarefa.

Agradecimentos

Tanto a publicação do presente livro quanto a conclusão da tese que o antecedeu teriam sido impraticáveis sem o apoio de dois protagonistas: minha mulher, Gabriella, que me apresentou aos meandros do Ministério da Cultura, garantiu-me o acesso a arquivos e intermediou entrevistas; e meu amigo Aurimar Nunes, que dedicou ao trabalho dias de leitura atenta e nunca benevolente.

Estendo meus agradecimentos a todos os entrevistados e aos muitos colegas e amigos do Itamaraty e Ministério da Cultura, que contribuíram para este trabalho com conhecimento, orientação, paciência ou inspiração.

Apresentação

Em setembro de 2004, o então Ministro da Cultura (MinC) Gilberto Gil apresentou em Berlim a proposta de um ambicioso projeto cultural brasileiro por ocasião da Copa do Mundo de futebol[1], que a Alemanha organizaria dois anos mais tarde: "O objetivo fundamental é uma inédita exposição do Brasil; as possibilidades são ilimitadas"[2], declarou para uma audiência de altos funcionários do governo alemão e representantes de instituições culturais. O resultado foi a Copa da Cultura, um programa de promoção cultural de proporções inéditas na história das relações entre o Brasil e a Alemanha. De 10 de janeiro a 14 de dezembro de 2006[3], o Ministério da Cultura, o Itamaraty e a Casa das Culturas do Mundo (Haus der Kulturen der Welt – HKW), com a colaboração de inúmeros parceiros brasileiros e alemães, públicos e privados, realizaram 167 eventos,

1 A "Copa do Mundo da FIFA de Futebol Masculino" será denominada, ao longo deste livro, "Copa do Mundo", "Campeonato Mundial de Futebol" ou simplesmente "Copa" ou "Mundial".

2 Telegrama nº 1.509, de 8 set. 2004, da Embaixada em Berlim.

3 Alguns eventos estenderam-se, entretanto, até março de 2007.

desdobrados em 473 manifestações, em 48 cidades alemãs. Estimativas oficiais indicam que 250 mil pessoas assistiram a pelo menos um dos eventos ao vivo, graças à cobertura em geral ampla por parte dos meios de comunicação. Autoridades alemãs e brasileiras apontam a Copa da Cultura como marco do relacionamento cultural entre os dois paí ses, responsável por um sensível aumento nos canais de cooperação na área e por seu desdobramento em uma série de programas bilaterais de relevo nos anos seguintes.

Quando assumiu a pasta em 2003, Gilberto Gil comprometeu-se a promover e disseminar a cultura por todo o território brasileiro e todas as classes sociais, valendo-se de uma nova visão do que deveria ser entendido por política na área cultural, calcada sobre os princípios da democratização e da retomada da iniciativa pública. A prioridade na criação de incentivos para a produção ou difusão da cultura brasileira onde menos se notava sua presença – longe dos grandes centros econômicos, no seio de comunidades carentes, urbanas e rurais – foi uma reação às distorções criadas pelos até então prevalecentes mecanismos de incentivos fiscais, que, se por um lado representavam alternativa conveniente para a escassez de recursos públicos na área, por outro mantinham o processo decisório sobre onde e como executar ações culturais nas mãos das empresas patrocinadoras.

Os esforços de ressurreição de uma efetiva política cultural, baseada na intervenção e no planejamento estatais de longo prazo e apoiada por uma verdadeira cruzada em prol da ampliação da estrutura e do orçamento do MinC (com resultados às vezes decepcionantes), aplicaram-se, quase de imediato, ao exterior. O trabalho de difusão até então realizado pelo Estado brasileiro no plano internacional,

afinal, carecia de regularidade e não correspondia às pretensões de Gilberto Gil para sua gestão. Nesse novo cenário, os governos dos dois países executaram conjuntamente, em 2005, o Ano do Brasil na França, parte das Temporadas Culturais francesas, uma iniciativa inédita pela ousadia de suas dimensões.

A associação da Copa da Cultura com "Brésil, Brésis", de 2005, deve ser interpretada como uma continuidade, produto de uma política cultural assertiva, aplicada no Brasil com reflexos no exterior. Ambos os programas são manifestações dessa nova forma de atuação do governo brasileiro. As ações pensadas para a Alemanha foram inspiradas no que se preparava para a França. Não seria preciso ou justo, contudo, insinuar que a Copa da Cultura foi uma "cópia" do Ano do Brasil na França. Em primeiro lugar, pelas circunstâncias diversas: o país-sede de um Campeonato Mundial de Futebol não teria condições, nem interesse, de apoiar de maneira decisiva projetos culturais de envergadura propostos por outros governos. Estimulado pela oportunidade única de visibilidade oferecida pelo torneio (mais de 30 bilhões de espectadores acumulados[4] e dois milhões de visitantes estrangeiros durante os 30 dias de campeonato[5]), o Brasil quis, com a Copa da Cultura, lançar um programa de difusão que visasse a uma série de benefícios materiais – estímulo à economia da cultura, intensificação das relações bilaterais, promoção do turismo e de produtos brasileiros – e imateriais – ganhos de imagem e de poder no cenário internacional.

4 Segundo estimativas da FIFA, (Disponível em: <http://www.fifa.com/worldcup/archive/germany2006/overview.html>. A questão problemática dos critérios usados no cálculo dos telespectadores em jogos de Copas do Mundo será mencionada no Capítulo 1 da Parte III.

5 Ministério do Interior da República Federal da Alemanha. *Die Welt war zu Gast bei Freunden – Bilanz der Bundesregierung zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006.* Berlim, 2006, p. 30.

Em segundo lugar, as dimensões do programa de 2005 foram muito superiores. Cerca de 2.500 manifestações, com participação de igual número de artistas, foram assistidas por um público total de aproximadamente 15 milhões de pessoas, em 161 cidades francesas. Os investimentos diretos dos governos brasileiro e francês no Ano do Brasil na França alcançaram, respectivamente, cifras de R$ 41 milhões e € 2 milhões, comparados com menos de R$ 13 milhões e € 600 mil em recursos públicos gastos na Alemanha. A participação da iniciativa privada e de outros órgãos estatais de ambos os lados foi, além disso, muito mais expressiva no caso da França[6].

A Copa da Cultura, por fim, ressentiu-se de falhas organizacionais e conceituais que, se ocorreram na França, foram menos flagrantes. Um desses problemas, sintomaticamente, refere-se à falta de memória: pouco se sabe ou se recorda, hoje, do que foi feito na Alemanha. A documentação, para além de longas prestações de contas e registros burocráticos, é escassa e insuficiente, assim como relatórios, sobretudo os críticos. Não houve preocupação em sondar ou monitorar eventuais contrapartidas para o investimento feito, fossem elas na forma de estímulos concretos aos setores da economia beneficiados pelo programa ou de vantagens obtidas em nichos específicos. Tampouco foi possível estudar o impacto mediato da Copa da Cultura sobre a imagem do Brasil na Alemanha e nas centenas de países que durante os trinta dias de torneio observaram os esforços de autopromoção do País.

A presente obra propõe-se a cobrir, ainda que parcialmente, esse lapso de memória, em especial de memória crítica. A inexistência de fontes que reúnam, ao mesmo

6 AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. *O Ano do Brasil na França*: um modelo de intercâmbio cultural. Brasília: FUNAG/IPRI, 2007, pp. 42, 46, 56, 59.

tempo, informações sobre conteúdo da programação, estatísticas, antecedentes históricos e políticos e resultados obtidos convida a uma investigação extensiva, capaz de retratar um panorama amplo do que ocorreu, com olhos voltados para o futuro. A Copa da Cultura foi concebida com a intenção de divulgar o Brasil no que se julgou ser uma das melhores janelas de oportunidade disponíveis, a de uma Copa do Mundo. Repetidos os acertos e evitados os erros, o projeto teria todas as condições de firmar-se em bases permanentes, a cada quatro anos. Eis, portanto, os dois principais objetivos deste livro.

Apesar do já mencionado impacto de público e crítica durante os meses de maior intensidade da programação e do reconhecimento de sua importância no contexto do relacionamento entre Brasil e Alemanha, a utilidade e o interesse de uma iniciativa desse porte não são incontestáveis: críticas em torno da concepção e execução da Copa da Cultura surgiram antes, durante e depois de 2006, inclusive no seio do próprio governo federal. Entre as opiniões contrárias estava o receio de que, apesar da visibilidade, o Campeonato não oferecesse as melhores condições para a apresentação eficaz de programas culturais.

Essas incertezas justificariam uma reflexão em torno da realidade concreta que contextualizou a Copa da Cultura. Longe de ter sido iniciativa isolada ou improvisada, sua base conceitual foi produto de circunstâncias políticas bem definidas. A ampliação do conceito de cultura ou, em outras palavras, a adoção de uma visão antropológica a englobar inúmeros aspectos da vida social, antes negligenciados pelos responsáveis por políticas culturais públicas no Brasil (a proteção à diversidade e à identidade cultural passa pela valorização de uma ampla gama de manifestações,

com vistas à inclusão social e ao estímulo à economia), foi um dos principais fundamentos teóricos da ação do governo a partir de 2003. O MinC adotou, nesse sentido, uma interpretação tridimensional de cultura, constituída pelas vertentes simbólica, econômica e cidadã – em outras palavras, a cultura como um complexo de manifestações capazes de definir, por meio de símbolos, a experiência e o comportamento humanos, combinadas com a compreensão do fenômeno como fator de transformação econômica e de justiça social. Não que essa opção pela expansão do escopo das políticas culturais estivesse longe das preocupações de governos anteriores (Celso Furtado já se referia à amplitude da jurisdição de seu Ministério em meados dos anos 1980), mas a capacidade de operacionalizá-la avançou de forma mais sistemática no governo Lula.

A cultura como expressão simbólica e, ao mesmo tempo, instrumento de desenvolvimento faz sentido apenas se contextualizada em *políticas culturais*, ou seja, em ações de *intervenção* e *planejamento*. A política cultural é conceito volátil, já que praticada tanto por atores públicos quanto privados e porque reflete a constante evolução de cenários políticos, econômicos e ideológicos. No entanto, é possível afirmar que prevalece, hoje, a percepção de que a ação estatal circunscrita ao campo da cultura só atingirá – ou ajudar*á* a atingir – os objetivos mais amplos de garantia dos direitos culturais e desenvolvimento socioeconômico se submetida a um processo contínuo de planejamento, execução, monitoramento e avaliação. Em outras palavras, quando esse conjunto de ações constitui uma política cultural propriamente dita. O termo é importante na medida em que se tem identificado, no presente, uma tentativa de diferenciação dos longos períodos da história

da burocracia brasileira em que predominavam políticas de eventos, ou seja, ações isoladas e sem continuidade. Simples investigação superficial da história das "políticas" culturais no Brasil mostrará muitos períodos marcados pela limitada ação do Estado, transformado em espécie de gerente de eventos e de mecanismos de isenção fiscal para a promoção da cultura. As principais mudanças de orientação propostas a partir de 2003 contemplaram, assim, a criação de um sistema nacional de financiamento, a execução de políticas de alcance nacional e a democratização dos programas culturais.

A vertente externa da política cultural do Governo Lula constituirá o cerne da Parte I. Mais do que simples desdobramento das iniciativas domésticas, programas de difusão e intercâmbio cultural no exterior possuem dinâmica e muitas vezes fundamentos próprios: no caso do Brasil, o crescimento econômico e a estabilidade institucional, aliados à consolidação do *status* de potência regional, intensificaram o peso e a projeção do País no mundo. Se a promoção internacional da cultura brasileira sempre se beneficiou de suas qualidades intrínsecas (a Música Popular Brasileira – MPB é o exemplo mais natural), o atual cenário político e econômico favoreceu a criação de condições de certa forma inéditas para ações nesse campo. Fecha-se o círculo com a transformação desses renovados mecanismos de promoção cultural em instrumentos de afirmação internacional dos interesses comerciais, econômicos ou políticos brasileiros. Não serão ignorados nessa Parte, tampouco, outros fatores de natureza histórica como a globalização, que despertou a preocupação das autoridades brasileiras com a proteção da identidade e diversidade culturais do País, ameaçadas pela imposição de padrões homogêneos, nacionais e estrangeiros.

O incremento da promoção cultural do Brasil no exterior durante o governo Lula, por meio de grandes iniciativas como o Ano do Brasil na França, a Copa da Cultura e as comemorações do Centenário da Imigração Japonesa, entre outras, foi possível, sobretudo, graças a dois instrumentos: o reforço orçamentário, tanto do MinC quanto do Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores (DC/MRE); e o incremento da cooperação interinstitucional no plano doméstico, que resultou em empreendimentos conjuntos bem-sucedidos. Nenhum dos mencionados programas teria sido implementado da maneira como foram sem a estreita união de forças e recursos entre MinC, Itamaraty e outros órgãos governamentais. Da mesma forma, três dos objetivos precípuos dessas iniciativas – melhoria da imagem do País, estímulo à economia da cultura e aprofundamento das relações bilaterais com os Estados que as acolheram – teriam sido fortemente prejudicados sem a adoção do princípio do intercâmbio cultural, no lugar da simples difusão unilateral. O interesse em receber contrapartidas no território brasileiro concretizou-se com o Ano da França no Brasil. No caso da Alemanha, a Kulturfest – Estação Alemã cumpriu parte de um compromisso de reciprocar a Copa da Cultura em 2007; o complemento veio finalmente com o Ano da Alemanha em 2013-14, após uma série de adiamentos.

Outra dimensão importante a ser mencionada na Parte I é a associação entre cultura e poder. A antiga percepção da existência de uma modalidade de poder baseada na legitimidade e cooptação, o *soft power* (em oposição ao *hard power*), converteu-se em conceito teórico de grande relevância para o estudo das relações internacionais na chamada "era da informação", na qual forças não estatais e

"globalizadas" desafiam o poder tradicional dos Estados. Ao identificar a Copa do Mundo da Alemanha como uma janela de oportunidade para a promoção da cultura brasileira, o Ministro Gilberto Gil reconheceu vantagens comparativas que legitimariam o Brasil como foco diferenciado das atenções do público e dos meios de comunicação estrangeiros. Tal poder de atração serviria, por sua vez, como instrumento dos interesses crescentemente diversificados do Brasil no exterior. Programas culturais de grande porte como a Copa da Cultura encontrariam justificativa, assim, em fatores de *soft power* associados ao Brasil: futebol, simpatia e uma produção artística singular e exuberante, ao lado de credenciais políticas como o exemplo de tolerância étnica, a tradição pacifista e de construção de consensos. O uso dessas credenciais, combinado com necessárias doses de fatores mais tradicionais de *hard power* (o Ministro Celso Amorim rejeitou, com razão, a classificação do Brasil como "*ultimate soft soft power*"), reforçaria a presença política e econômica do Brasil no mundo, em especial no seu entorno geográfico.

A Parte II do livro começará com um Capítulo dedicado à história das iniciativas culturais patrocinadas pelo Estado brasileiro durante as 12 edições da Copa do Mundo entre 1958 a 2002. Uma avaliação superficial bastaria para comprovar a total ausência de continuidade e planejamento na elaboração de tais ações de difusão, sempre dependentes de condições orçamentárias favoráveis ou, com a quase contínua ausência do MinC, da boa vontade do Itamaraty.

O Capítulo 2 inaugurará o relato sobre a Copa da Cultura propriamente dita, com um panorama factual do processo de gestação do programa, das suas origens, em 2004, até o lançamento oficial na Casa das Culturas

do Mundo, em Berlim, em dezembro de 2005 – incluindo as complexas negociações em torno da identificação de parceiros, no Brasil e na Alemanha. Os resultados desse percurso de um ano e meio de preparativos serão abordados, aqui, de forma objetiva, com a descrição dos três pilares por meio dos quais a programação de eventos se desdobrou (HKW, Embaixada do Brasil e o conjunto de parceiros isolados) e com uma apresentação detalhada dos recursos orçamentários demandados.

O Capítulo 3 tratará de enumerar os acertos e erros mais significativos diagnosticados ao longo das etapas de concepção, preparação e execução da Copa da Cultura. A identificação das qualidades e defeitos do programa pressupõe, como é óbvio, um juízo de valor. A expectativa do autor, ao listá-los, será contribuir para uma avaliação crítica capaz de subsidiar futuras edições do projeto – inclusive uma possível edição doméstica, em 2014. Esse Capítulo constitui, portanto, um dos pontos nevrálgicos do livro. Sob o aspecto metodológico, abordará, em primeiro lugar, os fatores organizacionais, que acabaram se revelando as maiores fontes de problemas. Em grandes projetos culturais como a Copa da Cultura, a tríade divulgação/planejamento/recursos deveria apresentar-se em permanente equilíbrio de forças, a fim de evitar combinações inconvenientes de resultados. Na ocasião afloraram não apenas a falta de estratégias de comunicação social e de recursos, humanos ou financeiros, mas também falhas conceituais e de planejamento: a incorporação de eventos à agenda oficial, sem a devida avaliação prévia sobre seu potencial de repercussão, interesse ou *timing*, juntou-se à carência de uma reflexão sobre o alcance da Copa da Cultura no tempo e no espaço. Até que ponto, por exemplo,

foi vantajosa a continuidade do programa após o término da Copa do Mundo, tendo em vista a sua estreita associação (psicológica, inclusive) com o torneio?

Os acertos do programa, como se viu, traduziram-se em uma boa presença de público (cerca de 55 mil pessoas assistiram aos eventos na HKW, em plena Copa do Mundo), cobertura ampla e em alguns momentos entusiasmada por parte da imprensa, impressão favorável dos organizadores locais e dos críticos com a originalidade da programação, bem como um duradouro reconhecimento do governo alemão (manifestações de agradecimento e admiração de autoridades locais são até hoje ouvidas). As relações entre Brasil e Alemanha beneficiaram-se da Copa da Cultura e, em uma via de mão dupla, criaram condições para a realização satisfatória do programa, uma vez que atravessavam, à época, período de crescente intensidade. Lamentavelmente, dispõe-se de pouca informação precisa sobre o legado do projeto: pesquisas de opinião e estatísticas capazes de alimentar conclusões sobre o estímulo à economia da cultura e o reforço da imagem positiva do Brasil, que não faltaram no caso da França ou de programas lançados pela própria Alemanha à época, foram ignoradas pelos organizadores em 2006. Diante de informações insuficientes sobre resultados concretos, o Capítulo 3 apresentará dados disponíveis a respeito da cobertura de imprensa, número de visitantes e reflexos sobre o relacionamento bilateral. Embora não extensivas, essas informações serão capazes de fornecer algumas luzes a respeito das dimensões da Copa da Cultura e, principalmente, de seus resultados[7].

7 Observa o Embaixador Edgard Telles Ribeiro, em sua tese para o Curso de Altos Estudos (CAE) do Instituto Rio Branco, que o "custo dos projetos [culturais] é quantificável – os benefícios não" (*Difusão cultural*: uma alternativa a serviço da política externa brasileira. Brasília: FUNAG/IPRI, 1987, p. 157).

O quarto Capítulo da Parte II será dedicado aos programas de promoção e divulgação do Brasil durante o Campeonato Mundial de 2010, na África do Sul. A decisão inicial do MinC de reeditar a Copa da Cultura comprovou, durante determinado período, a avaliação dos agentes públicos brasileiros (em especial do então Ministro da Cultura, Juca Ferreira) de que a experiência de 2006 havia sido proveitosa. O Embaixador do Brasil em Pretória à época, por exemplo, respaldou essa percepção. Acabou partindo do próprio MinC, porém, parecer contrário à realização de um programa naqueles moldes; também afloraram problemas de planejamento e recursos. As dimensões foram drasticamente reduzidas; e o nome original, abandonado e substituído por "Expresso Brasil na Copa", programa conduzido pela Fundação Cultural Palmares (FCP), com apoio da Embaixada do Brasil.

A Parte III, e última, do livro contemplará os desafios que a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 lançarão sobre os elaboradores de políticas culturais públicas no Brasil. A viabilidade e o interesse em torno do projeto de uma Copa da Cultura doméstica serão discutidos à luz das experiências adquiridas em 2006 e 2010. A lógica de um programa realizado no Brasil será necessariamente distinta, por uma série de fatores, mas os objetivos se mantêm: a exposição sem precedentes do País ao mundo apenas potencializará os ganhos econômicos e a construção de uma imagem positiva, capaz de aumentar a legitimidade internacional e o poder (*soft*) caso complementada por iniciativas bem planejadas. Nesse contexto, a Copa do Mundo de 2006 fornecerá mais um exemplo útil: o programa "Alemanha – País das Ideias" (*Deutschland – Land der Ideen*), campanha de longo prazo de divulgação e

valorização da imagem da Alemanha no exterior, lançada em 2005, aproveitando a Copa do Mundo, mas se estendendo ininterruptamente até os dias de hoje. "País das Ideias" poderia, apesar das diferentes circunstâncias, inspirar iniciativas de autopromoção a serem idealizadas pelo Brasil.

Com base na avaliação crítica apresentada na Parte II e nos fundamentos teóricos que inspiraram a Copa da Cultura, o autor procurará justificar, ao concluir esta obra, a realização do programa em bases permanentes, a cada quatro anos, sem deixar de apresentar os argumentos levantados com maior frequência contra a ideia. Em seguida, elencará algumas propostas concretas para a realização dessas futuras edições. Entre as sugestões, a elaboração de um conjunto integrado de eventos que, a exemplo de "Alemanha – País das Ideias", ultrapasse as fronteiras da difusão cultural (sem, naturalmente, abrir mão de seu papel central para a divulgação externa do Brasil) e encampe setores tão distintos quanto ciência, tecnologia, comércio, turismo e educação.

Caberia uma observação final sobre a abordagem periférica a ser dada, aqui, aos Jogos Olímpicos. O livro apresentará panorama histórico dos eventos culturais realizados pelos governos brasileiros durante as Copas do Mundo anteriores a 2006 e mencionará a eventualidade de uma futura Copa da Cultura brasileira, durante o Campeonato Mundial de 2014. As Olimpíadas de verão, também realizadas a cada quatro anos, serão levadas pela primeira vez ao Brasil e darão ao Rio de Janeiro uma exposição mundial de inédita intensidade; a campanha pelo Rio foi mais longa (desde 2000), mais custosa e despertou mais atenção e admiração mundial do que a decisão pouco transparente da Federação Internacional de Futebol (FIFA)

para a Copa de 2014. Na opinião do autor, contudo, os Jogos não deveriam ser vistos como boa janela de oportunidade para programas culturais de grandes dimensões como a Copa da Cultura: em primeiro lugar porque, quando realizados em outros países, não beneficiam o Brasil com a natural visibilidade dos torneios de futebol. A imagem do País está mais associada a esta modalidade esportiva em particular[8]. Desse modo, a participação de praticamente todas as nações do mundo – 204 Comitês Olímpicos nacionais nas edições de 2008 e 2012, contra as 32 seleções que vêm tomando parte das últimas Copas – e a qualidade de potência esportiva de média grandeza acabariam, nessas condições, por ocultar iniciativas de difusão cultural por parte do Brasil. Em segundo lugar, as Olimpíadas parecem atrair menos espectadores: os Jogos de Pequim foram vistos por 4,7 bilhões de pessoas acumuladas, ao longo de seus 17 dias de duração – quase sete vezes menos que na Copa de 2006[9]. Essas estimativas são arriscadas e pouco confiáveis, como alertou o sítio de notícias Sporting Intelligence ao observar, em julho de 2012, que a audiência da Cerimônia de Abertura dos Jogos de Londres seria muito inferior aos 4 bilhões anunciados pelos organizadores[10]. De qualquer modo, os espetáculos inaugurais e de conclusão das Olimpíadas são vistos por muito mais pessoas que as competições em si, previsivelmente dispersas. Isso não ocorre em Copas do Mundo, que gozam de acompanhamento mais regular e

8 Em seu livro *Esporte, poder e relações internacionais* (Brasília: FUNAG, 2008, pp. 248, 254-5), Douglas Wanderley de Vasconcellos revela que, segundo pesquisa encomendada pelo Instituto CNT-Sensus, em associação com entidades de 22 países, indicou que a imagem do Brasil era mais fortemente associada ao futebol (36,6%) que ao carnaval (19,4%) ou à pobreza (8%). Em 2004, Ronaldo chegou a ser apontado como a terceira personalidade viva mais conhecida no planeta.

9 Dados estimados por The Nielsen Company.

10 No artigo *"Beware billions bollocks. Ceremony will be huge TV hit, but not that huge"* (www.sportingintelligence.com/2012/07/26/london-2012-beware-billions-bollocks-ceremony-to-be-huge-tv-hit-but-not-that-huge260701/).

maciço. Além disso, o elevado número de competições em inúmeras modalidades, realizadas ao longo de todo o dia, acabam por concentrar as transmissões no esporte, e não nas atrações não esportivas organizadas de forma paralela. As Olimpíadas, em suma, são evento mais puramente "esportivo" que as Copas.

Sumário

Lista de abreviaturas **31**

Parte I

1. Panorama da política externa cultural de 2003 a 2010: fundamentos teóricos **37**
1.1. Renovação no conceito, esforços na ação 37
1.2. Os princípios da política externa cultural 41
1.2.1. Aumento sustentado do orçamento 44
1.2.2. Ampliação do conceito de cultura e democratização da gestão cultural pública 46
1.2.2.1. Cultura erudita, popular e de massa 48
1.2.2.2. Difusão e intercâmbio cultural 51
1.2.3. A afirmação do Brasil e o incremento da presença do País no exterior 54
1.2.3.1. A atualidade do *soft power* no cenário internacional contemporâneo 58
1.2.4. Economia da cultura 64

Parte II

1. A cultura brasileira nos campeonatos mundiais de futebol até 2002 69

2. A Copa da Cultura: breve histórico 85
2.1. Origens do projeto. A Casa das Culturas do Mundo 85
2.2. Os princípios que nortearam a criação da Copa da Cultura 88
2.3. O Grupo de Trabalho da Copa da Cultura. O papel do Itamaraty 92
2.4. A busca por parceiros 94
2.5. O lançamento oficial da Copa da Cultura e as expectativas locais 96
2.6. Os três pilares da programação 99
2.6.1. Casa das Culturas do Mundo 100
2.6.2. Embaixada do Brasil em Berlim 101
2.6.3. Eventos executados por outros atores 102
2.7. Financiamento 103
2.7.1. Parte brasileira 103
2.7.2. Parte alemã 106
2.7.3. Iniciativa privada 108

3. Avaliação crítica da copa da Cultura 111
3.1. Repercussão junto aos meios de comunicação 112
3.1.1. Meios de comunicação na Alemanha 112
3.1.2. Estratégias deficientes de comunicação social 117
3.1.3. Dados estatísticos 120
3.1.4. A experiência do Ano do Brasil na França 122
3.1.5. A repercussão junto à imprensa brasileira 126
3.2. A repercussão junto ao público 127
3.2.1. A fase de 25 de maio a 9 de julho 128

3.2.2. As fases de janeiro a maio e de julho a dezembro.....131
3.2.3. Conclusão: as consequências para o público da ampliação da Copa da Cultura 134
3.3. Planejamento: Copa da Cultura ou Ano do Brasil na Alemanha? 138
3.4. Gestão de recursos financeiros e humanos 146
3.5. Contribuição da Copa da Cultura para as relações bilaterais.....151
3.5.1. O reconhecimento do governo alemão. Os esforços em torno de uma contrapartida no Brasil. A Kulturfest.....151
3.5.2. A Copa da Cultura no contexto mais amplo do relacionamento bilateral.....155
3.6. Benefícios para a economia da cultura 160
3.7. Reforços de imagem 163

4. A promoção cultural brasileira na África do Sul: da Copa da Cultura ao Expresso Brasil.....167
4.1. Antecedentes 167
4.2. A avaliação prévia do Ministério da Cultura 169
4.3. A programação do Expresso Brasil na Copa 172
4.4. A Casa do Brasil 174
4.5. Eventos patrocinados por terceiras entidades 175
4.6. Avaliação crítica: as visões da Fundação Palmares e da Embaixada do Brasil.....176

Parte III

1. Perspectivas em torno de futuras Copas da Cultura 181
1.1. As experiências recentes de dois países emergentes.....181

1.1.1. Ganhos de imagem 182
1.1.2. Ganhos econômicos 184
1.2. Programas de valorização da imagem
– exemplos para o Brasil 187
1.3. O programa artístico e cultural da Copa
do Mundo de 2006 191
1.4. Alemanha – País das Ideias 192
1.4.1. Os projetos-chave 193
1.4.2. Relevância para o Brasil 197

Considerações finais 201

Referências 225

Apêndice
Apresentação detalhada da programação 235

Anexos
Anexo A – Artigo "A Copa da Cultura no
futebol", por Gilberto Gil e Sérgio Sá Leitão 309
Anexo B – Edital público da Copa da Cultura 313

Lista de abreviaturas

AA – Auswärtiges Amt (Ministério do Exterior alemão)
AFAA – Association Française d'Action Artistique (Associação Francesa de Ação Artística)
ANCEABRA – Associação Nacional de Empresários Afro-Brasileiros
ANCINE – Agência Nacional do Cinema
Apex Brasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
ASPA – Cúpula América do Sul-Países Árabes
BAC – Programa Brasil Arte Contemporânea
BDI – Bundesverband der Deutscher Industrie (Federação das Indústrias Alemãs)
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
Camex – Câmara de Comércio Exterior
CBIEAC – Comitê Brasileiro de Internacionalização da Economia da Arte Contemporânea
CEB – Centro de Estudos Brasileiros
CNPC – Conselho Nacional de Política Cultural

COI – Comitê Olímpico Internacional
CPLP – Comunidade dos Países de Língua Portuguesa
DC-MRE – Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores
DFB – Deutscher Fussball Bund (Federação Alemã de Futebol)
DRI-MinC – Diretoria de Relações Internacionais do Ministério da Cultura
DSO – Deutsches-Symphonie Orchester Berlin
FCP – Fundação Cultural Palmares
FHC – Fernando Henrique Cardoso
FIBART – Feira Iberoamericana de Artesanato
FICART – Fundo de Investimento Cultural e Artístico
FIFA – Fédération Internationale de Football Association (Federação Internacional de Futebol)
FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos
FMI – Fundo Monetário Internacional
FNC – Fundo Nacional de Cultura
FUNARTE – Fundação Nacional de Artes
FUNCINE – Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional
GT – Grupo de Trabalho da Copa da Cultura
HKW – Haus der Kulturen der Welt (Casa das Culturas do Mundo)
HRI – Instituto de Pesquisas Econômicas da Hyundai
IAI – Instituto Iberoamericano de Berlim
IBAS – Fórum de Diálogo Índia-Brasil-África do Sul
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus
INDEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Argentina)
IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
KITA – Korea International Trade Association
MEC – Ministério da Educação
Mercosul – Mercado Comum do Sul
MinC – Ministério da Cultura
MAM – Museu de Arte Moderna
MPB – Música Popular Brasileira
MPOG – Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão
MRE – Ministério das Relações Exteriores
NBK – Neuer Berliner Kunstverein
OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OMC – Organização Mundial do Comércio
OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual
ONGs – Organizações não governamentais
PIB – Produto Interno Bruto
PNC – Plano Nacional de Cultura
PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PPA – Plano Plurianual
Procultura – Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura
PRODEC – Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura
PRONAC – Programa Nacional de Apoio à Cultura
PRONAEX – Programa Nacional de Apoio à Pequena e Média Empresa Exportadora
PSIs – Projetos Setoriais Integrados
SBM – Sistema Brasileiro de Museus
SESC – Serviço Social do Comércio
SNC – Sistema Nacional de Cultura

UNASUL – União de Nações Sul-Americanas
UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância
ZKM – Centro de Artes e Tecnologia da Informação de Karlsruhe, Alemanha

PARTE I

Capítulo 1

Panorama da política cultural externa de 2003 a 2010

1.1. Renovação no conceito, esforços na ação

As circunstâncias econômico-financeiras adversas em parte do governo Fernando Henrique Cardoso (FHC), particularmente no segundo mandato, afastaram o Estado de seu papel de promotor direto de cultura. Muitos críticos, durante e depois desse período, suscitaram o argumento ideológico, prevalecente em alguns círculos políticos, de que ao Estado não caberia, na verdade, aquela função. Gilberto Gil mencionou, logo em seu discurso de posse, que o poder público não deveria imbuir-se da função de mero executor de *políticas de eventos*, gerenciando ações isoladas; tampouco deveria sustentar-se, ainda que parcialmente, em mecanismos de financiamento privado para a execução de políticas públicas nessa área. Sua atribuição seria estabelecer, de forma contínua e articulada, condições para uma produção cultural disseminada, que refletisse a diversidade de classes e grupos na sociedade e garantisse, ao mesmo tempo, acesso a suas manifestações – mesmo que, para isso, o próprio MinC assumisse o papel de produtor de iniciativas e programas culturais em áreas sensíveis onde outras instituições, sobretudo as privadas, estivessem

ausentes. A solução encontrada pelo Ministro Francisco Weffort, no sentido de adotar a opção realista e responsável de convidar o setor privado a financiar programas e atividades culturais em regime de parceria com o poder público, em um cenário de arrocho fiscal e restrições orçamentárias que praticamente inviabilizou investimentos diretos do Ministério ao longo daqueles oito anos (o MinC contava com apenas 0,14% do orçamento da União em 2002, contra cerca de 1% atualmente), foi julgada insuficiente e mesmo pouco democrática pelo governo[11].

A orientação mudou já na assunção do novo Ministro em 2003, muito embora a prática tenha sido de mais difícil implementação que o discurso: Gilberto Gil entrou no Ministério repetindo conceitos-chave de "mudança", "ação" e "intervenção" em defesa das necessidades de "acesso universal", "igualdade" e "diversidade". Insistiu, também, na ampliação do conceito de cultura:

> E o que entendo por cultura vai muito além do âmbito restrito e restritivo das concepções acadêmicas, ou dos ritos e da liturgia de uma suposta "classe artística e intelectual". Cultura [...] não é [...] o que se produz no âmbito das formas canonizadas pelos códigos ocidentais, com as suas hierarquias suspeitas [...]. Cultura como tudo aquilo que, no uso de qualquer coisa, se manifesta para além do mero valor de uso. Cultura como aquilo que, em cada objeto que produzimos, transcende o meramente técnico. Cultura como usina de símbolos de um povo. Cultura como conjunto de signos de cada comunidade e de toda a nação. Cultura como o sentido de nossos atos, a soma de nossos gestos, o senso de nossos jeitos. Desta perspectiva, as ações do Ministério da Cultura deverão ser entendidas como exercícios de antropologia aplicada[12].

11 O volume dos recursos provenientes da renúncia fiscal para mecenas privados cresceu de pouco mais de R$ 4 milhões, em 1995, para quase R$ 175 milhões, em 2000. A captação total na Região Sudeste, entre 1996 e 2006, foi de R$ 3,4 bilhões, enquanto a Região Sul, a segunda mais beneficiada, ficou com R$ 417 milhões, e a Nordeste, com apenas R$ 257 milhões, naqueles dez anos. Isso equivale a uma distribuição de 80% dos valores para o Sudeste, 10% para o Sul e 6% para o Nordeste (BRASIL. Ministério da Cultura. *Cultura em números*: anuário de estatísticas culturais 2009. Brasília, 2009, p. 182. NASCIMENTO, Alberto Freire. Política cultural no Brasil: do Estado ao Mercado. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (ENECULT), 3, 23 a 25 de maio de 2007. *Anais*... Salvador: UFBa, 2007, pp. 8-9).

12 Discurso de posse do Ministro Gilberto Gil, em 2 jan. 2003.

A política cultural do governo reafirma os elementos do *planejamento-intervenção*, essenciais para a configuração de uma *política cultural*[13]. Seu principal fundamento está na *abrangência* dos conceitos e ações: primeiro, por meio da ampliação do sentido de cultura, que representará a ampliação do campo de ação do Ministério; e, segundo, pela extensão de suas ações para todos os estratos da sociedade e todas as regiões do País, almejando a universalização das condições de acesso, fruição e produção de cultura.

Essa noção de política pública pode ser vista como tratamento prático de uma visão conceitual que se propunha diferente: de acordo com as fontes primárias do MinC disponíveis no período em questão (presentes extensivamente nos discursos de autoridades do Ministério e textos publicados), o que se entende por cultura seria composto de três vertentes: a *simbólica*, de natureza antropológica, "expressa em modos de vida, motivações, crenças religiosas, valores, práticas, rituais e identidades"; a *cidadã*, baseada nos direitos culturais (acesso universal à cultura, direito à expressão e à identidade); e a *econômica*, que identifica, na cultura, "fonte de oportunidades de geração de ocupações produtivas e de renda e, como tal, protegida e promovida pelos meios ao alcance do Estado". Essa leitura híbrida utilizada pelo MinC incorpora elementos jurídicos, sociológicos, políticos e econômicos, para além dos antropológicos, o que ajudaria na compreensão dos esforços para a constituição de uma política cultural ao longo do período 2003-10. O lado antropológico do triângulo, que corresponde à dimensão "simbólica" da cultura, seria na verdade o único a conter propriamente uma definição teórica; as outras duas vertentes combinam-se para formar uma construção utilitária, a qual

13 É bastante aceitável o pressuposto de que toda política cultural deve reunir pelo menos dois elementos constitutivos essenciais: planejamento e intervenção. O antropólogo argentino Néstor García Canclini a define como um "conjunto de intervenções organizadas [...] a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais e obter consenso para um tipo de ordem ou de transformação social". CANCLINI, Néstor García. *Definiciones en Transición*. In: MATO, Daniel. *Cultura, Política y Sociedad*: Perspectivas Latinoamericanas. Buenos Aires: CLACSO, 2001, p. 65.

poderia ser resumida da seguinte forma: a cultura expressa os modos de vida, motivações, crenças religiosas, valores, práticas, rituais e identidades de determinado povo, manifestados de forma ampla e livre pelos seus integrantes sob a proteção do Estado, que zelará pelos direitos de expressão, individuais e coletivos, e incentivará as oportunidades econômicas subjacentes a esse processo de expressão.

O entendimento operacional e entrelaçado entre cultura e política cultural deu origem às três grandes metas que balizaram a atuação do MinC, conforme identificadas pelo antropólogo e pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) Frederico A. Barbosa da Silva: o estabelecimento de um "sistema nacional de financiamento", a criação de uma "política cultural de envergadura nacional" e "a democratização cultural"[14].

Essas metas foram implementadas de forma desarticulada no início, em um ritmo às vezes muito aquém do planejado, travado por recorrentes dificuldades financeiras e problemas de conformidade legal. A gestão de Juca Ferreira (2008-10), em especial, dedicou-se ao processo de enfrentamento dos problemas de dispersão e falta de alcance. O Plano Nacional de Cultura (PNC), primeiro exercício de planejamento cultural de longo prazo instituído pelo Estado brasileiro durante um período democrático[15], encampa estratégias e diretrizes tanto de natureza orçamentária quanto de política cultural propriamente dita. Outro objetivo perseguido foi o de dar *ganhos de escala* às ações do MinC: descentralização e democratização só fazem sentido se respaldadas por programas abrangentes e extensos.

14 SILVA, Frederico A. Barbosa da. *Política cultural no Brasil 2002-2006*: acompanhamento e análise. Brasília: Ministério da Cultura e IPEA, 2007, p. 49. (Cadernos de Políticas Culturais, 2.)

15 Os Planos Plurianuais, criados no governo FHC, tinham alcance reduzido na área cultural, em virtude do modelo de renúncia fiscal das empresas privadas, que dificultava projeções de disponibilidade de recursos além daquelas parcamente previstas no orçamento da União para o Fundo Nacional de Cultura.

1.2. Os princípios da política externa cultural

À semelhança dos grupos sociais, nações têm e afirmam suas identidades. Antes de ser vista como a entidade política e jurídica que hoje quase sempre se confunde com o Estado moderno, a nação deve ser compreendida por suas dimensões histórica, social e cultural, que se manifestam na consciência coletiva, em um sentimento de autoafirmação por meio do qual determinada sociedade se percebe unida por origens e legado comuns[16]. Esses mecanismos de autoidentificação, por sua vez, são construídos a partir de relações de comparação com outros grupos, criando parâmetros de distinção ou semelhança. Da gênese de uma consciência individual (a noção do "eu" contraposto ao grupo) ou da consciência de pertencimento a uma estrutura social (o "meu grupo" contraposto a outros) – experiência também conhecida como alteridade – originam-se os fenômenos da identidade e diversidade culturais, os quais, por sua vez, têm implicação direta na política externa: por meio da atividade diplomática, os Estados fazem-se representar perante outros, defendendo seus interesses e afirmando suas especificidades.

Afirma Celso Lafer que "na representação simbólica, os valores e a cultura desempenham um papel muito importante. Ela só pode ser bem exercida se for permeada por uma visão do país, ou seja, por sua identidade"[17]. Mais que simples efeito de uma construção teórica ou de uma imposição objetiva criada pelo desenvolvimento das relações internacionais, a "representação simbólica" a que o ex-chanceler se refere é consequência natural do próprio advento do Estado-nação:

16 Para Afonso Arinos de Melo Franco, no ensaio "Nação e Cultura" (*O espírito e a ação*, pp. 557-560), "A nação é, acima de tudo, uma entidade histórica, e só em segundo tempo entidade sociológica, jurídica ou política, sem esquecer, bem entendido, que estes elementos se integram na História. [...] Nação é a rede de coesão de uma sociedade humana, consciente de suas origens históricas e culturais comuns." Outro autor que trata a consciência coletiva como elemento indispensável da formação nacional é Marcello Caetano: segundo o jurista português, nação é formada por "todos quantos nascem num certo ambiente cultural feito de tradições e costumes, geralmente expresso numa língua comum, atualizado num idêntico conceito de vida e dinamizado pelas mesmas aspirações de futuro e os mesmos ideais coletivos" (apud SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional Positivo*, pp. 283-4).

17 LAFER, Celso. *Mudam-se os tempos*: diplomacia brasileira 2001-2002. Brasília: FUNAG/IPRI, 2002, p. 295.

o surgimento de diferentes países resulta, em primeiro lugar, de um processo de autodiferenciação (ou autodeterminação) que despertará, então, mecanismos de diferenciação – ativos ou não – no seio do sistema internacional.

Embora a promoção da cultura seja instrumento importante desses processos de autodeterminação e diferenciação, o fato é que o exercício de afirmação da identidade cultural não responde estritamente aos anseios da representação simbólica, como se fossem eles automáticos ou indispensáveis: entram em jogo, em especial nos últimos tempos, fatores de ordem econômica e política que influenciam, positiva ou negativamente, a exposição concreta dessa identidade. Em outras palavras, o desenvolvimento de políticas culturais justifica-se pela necessidade difusa de representação simbólica, até certo ponto, em um cenário de recursos escassos e racionalização crescente das atribuições do Estado. No Brasil, a Constituição Federal, que define internamente as diretrizes do planejamento estatal na área cultural, silencia sobre a aplicação de políticas culturais no exterior: o artigo 215 apenas define que o "Estado [...] apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais". Na esteira desse vácuo jurídico em torno da inexistência de *obrigação* de promover a cultura brasileira no exterior, a legislação infraconstitucional trata a questão como fato consumado, regulando programas específicos à mercê das decisões discricionárias dos agentes públicos[18].

Aceito o pressuposto de que, de fato, há relevância e interesse em promover a cultura brasileira no exterior – alguns dos motivos serão analisados mais adiante –, o passo seguinte será responder a certas questões que se impõem internamente e poderiam ser aplicadas, por analogia, à realidade internacional. Políticas culturais estão sujeitas a mudanças de rumo e contextualizações de ordem histórica, ideológica, social e econômica. Que identidade "nacional" deve ser afirmada, entre

18 O Decreto nº 4.976/2004, por exemplo, que instituiu o Ano do Brasil na França, menciona em suas considerações iniciais "a importância da divulgação do Brasil no exterior".

tantas possíveis? Que tipo de manifestação deve ser priorizada no exterior? Quais são os destinatários de tal divulgação? De que forma divulgar?

As respostas a essas perguntas são problemáticas, a começar pela falta de orientação legal. Os princípios que nortearam a atuação cultural no exterior teriam de ser buscados, portanto, em fontes indiretas: na política externa dos anos 2003-10, em determinadas circunstâncias verificadas durante o período e nos fundamentos da política cultural doméstica das gestões Gilberto Gil/Juca Ferreira. A análise desse conjunto amplo e algo desordenado de elementos, internos e externos, arriscaria a identificação de três desses princípios:

(i) a ampliação do conceito de cultura e a democratização da gestão cultural pública, que resultaram: (a) no incremento da cooperação entre o MinC, o Itamaraty e outras entidades, públicas e privadas; (b) na preocupação com uma ampla gama de manifestações entendidas como culturais, muito além das artes tradicionais; e (c) na prioridade dada pelos agentes culturais públicos à valorização da diversidade – consagração, por um lado, do direito à expressão cultural, garantido pela Constituição, e, por outro, resposta aos desafios impostos pela globalização, que infunde às nações e grupos sociais a necessidade de proteger suas identidades da uniformização dos costumes, valores e padrões culturais;

(ii) a afirmação do Brasil como potência emergente e a consequente intensificação da presença do País no exterior; e

(iii) o estímulo à economia da cultura, ou seja, o reconhecimento de que atividades culturais produzem riqueza e, portanto, desenvolvimento.

1.2.1. Aumento sustentado do orçamento

Antes de discorrer sobre os três princípios aqui identificados, é necessário fazer curta referência a um instrumento que possibilitou a expressiva atuação do Estado brasileiro na promoção da cultura no exterior, no período de 2003 a 2009: o aumento sustentado do orçamento dos Ministérios da Cultura e das Relações Exteriores.

Os valores de execução orçamentária do MinC, incluindo seus órgãos de administração indireta e os recursos do Fundo Nacional de Cultura, passaram de pouco mais de R$ 295 milhões, em 2003, para R$ 824 milhões, em 2007, com pequena redução no orçamento da administração direta no ano seguinte (R$ 800,9 milhões) devido aos condicionamentos impostos no segundo semestre pela crise financeira mundial. As cifras alcançaram R$ 2,2 bilhões em 2010 – R$ 1,3 bilhão aprovado inicialmente, acrescido de emendas parlamentares.

A Tabela 1, a seguir, permite verificar o crescimento das cifras ao longo do período que interessa mais diretamente aos propósitos de contextualizar a Copa da Cultura:

Tabela 1 – Execução orçamentária do Ministério da Cultura e órgãos de administração indireta, no período de 2003 a 2008

Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008
MinC+FNC	108,45	175,11	292,94	308,70	419,53	364,52
Órgãos adm. Indireta	187,15	223,60	249,69	352,46	404,35	436,38
Total	295,60	398,71	542,63	661,16	823,88	800,90

Valores em R$ milhões. Os órgãos de administração indireta são: ANCINE, Fundação Biblioteca Nacional, Fundação Cultural Palmares, Fundação Casa de Rui Barbosa, FUNARTE e IPHAN.
Fonte: MinC, Diretoria de Gestão Estratégica, CGOF.

Na esfera especificamente externa, a Diretoria de Relações Internacionais do MinC (DRI/MinC) também foi contemplada com notáveis aumentos orçamentários: em 2008, ano de sua criação, recebeu R$ 4,228 milhões, e em 2010, R$ 11,854 milhões – um salto de 176%[19].

O Departamento Cultural do Itamaraty (DC/MRE) experimentou, igualmente, acréscimos significativos em seu orçamento, com exceção da queda de cerca de 15% verificada em 2006:

Tabela 2 – Orçamento anual aprovado para o Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores, no período de 2003 a 2009

Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Orçamento	17.956	23.000	26.346	22.298	28.000	30.000	38.747

Valores em R$ mil. Os dados referem-se ao orçamento aprovado, sem eventuais suplementos ou contingenciamentos supervenientes.

Fonte: MRE, Divisão de Operações de Difusão Cultural (DODC), Setor de Contabilidade.

Mais importante do que o aumento do orçamento, por si só expressivo, foi seu crescimento sustentado. Determinadas fases de governos anteriores permitiram aportes generosos de recursos para a área cultural – o montante executado pelo MinC em 2001, por exemplo, só foi superado em 2005. No entanto, a instabilidade fiscal e financeira que marcou a década de 1990 e os primeiros anos da década seguinte impediu a realização de uma política cultural propriamente dita no exterior, para além do apoio a eventos isolados. A previsibilidade orçamentária que passou a prevalecer a partir de 2003, com valores quase sempre crescentes, ajudou a mudar esse cenário.

19 DRI/MinC. É importante observar que a ação da DRI engloba apenas uma parte do orçamento do Ministério, voltada à promoção internacional da cultura brasileira, já que muitas secretarias e órgãos autônomos executam seus próprios projetos (FUNARTE, IPHAN, Fundação Cultural Palmares, Secretaria do Audiovisual etc.).

1.2.2. Ampliação do conceito de cultura e democratização da gestão cultural pública

A ampliação conceitual do que se compreende como cultura manifestou-se na extensão das atribuições do Itamaraty e do MinC sobre suas políticas voltadas para o exterior. Não se trata de afirmação facilmente comprovável na prática: embora os dois Ministérios continuem responsáveis por *cultura*, suas áreas de jurisdição sempre foram algo nebulosas, desdobrando-se em muitas ações pouco associadas às artes[20]. Antes de 2003, por exemplo, Setores Culturais de Embaixadas já possuíam programas de incentivo ao turismo cultural e patrimonial e promoviam, há décadas, desfiles de moda com recursos do Departamento de Cultura (DC).

As principais mudanças recentes passaram, na realidade, por uma *reorganização* da maneira com que o Estado brasileiro promove cultura no exterior: em vez de uma miríade de iniciativas isoladas, cada qual sob a tutela de seu órgão específico, programas de caráter abrangente, coordenados pelo MinC, começaram a ser implementados. Os curadores e organizadores da Copa da Cultura manifestaram, desde o início, preocupação com áreas como turismo, promoção comercial, gastronomia, folclore e eventos acadêmicos – sem mencionar o próprio futebol, com sua capacidade de despertar a inspiração de artistas e o interesse de agentes culturais e empresários. Apesar da participação proeminente do MinC e do Itamaraty, a Copa da Cultura contou com a colaboração pontual da Apex Brasil, dos Ministérios do Turismo e do Esporte, governos estaduais e outros órgãos públicos.

Esse modelo precipitou planos inéditos de expansão no plano externo, que se materializaram a partir de 2005 com o Ano do Brasil na França: a cultura brasileira ganharia, nessa nova fase, potencial

20 Os dois primeiros ministros da Cultura no período pós-MEC, Aluísio Pimenta (1985-6) e Celso Furtado (1986-8), já defendiam o sentido ampliado da cultura como base operacional do MinC. "[Cultura] deve ser tudo aquilo que aprimora a qualidade de vida do cidadão", dizia Furtado. Apud SILVA, Frederico A. Barbosa da; MIDLEJ, Suylan. *Políticas públicas culturais*: a voz dos gestores. Brasília: IPEA, 2011, pp. 37-51.

para transformar-se em objeto de difusão muito mais amplo do que as tradicionais e pontuais exposições de artes plásticas e festivais de cinema. Dois instrumentos possibilitaram a execução de programas com formato mais ambicioso: o já visto incremento do orçamento na pasta da cultura e a cooperação interinstitucional.

Seria descabido e injusto afirmar que a cooperação inter-ministerial em temas de promoção da cultura brasileira no exterior inexistia antes de 2003 – em especial no âmbito do triângulo MRE/MinC/MEC, responsável por programas tradicionais e organizados de promoção da língua portuguesa e de participação do Brasil em eventos internacionais de relevo. A interação entre os três Ministérios não impedia, contudo, choques de atribuição e recorrentes casos de falta de coordenação, inclusive entre o DC/MRE e os setores responsáveis pela área internacional do MinC[21]. Não cabe a este livro buscar explicações para antigas rivalidades e problemas que afloram até hoje, apesar da evolução recente; duas possíveis causas, todavia, poderiam ser identificadas: campos de interesse muito distintos[22] e a escassez de recursos, que impossibilitava a realização concertada de eventos culturais de grande porte no exterior e impunha, ao mesmo tempo, limitações às ambições dos Ministérios, sempre restritos a suas (modestas) esferas orçamentárias.

O aumento crescente do orçamento do Itamaraty e do MinC, naqueles anos, parece ter conferido previsibilidade ao processo de planejamento colegiado das políticas públicas, no que se refere tanto à concepção de programas quanto à distribuição de atribuições aos diferentes órgãos envolvidos. No caso do MinC, a orientação legal e

21 O Decreto nº 6.835/2009, que aprova a estrutura regimental do MinC, elenca, entre as atribuições da DRI: "Apoiar e subsidiar as ações de promoção da exportação de bens e serviços culturais brasileiros, em articulação com os demais órgãos do Ministério da Cultura e Ministérios afins, bem como instituições públicas e privadas do Brasil e do exterior" (Anexo I, artigo 7º, VI).

22 Em sua dissertação para o Curso de Altos Estudos do Instituto Rio Branco, o Ministro Cícero Garcia afirmou: "Os ajustes tripartites entre os Ministérios das Relações Exteriores, da Cultura e da Educação não têm alcançado o desejado êxito. O problema de fundo desses ajustes é que há vários assuntos de política externa que devem ser tratados em conjunto pelo MRE e pelo MEC, e outros pelo MRE e pelo MinC, mas dificilmente há assuntos que interessem aos três ao mesmo tempo" (GARCIA, Cícero Martins. *Importância e formas de aprimoramento da atividade de difusão cultural como instrumento da política externa brasileira*. Brasília: FUNAG/IPRI, 2003, Extrato, pp. iv e v).

política de ampliar as relações interministeriais e federativas também foi crucial. Uma das primeiras medidas tomadas após o anúncio da Copa da Cultura foi a criação de um Grupo de Trabalho (GT) formado por quatro Ministérios (MinC, Itamaraty, Esporte e Turismo), pela Presidência da República e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF)[23].

Outro importante estímulo à cooperação entre entes governamentais na promoção da cultura no exterior tem sido o peso atribuído à economia da cultura e seus desdobramentos. Por se tratar, porém, de área de corte transversal, que interessa não somente à cultura "ampliada", mas também a suas manifestações mais tradicionais, merecerá seção à parte ao final deste Capítulo.

1.2.2.1. Cultura erudita, popular e de massa

O novo cenário conceitual reorientou a visão dos agentes públicos sobre que aspectos da cultura brasileira deveriam ser promovidos no exterior. Discussões em torno das diferenças entre "cultura popular" e "cultura erudita", bem como do que deve ser entendido como "cultura de massa", surgiram com certo vigor nesse período: a promoção internacional da cultura brasileira deveria refletir a preocupação com a sua grande diversidade, sobretudo no que se refere às manifestações de grupos marginalizados ou ausentes dos círculos artístico-culturais mais consagrados[24]. Na opinião do autor, contudo, a distinção entre "cultura popular" e "cultura erudita" seria inócua e pouco relevante para a elaboração de programas no exterior, por três motivos:

23 Como se verá na Parte II, o Grupo de Trabalho foi pouco efetivo, e grande parte da programação acabou refletindo as decisões tomadas pelo MinC e Itamaraty.

24 Aspecto fundamental dos chamados direitos culturais, o acesso à cultura não seria tão prioritário para a política cultural no exterior – o que não significa que as comunidades brasileiras radicadas fora do Brasil venham sendo ignoradas, apesar das insatisfações verificadas na Alemanha.

(i) para muitos teóricos, essas diferenças são inexistentes do ponto de vista conceitual, justamente pela dificuldade de fazer uma separação abstrata ou isenta que supere os antigos rótulos de "superioridade", "qualidade", "profundidade", "civilização" etc. A associação de classe social com gosto estético, proposta por Pierre Bourdieu, relativiza ainda mais a questão: manifestações culturais relacionam-se com os grupos que as consomem ou produzem, refletindo relações de poder mais do que conteúdos puramente artístico-culturais;

(ii) as especificidades da cultura brasileira tornam a distinção estéril: antes do apelido modernista de "antropofágica", ela já assimilava modelos estéticos das mais variadas origens, aglutinando-as em um novo formato, frequentemente alheio a etiquetagens de "popular" e "erudito". Por um lado, como classificar certas composições de Radamés Gnattali, Ernesto Nazareth ou Villa-Lobos, os contos de Guimarães Rosa ou as gerações de grandes pintores brasileiros inspirados pela arte *naïf*? Por outro, os produtos da chamada "indústria do entretenimento" não podem, em muitos casos, ser facilmente taxados de pobres ou superficiais, como demonstra a qualidade de músicos populares consagrados ou de certos êxitos editoriais;

(iii) uma simples análise do que vem sendo difundido no exterior pelos agentes públicos e privados brasileiros parece fazer essa diferenciação perder o sentido prático. A programação oficial da Copa da Cultura, por exemplo, incluiu apresentações de música de concerto, eletrônica e MPB, eventos gastronômicos, exibições de fotografia, mostras sobre futebol arte e festivais de dança

contemporânea, entre muitas outras atividades de difícil classificação[25].

Caberia aqui um comentário adicional a respeito da chamada "cultura de massa". Sua definição tampouco é simples ou pacífica, podendo significar tanto o conjunto de bens produzidos pela indústria do entretenimento e voltados para o consumo massificado quanto qualquer tipo de manifestação veiculada pelos grandes meios de comunicação. A identificação de um produto cultural como "de massa" ganha substancial importância na hora da concepção e execução de programas como a Copa da Cultura, por constituir possibilidade real de escolha em um grande cardápio de opções: se a diferenciação entre o popular e o erudito não tem grande relevância prática, em especial no Brasil, e o conceito de cultura foi ampliado a fim de valorizar a identidade e a variedade (ou seja, tudo, ou quase tudo, é passível de promoção), as diretrizes das políticas culturais atualmente vigentes no País acabam por recair em certa contradição. Onde entraria a cultura de massa nesse entrecruzar de visões se a lógica da produção desse tipo de bem cultural seria justamente a do lucro, obtido por meio da uniformização e da superficialidade? A que categoria pertenceriam, por exemplo, as telenovelas, o *funk* carioca, a música dos trios elétricos da Bahia? Caberia ao Estado e seus agentes culturais, nessas condições, a necessária discricionariedade para decidir, caso a caso, o que deve e o que não deve ser difundido e divulgado no exterior – se possível em diálogo com a sociedade civil, apesar dos desafios práticos impostos por esse tipo de exercício? A Copa da Cultura foi um bom exemplo, em geral, de como manifestações "de massa" podem se mesclar com eventos de vanguarda ou "eruditos" sem que a representatividade e qualidade da programação sejam necessariamente prejudicadas.

25 Em seu discurso de posse, em 2 de janeiro de 2003, Gilberto Gil afirmou: "O que entendo por cultura vai muito além do âmbito restrito e restritivo das concepções acadêmicas, ou dos ritos e da liturgia de uma suposta classe 'artística e intelectual'. [...] Os vínculos entre o conceito erudito de 'folclore' e a discriminação cultural são mais do que estreitos. São íntimos. [...]) Não existe folclore, o que existe é cultura."

1.2.2.2. Difusão e intercâmbio cultural

A história das sociedades pode ser vista sob a perspectiva de uma sucessão de processos de imposição cultural. O simples contato entre duas ou mais culturas provoca a absorção natural de certos valores alheios que às vezes se impõem, de forma mais ou menos extrema. Reações adversas a esses processos de absorção e imposição são também naturais e frequentes. A aculturação representa uma instância-limite mais rara, em que *toda* uma cultura é anulada por outra. Imposição e aculturação são resultados do dinamismo característico das culturas: não existem grupos absolutamente refratários à influência exógena ou à autocrítica, na medida em que se obrigam a repensar soluções técnicas e estéticas para os problemas internos que enfrentam[26]. No século XX, contudo, a evolução do capitalismo transnacional, associado à hegemonia econômica e militar dos Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial, desencadeou uma aceleração do fenômeno da imposição cultural. Muito embora os antropólogos insistam em sua "naturalidade" – juntam-se a eles toda a sorte de defensores do liberalismo econômico –, é difícil ignorar a face destrutiva de algumas das manifestações desse processo. O debate sobre lidar ou não, ou de que forma lidar, com as ameaças trazidas pelo tráfego de valores e produtos culturais de uma economia globalizada, cada vez menos sujeita à regulação ou fronteiras, escapa aos objetivos deste livro, exceto no que se refere à identificação de um dos caminhos encontrados pelo Itamaraty e pelo MinC para enfrentá-las: trata-se do modelo do intercâmbio, aplicado com frequência crescente nos últimos anos como alternativa ao tradicional modelo da difusão cultural – resumidamente, o conjunto de atividades voltadas para a

26 Uma bela descrição do processo poderia ser tomada do filósofo Michel Onfray, em seu livro *Teoria da viagem*: "Desde as viagens do século XVI, com a descoberta dos continentes, a penetração dos povos uns nos outros, o desaparecimento progressivo dos espaços vazios nos mapas, as conquistas mútuas e o cosmopolitismo generalizado, o planeta se retraiu, o espírito dos povos fundiu-se na identidade de uma humanidade logo reduzida a uma única entidade espiritual" (Porto Alegre: L&PM, 2009, p. 57).

promoção unilateral de determinada cultura ou de alguns de aspectos. As ações de difusão cultural – aplicadas, *lato sensu*, em conjunto com a política de promoção da língua – manifestam-se especialmente, no caso do Brasil, na realização ou participação em eventos culturais no exterior e nas atividades da rede de ensino do português (sobretudo por meio dos Centros de Estudos Brasileiros do Itamaraty, os CEBs, e dos leitorados em universidades estrangeiras).

No caso do intercâmbio cultural, ações típicas realizam-se com base na reciprocidade e na cooperação, como contrapartida – local ou não – a programas de difusão. O mecanismo não deve ser confundido com os canais tradicionais de intercâmbio de artistas e acadêmicos, que integram muito ativamente as agendas de instituições culturais ao redor do mundo.

Duas teses para o Curso de Altos Estudos do Instituto Rio Branco deram contribuições relevantes para o tema do intercâmbio. Para Cícero Garcia, a difusão pura e simples acarreta indesejáveis associações à imposição e dominação cultural. O caminho da mútua cooperação, além de estimular a diversidade e o conhecimento da cultura estrangeira, acabou por se tornar mecanismo mais efetivo de diplomacia cultural. Não se trata de alguma modalidade de altruísmo internacional, mas sim de novos expedientes para que os Estados façam valer seus interesses, como se verá de forma mais sistematizada ainda no presente Capítulo. Eduardo da Costa Farias, entretanto, afirma que a cooperação é "uma das formas mais utilizadas pelos países de cultura hegemônica [...] porque justamente torna menos aparente essa hegemonia, ao atuar em termos de troca, quase que de importação das outras culturas"[27].

O perigo da imposição cultural, como se vê, ronda todas as formas de ação cultural externa, sejam elas unilaterais ou baseadas na reciprocidade. Eventuais tentativas de hegemonia seriam, na verdade,

27 GARCIA, Cícero. Op. cit., pp. 20-22. FARIAS, Eduardo da Costa. *Difusão cultural e política externa brasileira*: uma proposta de instrumentação. Brasília: FUNAG/IPRI, 1992, p. 7.

distorções decorrentes de uma má condução de tais ações. Tanto a difusão quanto o intercâmbio são formas válidas e amplamente praticadas, cabendo aos governos avaliar seus efeitos negativos e a conveniência de adotar uma modalidade ou outra[28].

É fato, no entanto, que o uso do intercâmbio cultural se ampliou nos últimos anos, convertendo-se na fórmula para programas externos do MinC e do Itamaraty –, não obstante o fato de o Brasil ser raramente confundido com país hegemônico, em especial no campo da cultura. Talvez a ação que melhor simbolize essa tendência tenha sido o Ano da França no Brasil, em 2009, em contrapartida ao Ano do Brasil na França, em 2005. Foi financiado por recursos brasileiros e franceses e atesta o novo caráter de mutualidade nas relações culturais da França, país que, sem prejuízo de sua ainda inegável posição de grande irradiador de cultura, não está livre de apreensões com a influência estrangeira sobre seu mercado interno.

A Copa da Cultura foi igualmente acompanhada de proposta do governo brasileiro para que o lado alemão realizasse uma contrapartida no Brasil. A primeira resposta foi a Kulturfest – Estação Alemã 2007--2008, uma série de manifestações artísticas contemporâneas em 16 cidades brasileiras, promovido pelo Instituto Goethe. A Kulturfest não chegou a concretizar a promessa de um grande projeto nos moldes da Copa da Cultura – suas dimensões foram modestas e a programação era tematicamente pouco abrangente, concentrando-se em música eletrônica e artes cênicas –, de modo que o governo alemão decidiu promover um Ano da Alemanha no Brasil em 2013-4. Ao mesmo tempo, em outubro de 2013, o País será homenageado na Feira do Livro de Frankfurt, uma das mais importantes do mundo. Apesar do atraso da contrapartida alemã, a parceria com a HKW em 2006 representou exemplo, de certa forma inédito, de cooperação entre o governo brasileiro e uma grande instituição cultural estrangeira.

28 Comenta o Embaixador Sérgio Paulo Rouanet: "Nas condições de um mundo globalizado, a cultura brasileira só poderá subsistir e se impor internacionalmente mediante a abertura para o mundo. Para mantermos nossa identidade cultural, temos de avançar, e não nos entrincheirar atrás de barricadas." ROUANET, Sérgio Paulo. O Nacional-Burrismo. *Veja*, São Paulo, 1.886, de 5 jan. 2005, pp. 78-79.

O modelo de intercâmbio adotado no Ano do Brasil na França e na Copa da Cultura – para limitar os exemplos às duas investidas culturais de maior impacto no exterior – é mais um fator a indicar a vontade política de promover grandes acontecimentos culturais sob a lógica da simetria e da continuidade.

1.2.3. A afirmação do Brasil e o incremento da presença do País no exterior

A utilização da cultura como instrumento de política externa não é ideia nova. Potências, europeias ou não, sempre procuraram disseminar (ou, não raro, impor) seus valores culturais para além de suas fronteiras, como forma de ampliar sua influência e equilibrar outras modalidades de uso do poder. A expansão cultural a partir de certos focos geográficos não é necessariamente deliberada, manifestando-se muitas vezes com a mesma naturalidade da circulação espontânea de bens e pessoas – na maioria das vezes, aliás, são eles os grandes vetores da projeção de valores estrangeiros, muito antes que se configure em algum tipo evidente de "expansionismo" ou "política". Jacques Barzun observa o fenômeno do seu ponto de vista de historiador da cultura:

> Ser elegante de acordo com algum modo inspirado pelo estrangeiro tem sido um fenômeno que se repete periodicamente no Ocidente. Depois da Itália, coube à Espanha ser o foco que irradiou luz; em seguida, a França impôs sua maneira de ser e mais tarde tornou-se anglófila, não uma vez, mas duas. Após um fugaz germanismo na Inglaterra e na França, o Oriente e, por fim, os Estados Unidos foram o modelo irresistível, seguido e imitado mesmo quando denunciado. Quase sempre [...] essas novidades vêm na esteira do poderio político ou econômico da nação admirada. Isto é curioso, uma vez que são os artistas e intelectuais, notórios por se colocarem acima de tais realidades mundanas, quem gera [*sic*] esse enfeitiçamento cultural[29].

29 BARZUN, Jacques. *Da alvorada à decadência.* Rio de Janeiro: Campus, 2002, p. 78.

Em tempos de restrição fiscal, racionalidade orçamentária e discussões sobre os limites e eficácia do Estado, elaborar políticas culturais, sobretudo no exterior, suscita vivos debates sobre a sua conveniência, em especial diante da dificuldade de obter resultados concretos mensuráveis. Tratar-se-ia de um luxo com o qual apenas as potências econômicas seriam capazes de arcar a fim de alcançar seus interesses por meio de expedientes mais brandos de poder, disfarçados de simpatia ou admiração? Ou seria a cultura um eficaz produto de *marketing*, um investimento tão válido para os objetivos de um governo quanto para os de empresas privadas? No caso do Brasil, a discussão parece ter tomado um rumo um pouco menos controverso na última década, a partir do momento em que o País começou a desfrutar de crescente e inequívoca importância no cenário internacional.

O relativo êxito econômico e a projeção do Brasil como ator global de peso considerável fizeram-se acompanhar do entendimento de que a política cultural do País é elemento indissociável de sua política externa, dando-lhe complementaridade na consecução de seus objetivos – em outras palavras, a visão do luxo, que há até pouco tempo se resumia à manutenção da rede de CEBs e a esporádicas participações do Brasil em festivais e exposições, sempre dependentes de recursos excedentes em caixa, deu lugar à percepção de que o mercado internacional tanto existe para produtos de base e aviões da Embraer quanto para bens culturais; e de que a conquista de aliados em projetos de grande interesse nacional, como o aprofundamento da integração sul-americana ou a reforma do Conselho de Segurança das Nações Unidas, depende também da construção de uma imagem de país democrático, "responsável" e culturalmente pujante. A reputação do Brasil vem-se consolidando por meio de uma combinação de fatores, internos e externos, que não exclui escolhas políticas ou elementos tão abstratos como sua força esportiva e cultural. A revista *The Economist*, na edição de novembro de 2009, que dedicou a matéria de capa ao Brasil, assim avaliou o atual cenário:

> Brazil suddenly seems to have made an entrance onto the world stage. Its arrival was symbolically marked last month by the award of the 2016 Olympics to Rio de Janeiro; two years earlier, Brazil will host football's World Cup[30].

As diretrizes que vêm orientando a ação do Departamento Cultural do Itamaraty, nos últimos anos, refletem um inédito alinhamento dos fundamentos da política externa com a promoção cultural do Brasil no exterior, manifestando-se:

(i) na ampliação e aprofundamento de mecanismos bilaterais culturais com países em todos os continentes, complementando a tradicional orientação político-comercial do *global player* e *global trader* e reagindo à demanda por cooperação proveniente de Estados em desenvolvimento[31]. O Brasil assinou, nos oito anos do governo Fernando Henrique Cardoso, 32 atos bilaterais na área específica da cooperação cultural, contra 78 entre 2003 e dezembro de 2010, muitos com parceiros não tradicionais, como países africanos, do Caribe e do Oriente Médio. No campo da cooperação desportiva foram firmados, durante o governo Lula, 49 atos bilaterais[32];

(ii) no incremento da presença do Brasil em organizações internacionais de forte dimensão cultural, como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), ou no reforço da vertente cultural em foros e alianças de natureza política ou econômico-comercial,

30 *The Economist*, 14 a 20 nov. 2009, p. 15 (Editorial).

31 Nas palavras do Gerente de Relações Bilaterais do DRI/MinC, Bruno Rodrigues de Melo, a demanda por cooperação decorre da emergência do Brasil como potência regional, mas também de fatores menos palpáveis, como "o reconhecimento da capacidade de liderança do Brasil, sua natural simpatia e a forma com que a cooperação brasileira se apresenta aos países em desenvolvimento".

32 MRE, Divisão de Atos Internacionais. A contabilidade inclui todas as categorias de atos internacionais bilaterais, desde acordos até cartas de intenção e memorandos de entendimento. Contempla, igualmente, documentos ainda não vigentes.

como Mercado Comum do Sul (Mercosul), União de Nações Sul-Americanas (UNASUL), Cúpula América do Sul-Países Árabes (ASPA), Fórum de Diálogo Índia-Brasil-África do Sul (IBAS), Brasil-União Europeia; e

(iii) na introdução de plataformas culturais em iniciativas externas de natureza político-econômica. São exemplos de projetos de integração regional como os Corredores Bioceânicos e mecanismos previamente existentes de cooperação econômica e técnica com outros países em desenvolvimento, que passaram a contemplar instâncias culturais[33]. Dignas de nota são também as ações de diplomacia federativa, que abarcam novos (ou renovados) instrumentos de cooperação cultural entre estados limítrofes com outros países (Mato Grosso do Sul e Paraná com o Paraguai tem sido o caso mais frutífero) ou unidades federativas com expressiva matriz histórica e étnica estrangeira (Bahia com a África ocidental; Santa Catarina e Rio Grande do Sul com Itália e Alemanha; Paraná com Ucrânia e Polônia etc.).

O peso crescente do Brasil no cenário internacional foi aqui tratado, até agora, como importante fator de *oferta* de cultura; há que se levar também em conta, por outro lado, as condições de *demanda* decorrentes de sua exposição externa. É inegável que países em evidência despertam curiosidade; no caso do Brasil, que ocupa na imaginação do estrangeiro um lugar privilegiado desde o descobrimento (o "paraíso terrestre" dos navegadores e exploradores, retratado por Sergio Buarque de Holanda em *Visão do paraíso*, parece resistir até hoje à realidade dos fatos), a renovação da imagem e a extroversão de sua política externa geraram uma forte demanda reprimida, de cooperação

33 O Brasil vem desenvolvendo mecanismos de cooperação, por exemplo, nas áreas de formação de técnicos em audiovisual, museologia e preservação do patrimônio cultural com Angola, Bolívia, Chile e Paraguai.

tanto por parte de governos e de instituições culturais estrangeiras quanto do público, incluindo as comunidades brasileiras no exterior. Essa tendência foi acompanhada do crescimento de recursos do DC/MRE, como se viu anteriormente. As representações brasileiras no exterior, que nunca, em tempos recentes, haviam se beneficiado de um aumento sustentado e significativo em seus orçamentos para a cultura, responderam a essa demanda com uma profusão de programas e políticas regulares, gerando um ciclo virtuoso de oferta e procura de iniciativas culturais ao redor do mundo.

1.2.3.1. A atualidade do *soft power* no cenário internacional contemporâneo

O mundo da primeira década do século XXI foi marcado pela extraordinária ascensão de países em desenvolvimento: o peso dos chamados "emergentes" faz-se sentir hoje nos mecanismos de governança global, nos fluxos de comércio e investimentos, nas balanças de poder militar, em todas as negociações internacionais relevantes e, por que não mencionar, na produção e consumo de bens culturais. As recentes mudanças de paradigma nas relações internacionais convidariam a uma curta reflexão sobre a projeção e o uso do poder, em sua hoje amplamente aceita classificação entre *hard* e *soft*, pelos principais atores globais, tradicionais ou recentes[34].

Apesar de dispor de insuficiente ou difuso *hard power* – na forma de instrumentos clássicos de poder militar e econômico –, o Brasil detém expressivos e crescentes interesses no continente sul-americano, refletidos em peso político e presença comercial e financeira cada vez

34 A classificação de Joseph Nye deriva da distinção tradicional entre as dimensões "corretiva" e "persuasiva" de poder, já mencionadas por Max Weber e mesmo pensadores anteriores. É atribuída a Sêneca a frase "a melhor maneira de invadir um país é pela cultura". O próprio Nye, contudo, alerta para os limtes da categorização, ao afirmar que "*smart power is neither hard nor soft. It is both*" (NYE JR., Joseph S. *Soft Power*: The Means to Success in World Politics. Nova York: Public Affairs, 2004, p. xiii).

maiores: os investimentos brasileiros diretos aumentaram em quase todos os países vizinhos nos últimos oito anos, alcançando volume de cerca USD 13 bilhões em 2011, contra cerca de USD 7 bilhões em 2008 e menos de USD 6 bilhões em 2003[35]. Em 2011, o Brasil foi o parceiro comercial mais importante da Argentina, Bolívia, Paraguai e Uruguai em termos de volume total de transações. No que se refere à Argentina, o Brasil foi destino de nada menos que 20% das exportações do país e origem de quase 30% de suas importações – a China, em segundo lugar, ocupou fatias correspondentes a cerca de 10%[36].

A presença econômica brasileira na América do Sul, apesar dos indicadores positivos, é ainda suscetível a circunstâncias externas, como a crise financeira global, a concorrência com a China e a situação política de seus vizinhos, e internas, como a saúde de seu próprio setor empresarial e sua volátil predisposição em investir. A desaceleração econômica dos últimos dois anos parece comprovar a persistência de instabilidades cíclicas no desempenho de países em desenvolvimento como o Brasil, ainda muito dependentes dos humores dos preços de produtos de base. Como fazer uso do *soft power* nessa realidade de limitado *hard power*? Joseph Nye identifica três categorias de países capazes de conquistar e utilizar seu *soft power* na era da informação:

> (1) those whose dominant culture and ideas are closer to prevailing global norms (which now emphasize liberalism, pluralism, and autonomy), (2) those with the most access to multiple channels of communication and thus more influence over how issues are framed, and (3) those whose credibility is enhanced by their domestic and international performance[37].

35 Banco Central do Brasil, estatísticas de Capitais Brasileiros no Exterior. As entradas de capital brasileiro na Argentina passaram de USD 1,8 bilhão em 2001 para quase USD 5,5 bilhões em 2011.

36 Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), governo da Argentina.

37 NYE JR., Joseph S. *The Paradox of American Power*. Nova York: Oxford University Press, 2002, p. 69. A expressão "era da informação", compartilhada por Nye e outros autores como Alain Touraine (2005), caracteriza o atual período em que as relações de poder deixam aos poucos de ser definidas, exclusivamente, pelos Estados nacionais.

Os três prerrequisitos constituem, contudo, apenas a metade da discussão: a fim de ser capaz de garantir "acesso a múltiplos canais de comunicação" e gozar de "credibilidade" internacional, nenhum país pode abrir mão de outros aspectos do seu peso específico ou dos instrumentos de poder que detém. A Aliança Francesa foi criada em 1883; o Instituto Dante Alighieri, em 1923; e o British Council, em 1934. Seria difícil explicar o prestígio e a influência dessas instituições sem admitir a existência do poder militar, político, econômico e histórico da França, Itália e Reino Unido[38]. Quando o Embaixador Alberto da Costa e Silva declarou que "sem poder não há real difusão da língua portuguesa", seguramente não se referiu apenas ao *soft power*, mas a fatores orçamentários e políticos de projeção.

Seria possível argumentar que, ao contrário do que ocorreu com países como o Reino Unido e Estados Unidos, o vagaroso aumento do peso econômico e militar do Brasil, a partir dos anos 1970, não representou fator decisivo para a consolidação do País como potência cultural. Apesar do movimento modernista dos anos 1920 e 1930, talvez o momento mais marcante de autoafirmação cultural de sua história, o Brasil começou a ser reconhecido no exterior como relevante produtor de cultura no final da década de 1950, período que coincidiu com a conquista da Copa do Mundo da Suécia, o surgimento da bossa nova e a construção de Brasília[39]. Ainda nos primeiros passos da industrialização e sem dispor de forças armadas com poder suficiente de dissuasão, o País desfrutava, no máximo, de peso demográfico e territorial.

A posse de amplos recursos físicos, humanos e econômicos alavanca outros tipos de projeção externa e pode facilitar o uso do *soft*

38 Não por acaso, os Institutos Cervantes e Camões foram criados em 1991 e 1992, respectivamente, período em que Espanha e Portugal, membros recentes da Comunidade Europeia, gozavam de condições orçamentárias e plataforma política suficientemente robustas para sustentar suas redes mundiais de promoção da língua e cultura.

39 Vale a pena recordar as hiperbólicas, mas inesquecíveis, crônicas de Nelson Rodrigues a respeito da conquista da Copa de 1958, neste caso, em texto publicado em 12 de setembro de 1958 no jornal *Manchete Esportivo*: "O povo já não se julga mais um vira-latas. Sim, amigos: o brasileiro tem de si mesmo uma nova imagem; ele já se vê na generosa totalidade de suas imensas virtudes pessoais e humanas. Vejam como tudo mudou. A vitória passará a influir em todas as nossas relações com o mundo" (RODRIGUES, Nelson. "Meu Personagem da Semana: o Escrete". *O berro impresso das manchetes*: crônicas completas da *Manchete Esportiva* 55-59. Rio de Janeiro: Agir, 2007, p. 409).

power – desde que associada a ações legítimas, interna e externamente. A importância cultural do Brasil, no entanto, revelou-se e destacou-se de forma autônoma, com um mínimo de respaldo daqueles fatores materiais de poder. São poucos os casos no mundo em que essa situação "invertida" de autonomia do poder cultural se verifica: nas médias ou grandes potências culturais que não dispõem de outros meios para, em algum momento, apoiar e ampliar essa influência, o papel da cultura como instrumento efetivo de *soft power* terá sempre um limite. Cuba, Jamaica, Peru, Colômbia ou países africanos poderiam ser, entre alguns outros, bons exemplos. A simpatia e o respeito universais conquistados pela música cubana e jamaicana ou pela literatura irlandesa e colombiana não garantirão o aumento do poder de barganha dos seus países em negociações internacionais ou farão com que seus produtos conquistem novos mercados.

A cultura apenas criará frutos fora de sua própria esfera se combinada com outros elementos constitutivos do poder. O Brasil possui enorme potencial para projetar-se política e economicamente no exterior por meio de credenciais como a tradição de pacifismo, respeito ao direito internacional e ao multilateralismo, cultura, imagem em geral favorável e, naturalmente, o esporte, convertido em sinônimo de futebol. A FIFA reproduz, em seu sítio na internet, comentário atribuído a diplomata brasileiro sobre essa faceta pouco tradicional do poder: "Pelé jogou futebol por 22 anos e, nesse período, fez mais pela paz e pela fraternidade mundial do que qualquer outro embaixador no mundo. [...] Desde o encerramento da carreira, Pelé usa o *status* de embaixador para promover seu país, as Nações Unidas e a UNICEF[40]."

Não mais que dois exemplos poderiam ser aqui citados aqui para evidenciar os ganhos políticos conquistados pela potência cultural e esportiva. A passagem da seleção brasileira pela Espanha, na Copa de 1982, foi assim avaliada pelo Embaixador Lauro Escorel:

40 Disponível em: <http://www.fifa.com/classicfootball/players/player=63869/index.html>. A afirmação poderia ser de cunho da própria entidade, já que não há registros da identidade do referido embaixador.

> Graças à indiscutível qualidade técnica do futebol apresentado pela nossa seleção, bem como à simpatia, educação e alto nível esportivo de nossos jogadores, técnicos e diretores, o Brasil deixou na Espanha uma imagem admirável, que nem mesmo o triste desenlace conseguiu comprometer. [...] Não hesitaria em afirmar que essa presença brasileira no Mundial de 1982 contribuiu, de forma notável, para promover o Brasil na Espanha, conquistando as preferências e simpatias do público espanhol[41].

Da mesma forma, futebol e cultura são capazes de apaziguar hostilidades e sanar problemas de imagem, pontuais ou orgânicos. Um exemplo entre milhares poderia ser identificado no relato entusiasmado de um concerto de Baden Powell na Alemanha, em 1974:

> Baden Powell apresentou-se ontem em Düsseldorf, em auditório absolutamente lotado, diante da plateia que delirou com a música brasileira. Permito-me solicitar a atenção de Vossa Excelência para o fato de que nossa música popular pode constituir elemento dos mais preciosos de propaganda nacional na RFA, aliviando, inclusive, grande parte da tensão antibrasileira fomentada por certos veículos de comunicação alemães[42].

Semelhante foi a investida cultural promovida pelo Brasil na Argentina em 1978, no auge da escalada de tensões entre os dois governos, a ser mencionada na Parte II e Conclusão.

Nessa lógica de mútua dependência entre fatores materiais e imateriais de poder, ou seja, entre a legitimidade e a simpatia da cultura e dos valores e o peso político, econômico e demográfico (e, de certa forma, também militar), cabe ao Estado explorar, por meio de políticas eficientes, esse duplo potencial de que poucos países dispõem. A prevalência histórica do *soft power* sobre sua modalidade corretiva em

41 Telegrama nº 385, de 14 jul. 1982, da Embaixada em Madri.

42 Telegrama nº 458, de 3 mai. 1974, da Embaixada em Bonn.

um país como o Brasil não parece desqualificar a existência de ambos, como afirmou o ex-Ministro Celso Amorim ao refutar a definição de *ultimate soft-power power* atribuída ao Brasil: seria inescapável a presença de "*some hard elements in it, as well: economic growth* [...]*, some military power, some deterrent military power*". Isso apesar da música, de Pelé e da defesa incondicional do multilateralismo e de formas mais democráticas de governança global[43].

A campanha do Rio de Janeiro para sediar os Jogos Olímpicos de 2016 pode ser apontada como exemplo: ao lado de uma competente equipe de *marketing* que demandou recursos muito superiores aos empregados nos pleitos anteriores[44], recorreu-se ao *soft power* para seduzir os delegados do Comitê Olímpico Internacional (COI), tanto por meio da decisiva presença do Presidente Lula como cabo eleitoral em Copenhague quanto por fatores como a simpatia, paixão pelo esporte e riqueza cultural[45].

A combinação entre fatores de poder de diferentes naturezas cria um ambiente vantajoso para o Brasil, beneficiando interesses comerciais e financeiros, projetos políticos e a construção de uma imagem positiva no exterior. Assim como a cultura e o esporte têm ajudado a alcançar tais objetivos, é notável a frequência cada vez maior com que empresas nacionais na América do Sul agem como

43 Entrevista concedida à revista *Foreign Policy*, publicada em 28 nov. 2010. A utilização do *soft power* combinado com pequenas ou significativas doses de elementos *hard* não é tarefa simples, mas vista com frequência no mundo contemporâneo. No artigo "*The China Dream*", publicado na edição de 16 de agosto de 2010 da revista *Newsweek* (pp. 20-23), o autor Ioannis Gatsiounis comenta que a China não logrou equiparar a força de sua influência econômica na África e América Latina com o uso do *soft power*. Nesse campo, países da Europa Ocidental e sobretudo os Estados Unidos mantém-se imbatíveis: "*America's soft-power appeal in the region* [na América Latina] *dwarfs China's, resonating through popular culture, language, and ideals.* [...] *Soft power is also very much at play in Africa, particularly given President Obama's connection to the region.* [...] *Signs of American culture, from film to music to fashion, permeate the region. African students still dream of going to the U.S. to study, and English is very much the language to learn.*"

44 Apenas os gastos federais com a campanha, segundo dados da Controladoria-Geral da União (disponíveis em: <http://www.portaltransparencia.gov.br/rio2016/paginas/gastos-candidatura.asp>), somaram mais de R$ 88 milhões.

45 A campanha teve como motes principais Viva sua Paixão e A Paixão nos Une. Na página eletrônica oficial da campanha (http://www.rio2016.org.br), o "espírito único do Rio de Janeiro", "a incrível energia dos espectadores brasileiros", "o centro social e cultural do país" foram alguns dos argumentos apresentados em prol da candidatura. Não por acaso as duas cidades finalistas na votação do Comitê Olímpico Internacional, em 2 de outubro de 2009, foram o Rio e Madri, que usaram o argumento da índole apaixonada e vibrante de seus habitantes.

plataformas de promoção da arte brasileira, utilizando o atraente patrimônio cultural do País para conquistar mercados[46].

1.2.4. Economia da cultura

As primeiras estimativas do impacto da economia da cultura – nada mais que a vertente da economia relacionada a atividades de natureza cultural – nos Produtos Internos Brutos (PIBs) dos países desenvolvidos revelaram uma enorme geração de riqueza por meio dos dividendos procedentes da propriedade intelectual, criação de empregos, investimentos em setores produtivos como manufatura e serviços, estímulo ao turismo e educação, inovação tecnológica, comércio de bens culturais tangíveis e intangíveis etc.

Cerca de 17% e 20% do total de despesas individuais dos cidadãos estadunidenses e britânicos direcionam-se, respectivamente, a alguma forma de entretenimento[47]. No Brasil, 5,7% das empresas, 4,1% da população empregada e 5,3% do total salarial pago no setor privado correspondiam à área cultural em 2005, enquanto o salário médio mensal nas atividades culturais equivalia a cinco salários mínimos, contra três do total da força de trabalho, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)[48]. O volume de recursos em circulação movidos por atividades culturais experimentou média de crescimento superior ao do PIB nos últimos anos: 6,5%, de acordo com o IPEA. A captação de recursos por mecenato, apenas no segmento de música, alcançou R$ 78,6 milhões de reais em 2006, contra apenas R$ 20,3 milhões dez anos antes[49]. Segundo estudo do Programa das

46 Como demonstram as grandes exposições de artes visuais patrocinadas pela Fundação Itaú Cultural na Argentina e Chile, nos últimos anos.

47 HOWKINS, John. *The Creative Economy*: How People Make Money from Ideas. Londres: Penguin Books, 2007, p. xvi.

48 BRASIL. Ministério da Cultura. *Cultura em números*: anuário de estatísticas culturais 2009, pp. 156 e 166. O único estudo realizado pelo IBGE sobre estatísticas de economia da cultura (*Sistema de Informações e Indicadores Culturais*), algo defasado, data de 2005.

49 SILVA, Frederico A. Barbosa da. *Economia e política cultural*: acesso, emprego e financiamento. Brasília: Ministério da Cultura: IPEA, 2007, pp. 303-317. (Cadernos de Políticas Culturais, 3.)

Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a balança comercial brasileira de produtos e serviços culturais (desde música e cinema até artesanato e *design*) apresentou superávit de USD 1,74 bilhão em 2008. A cadeia produtiva associada ao Carnaval em todo o Brasil movimenta cerca de R$ 5,7 bilhões e emprega temporariamente 250 mil pessoas. A renda gerada pelo Carnaval de Recife em 2012 foi de R$ 595 milhões[50].

Embora os resultados econômicos mais palpáveis da atividade cultural dependam da sua proteção legal (exploração da propriedade intelectual), uma fatia ainda considerável da economia da cultura encontra-se fora desse guarda-chuva jurídico: as culturas tradicionais e suas manifestações, obras sob domínio público, diversas formas de patrimônio imaterial (práticas tradicionais de dança, música e gastronomia, por exemplo), o conhecimento disseminado pela internet etc. No âmbito mais próximo do que se convenciona chamar de cultural, a tendência de ampliação do escopo da propriedade intelectual para aquelas áreas desprotegidas é defendida por muitos países, em especial os Estados Unidos, graças ao indiscutível peso econômico a elas subjacente: calcula-se que as indústrias criativas tenham movimentado, em 2005, um valor global de USD 2,7 trilhões, ou 6,1% do PIB mundial, com crescimento anual estimado em 6% ao longo da primeira década do século XXI. Indústrias baseadas em direitos autorais (audiovisual, editoras, gravadoras etc.) contribuíram mais para a economia local que as indústrias química, aeronáutica, eletrônica e alimentícia juntas, com uma participação sempre superior à metade da pauta de exportação estadunidense a partir de 1997[51]. A defesa da transformação de toda e qualquer manifestação cultural em propriedade intelectual, no entanto, não é tema pacífico, já que o acesso à cultura é direito cultural – consubstanciado em convenções internacionais e leis domésticas –, e sua proteção, uma das prioridades das atuais políticas do governo brasileiro.

50 BRASIL. Governo Federal. *Carnaval*: Economia do Carnaval. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/sobre/cultura/carnaval/economia-do-carnaval>.

51 HOWKINS, John. Op. cit., pp. vii, 86-88.

Uma realidade de tamanha força não poderia resistir muito tempo à margem das preocupações do poder público, tanto nos países industrializados quanto nos emergentes. Em 2003, o MinC deu início à elaboração de pesquisas sobre o impacto econômico de projetos culturais e criou a Coordenação-Geral de Economia da Cultura e Estudos Culturais (vinculada à Secretaria de Políticas Culturais). Entre as ações no âmbito da Coordenação-Geral destacam-se proposições de instrumentos legais com desdobramentos sobre os efeitos econômicos da cultura[52] e a instituição, em 2006, do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (PRODEC), dedicado ao levantamento de dados, capacitação de mão de obra e promoção de oportunidades de negócios no meio cultural[53].

O MinC não elabora ou executa, hoje, qualquer programa, doméstico ou externo, sem contemplar meios de estimular ou pelo menos identificar os benefícios econômicos decorrentes. O Ano do Brasil na França e a Copa da Cultura foram exemplos notáveis na última década por suas dimensões, entre centenas de outros menos chamativos. O Ministro Gilberto Gil não poderia ter sido mais explícito na defesa da relevância da dimensão econômica do que na conferência que proferiu na HKW, em 2006:

> Ações integradas como o Ano do Brasil na França e a Copa da Cultura ajudam a amplificar o mercado internacional para artistas brasileiros e produtos culturais. Também estimulam o turismo e o consumo de outros produtos nacionais em países estrangeiros, gerando renda, empregos e crescimento econômico no Brasil. [...] Esta é uma fantástica oportunidade para alcançarmos não somente os alemães, mas milhões de turistas e milhares de jornalistas que estão e estarão na Alemanha[54].

52 Estudos elaborados a pedido do MinC revelam, por exemplo, que os setores editorial, de música e de artes visuais beneficiam-se fortemente por medidas de redução fiscal.

53 Exemplo pontual, mas significativo para a política cultural externa, foi a constituição do Comitê Brasileiro de Internacionalização da Economia da Arte Contemporânea (CBIEAC), o braço executivo do Programa Brasil Arte Contemporânea (BAC), de 2009.

54 Reprodução de conferência proferida na Casa das Culturas do Mundo, em 26 mai. 2006. Texto original em inglês.

PARTE II

Capítulo 1

A cultura brasileira nos campeonatos mundiais de futebol até 2002

O Brasil foi o único país a participar de todas as 19 edições da Copa do Mundo. Nos dois primeiros torneios, realizados em 1930 e 1934, foi eliminado na primeira fase e, apesar do terceiro lugar conquistado em 1938, a supremacia do Uruguai e da Itália eclipsaram as tímidas indicações de que o Brasil teria potencial para sobressair-se, no futuro, como potência de máxima grandeza naquele esporte: revelações individuais como Friedenreich e Leônidas da Silva não bastaram para alimentar senão as expectativas dos mais otimistas. A derrota traumática na final de 1950, depois de uma campanha exuberante, voltou a desviar as atenções do mundo, na edição seguinte, para outras grandes forças do futebol, fossem as consagradas, como o Uruguai bicampeão, ou as recentes, como Alemanha e Hungria.

Em 1958, o Brasil continuava visto como promessa. Após a conquista, como se sabe, o cenário mudou não apenas em campo: Nelson Rodrigues declarou que "já ninguém tem mais vergonha de sua condição nacional"[55]. A imagem que o Brasil tinha de si mesmo e desejou transmitir ao mundo acompanhou, em vários aspectos,

55 RODRIGUES, Nelson. Op. cit., 2007, p. 409.

a mudança de autoconsciência decorrente da conquista do primeiro campeonato, estimulada pelos anos de crescimento econômico, relativa estabilidade político-institucional e otimismo que marcaram o governo de Juscelino Kubitschek. No campo cultural, surgia a bossa nova; Villa-Lobos e Portinari coroavam suas carreiras com o reconhecimento internacional; a arquitetura de Brasília – assim como a própria ideia de Brasília – começou a sombrear a imagem de um país agrário e de cultura agradavelmente exótica. Em meio a esse cenário de mudanças internas, as Copas converteram-se em palcos onde o Brasil se exibia sob os holofotes do mundo, com seus jogadores transformados em celebridades globais e seus aspectos sociais, culturais, econômicos e políticos em inédita evidência.

Seria falso afirmar que, apesar dos holofotes, as autoridades brasileiras tenham ignorado, ao longo dos 46 anos que separaram a conquista da Suécia e o primeiro anúncio da Copa da Cultura, as oportunidades que se abriam a cada quatro anos para promover a imagem do País a reboque do futebol. Eventos nas mais variadas áreas, da promoção comercial às artes plásticas, do turismo a ciclos de palestras, foram organizados nos países-sede, com volumes de investimento e repercussão variáveis. Será apresentado, a seguir, resumo das atividades de difusão cultural e de divulgação da imagem do Brasil executadas em cada um dos Campeonatos Mundiais de futebol desde 1958 – ano que se tomou como ponto de partida em virtude das mencionadas transformações materiais e de mentalidade[56]. Em certas ocasiões, os esforços foram louváveis; e os resultados, compensadores. Em razão, contudo, de motivos que variam da pura e simples falta de prioridade e interesse à escassez de recursos, nenhum dos programas culturais realizados nessas 12 ocasiões pode ser visto como parte integrante de uma *política* cultural. Primeiro, em razão da ausência de

56 A Copa de 1954, realizada na Suíça, coincidiu com a crise política que levou ao suicídio de Getúlio Vargas, dois meses depois. A situação refletiu-se na "desorganização e falta de preparo da seleção", ainda traumatizada pela derrota de 1950 (FRANCO JÚNIOR, Hilário. *A dança dos deuses*: futebol, sociedade, cultura. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, pp. 92-93).

planejamento e continuidade; segundo, pelas dimensões e alcance em geral muito limitados dos eventos, que não aproveitaram o potencial difusor de uma Copa do Mundo; e, por fim, pela falta de políticas culturais de longo prazo *no plano interno*, em praticamente meio século.

É importante fazer menção à existência de eventos promovidos pela iniciativa privada. O fenômeno multiplicou-se nas últimas duas décadas, na esteira da utilização de mecanismos de renúncia fiscal para o financiamento de atividades culturais, do crescimento das comunidades brasileiras no exterior e das possibilidades de lucro. Muitos desses eventos acabaram absorvidos, de uma forma ou de outra, pelos programas governamentais: no caso da Copa da Cultura, alguns passaram a integrar a agenda oficial, recebendo apoio institucional e, em certos casos, financeiro. Em edições anteriores, como em 1998 na França, Estado e empresas privadas uniram forças com o programa É Tempo de Brasil, que resultou em um interessante esforço conjugado, prenúncio do que ocorreria na própria França em 2005 e na Alemanha em 2006. As iniciativas empreendidas pelo setor privado não serão tratadas aqui, a não ser nos casos em que se associaram a ações de governo.

A atenção dos agentes públicos brasileiros às Copas do Mundo e outros grandes eventos esportivos não se limitou, como é óbvio, aos algo esparsos programas de difusão cultural: nos últimos 30 anos, muitos recursos foram despendidos em projetos de promoção comercial e turística, para mencionar apenas duas áreas prioritárias, com resultados igualmente desiguais. Desde pelo menos 1962, o Itamaraty preocupou-se também em implementar medidas de apoio consular, baseadas em uma filosofia de ação preventiva e de oferta de serviços públicos aos torcedores visitantes e comunidades brasileiras locais. Os centros de apoio ao torcedor e, mais recentemente, os consulados itinerantes tornaram-se polos irradiadores de informação e verdadeiras representações paralelas do País nas sedes das Copas do Mundo, extrapolando, muitas vezes, atribuições meramente cartoriais e de auxílio legal. A configuração de uma *política consular*

para o Campeonato Mundial de Futebol, aplicada a cada quatro anos com planejamento e previsibilidade, infelizmente ainda não se fez acompanhar de uma política cultural nos mesmos moldes. Essas iniciativas serão deixadas de lado, a não ser nas ocasiões em que, de alguma forma, tenham resvalado para a difusão cultural propriamente dita.

1958

A Embaixada do Brasil em Estocolmo não registrou a realização de qualquer evento cultural brasileiro, de iniciativa pública ou privada, no âmbito da Copa da Suécia. As dimensões da competição, no final dos anos 1950, eram ainda modestas se comparadas com a grande mobilização de público, imprensa e recursos verificada a partir da década de 1970. O interesse local pelo Brasil, contudo, poderia ser atestado pelas viagens ao País de dois jornalistas suecos – um deles o redator-chefe do *Svenska Journalen* – com o intuito de realizar gravações e colher informações para a produção de programas de televisão, reportagens e artigos[57].

1962

A Secretaria de Estado das Relações Exteriores comunicou à Embaixada em Santiago, em expediente oficial de 5 de abril de 1962, a intenção de realizar cinco mostras de artes visuais no período imediatamente anterior ou coincidente com a Copa do Mundo:

> Exposição paisagística de Roberto Burle Marx, a partir de maio próximo; Exposição e Curso do gravador Roberto De Lamonica, que

57 Cartas-telegrama nºs 6 e 7, de 15 jan. 1958, da Embaixada em Estocolmo.

> irá, antes, a Lima, pelo meio do ano; Exposição fotográfica sobre o futebol brasileiro, em abril ou maio, antes, porém, da Copa do Mundo; Exposição individual do pintor Paulo Becker; além da Exposição do gravador Darel Valença, cujas obras já se encontram nessa Missão[58].

Apenas a exposição do gravador Darel Valença se realizou. As demais sofreram atrasos – a mais importante delas, de obras de Burle Marx, foi adiada para setembro – ou acabaram canceladas, como a mostra de fotografia, "por não ter sido preparada a tempo"[59]. De qualquer maneira, o projeto apresentado pelo Departamento Cultural e de Informações do Itamaraty não deixa dúvidas sobre a intenção incipiente do governo brasileiro de divulgar a cultura do País na oportunidade de uma Copa do Mundo[60].

1966

Há registro de uma única atividade cultural patrocinada pelo governo brasileiro durante o Mundial de 1966: a exposição conjunta de 15 desenhos de Aldemir Martins e 15 fotografias de George Torok com motivos de futebol, inaugurada em 9 de julho (dois dias antes da partida de abertura) nas instalações do Comitê Brasileiro da Copa do Mundo em Londres[61]. O interesse do então Embaixador George Álvares Maciel em receber, nas dependências da representação brasileira, "desfile de modas brasileiras proposto pela Revista *Manchete* e pela Companhia Rhodia, sem qualquer ônus para a Embaixada", não se concretizou[62].

58 Carta-telegrama nº 38, de 5 abr. 1962, para a Embaixada em Santiago.

59 Carta-telegrama nº 66, de 24 mai. 1962, para a Embaixada em Santiago.

60 A avaliação do Embaixador Fernando Ramos de Alencar sobre a oportunidade aberta pela Copa do Mundo será tratada, com maiores detalhes, no Capítulo de conclusão deste livro.

61 Despachos telegráficos nºs 170 e 231, de 28 abr. 1966 e 20 jun. 1966, para a Embaixada em Londres. Telegramas nºs 209 e 256, de 7 mai. 1966 e 11 jun. 1966, da Embaixada em Londres.

62 Telegrama nº 254, de 10 jun. 1966, da Embaixada em Londres.

1970

A Embaixada brasileira no México foi autorizada a despender a quantia de USD 1,5 mil em "campanha cultural" a realizar-se na capital e em cidades do interior do país. Guadalajara foi beneficiada com o maior número de eventos:

- inauguração de praça batizada de Jardim Brasil (abril);
- concerto de música popular brasileira com o grupo Tamba 4 (abril);
- semana de cinema de longa e curta metragem (abril);
- recital de violonista mexicana com programa dedicado a Villa-Lobos (1º de maio); e
- abertura do Centro de Informações da Embaixada do Brasil, o qual, além de assegurar apoio consular e informações turísticas a visitantes, sediou exposição de gravuras e desenhos sobre futebol de Aldemir Martins (junho)[63].

Em Guanajuato, de 6 a 29 de maio, coincidindo com a permanência da seleção brasileira na cidade, foram realizadas:

- mostra de cinema brasileiro;
- exposição de pinturas de Manabu Mabe; e
- conferência sobre música brasileira, com transmissão de obras pelas rádios locais[64].

63 Despacho telegráfico nº 32, de 5 mai. 1970, para a Embaixada no México. Telegrama nº 30, de 6 jun. 1970, da Embaixada no México. Ofícios nºs 82 (13 fev. 1970), 93 (20 fev.), 135 (13 mar.), 139 (17 mar.), 209 (24 abr.) e 330 (2 jul.), da Embaixada no México.

64 Ofício nº 93, de 20 fev. 1970, da Embaixada no México.

Em Toluca, o governo local promoveu mostra de artistas plásticos provenientes dos 16 países participantes do Mundial. O Brasil foi representado pelo gravurista Marcelo Grassmann[65].

Na Cidade do México, por fim, o maestro Eleazar de Carvalho e a compositora Jocy de Oliveira realizaram concerto de música contemporânea brasileira, em 5 de maio, no Palácio das Belas Artes, financiado pelo Itamaraty[66].

Fora da esfera tradicionalmente cultural, o Itamaraty também apoiou a visita ao Rio de Janeiro de equipe da rede de televisão Tapatía, de Guadalajara, que produziu série de filmes sobre o "carnaval e a preparação da Seleção do Brasil para a Copa do Mundo"[67]. A Embaixada no México sugeriu, ademais, a remessa pela Embratur de material de propaganda e informações turísticas, "a fim de atender às solicitações de agências de viagens que desejam capitalizar o ambiente extremamente favorável ao Brasil existente no México" após a Copa do Mundo[68].

1974

A presença cultural do Brasil na primeira Copa da Alemanha contrastou com a relativa intensidade do programa concebido para o México quatro anos antes: a única atividade patrocinada pelo governo brasileiro naquele país foi uma apresentação de dança e música popular pelo grupo Brasiliana na cidade de Gelsenkirchen, em 21 de junho, véspera da partida entre o Brasil e o Zaire. O fato de o *show* ter sido solicitado e parcialmente financiado pela comissão organizadora do Campeonato e a escolha ter recaído sobre um grupo radicado na

65 Idem.

66 Ofício nº 134, de 13 mar. 1970, da Embaixada no México.

67 Ofício nº 25, de 15 jan. 1970, da Embaixada no México.

68 Telegrama nº 139, de 13 jul. 1970, da Embaixada no México.

própria Alemanha ("solução mais econômica e adequada", segundo a avaliação da Embaixada do Brasil em Bonn) demonstram a falta de prioridade concedida à difusão cultural brasileira naquele contexto[69].

1978

Não há registros de atividades culturais promovidas pelo governo brasileiro durante a Copa do Mundo da Argentina. Pode-se especular que os possíveis motivos tenham sido o elevado apoio financeiro dado à participação brasileira na IV Feira Internacional do Livro de Buenos Aires, em abril[70], e a outras atividades culturais promovidas no primeiro semestre, sem conexão direta com o Campeonato[71].

O caso da Argentina parece ser dos poucos, entre as edições das Copas aqui analisadas, em que as autoridades brasileiras decidiram, de forma deliberada, não realizar qualquer atividade no contexto do torneio.

1982

Os poucos eventos de promoção cultural do Brasil na Copa da Espanha inseriram-se, de forma geral, em programas organizados por entidades locais, públicas e privadas. O principal foi a I Feira Iberoamericana de Artesanato (FIBART), em Madri e Sevilha (17 a 26 de junho e 3 a 11 de julho, respectivamente), da qual participaram 15

69 Telegrama nº 661, de 25 jun. 1974, da Embaixada em Bonn. Tal falta de prioridade poderia ser explicada, em parte, pelo momento político por que passava o relacionamento bilateral, marcado por uma "tensão antibrasileira fomentada por certos veículos de comunicação alemães", fruto das críticas locais ao regime militar (telegrama nº 458, de 3 mai. 1974). A proposta inicial dos organizadores alemães de incluir artistas brasileiros na cerimônia de abertura da Copa também não ganhou continuidade, apesar do empenho de João Havelange, então Presidente da Confederação Brasileira de Desportos e prestes a assumir a Presidência da FIFA, em contratar "espetáculo de mulatas de Sargentelli" (despacho telegráfico nº 204, de 3 abr. 1974).

70 Os custos foram de cerca de USD 5 mil, segundo o despacho telegráfico nº 103, de 25 jan. 1978, para a Embaixada em Buenos Aires.

71 Telegramas nºs 1.646, 1.733 e 1.757, respectivamente de 22 mai., 30 mai. e 1º jun. 1978, da Embaixada em Buenos Aires.

países, incluindo o Brasil. O pavilhão brasileiro, de 90m², foi cedido pelo governo espanhol e exibiu produtos enviados com auxílio do Programa Nacional de Apoio à Pequena e Média Empresa Exportadora (PRONAEX). Os resultados da participação brasileira não foram, contudo, compensadores, conforme relatado pelo diretor do estande, Paulo A. M. Velasco:

> Do ponto de vista de conquista imediata de mercado, parecem pouco significativos os resultados [sobre a FIBART Madri]. [...] Na opinião dos expositores brasileiros, foram muito modestos os resultados comerciais da participação na FIBART Sevilha.[72]

Os produtos não vendidos na FIBART de Madri foram posteriormente enviados à loja de departamentos Galerias Preciados, que organizou feira de exibição de produtos provenientes dos países participantes da Copa.

O Brasil não conseguiu, tampouco, atender ao pedido das autoridades provinciais de Sevilha, cidade onde a seleção brasileira se concentrou na primeira fase do Mundial, para organizar algum tipo de programação cultural – apesar do oferecimento, pelo governo local, de hospedagem e cachê aos artistas interessados. A única manifestação de que se tem registro foi uma série de apresentações, nas ruas de Sevilha, da Banda Militar do Navio-Escola Custódio de Mello, atracado no sul da Espanha entre 14 e 24 de junho[73].

1986

O México foi escolhido como sede da Copa do Mundo de 1986 em virtude da desistência da Colômbia. Apesar da pequena antecedência,

72 Relatório encaminhado pelo Ofício nº 243, de 27 jul. 1982, da Embaixada em Madri.

73 Telegrama nº 50, de 27 jan. 1982, da Embaixada em Madri. Despachos telegráficos nºs 325 e 335, respectivamente de 25 mai. e 27 mai. 1982, para a Embaixada em Madri.

o Brasil conseguiu representar-se fora dos estádios por meio de quatro iniciativas de importância:

- exposição de pinturas Futebol Arte do Brasil, inaugurada, em 4 de junho, no Foro de Arte Contemporáneo da Cidade do México, importante sala de exposições subvencionada pelo governo federal. O evento, sob a curadoria de Jacob Klintowitz e Rhada Abramo, reuniu cerca de 15 artistas contemporâneos consagrados, incluindo, curiosamente, alguns nomes que voltariam a participar da mostra Os Onze, na Copa da Cultura e no Expresso Brasil da África do Sul[74]. Ganhou importante cobertura de imprensa[75];
- concerto de música popular brasileira no Auditório Benito Juarez de Guadalajara, com a participação de Alceu Valença, Wagner Tiso, MPB-4 e trios elétricos. Segundo relato da Embaixada do Brasil no México, o espetáculo teria contado com "público muito reduzido", em virtude da distância do centro da cidade e do tamanho excessivo do auditório[76];
- projeto Circo Voador – Missão México 86, que levou 220 artistas para apresentações de rua em Guadalajara, a partir de 15 de junho. A iniciativa foi financiada pelos Ministérios da Indústria e Comércio, Relações Exteriores e Cultura, com apoio simbólico do estado mexicano de Jalisco. Segundo relato da Embaixada no México, o projeto foi prejudicado por problemas de toda ordem, incluindo distúrbios provocados pelos artistas brasileiros e falta de qualidade das apresentações[77];

74 Seis dos onze artistas da mostra de Berlim haviam participado da iniciativa no México, 20 anos antes: Cláudio Tozzi, José Zaragoza, Ivald Granato, Rubens Gerchman, Tomoshige Kusuno e Zélio Alves Pinto (despacho telegráfico nº 172, de 11 mar. 1986, para a Embaixada no México).

75 Ofício nº 296, de 7 jul. 1986, da Embaixada no México.

76 Telegrama nº 556, de 18 jun. 1986, da Embaixada no México.

77 Despacho telegráfico nº 323, de 30 abr. 1986, para a Embaixada no México. Telegrama nº 556, citado.

- exposição coletiva de 57 fotografias sobre Brasília, no Instituto Cultural Cabañas, de Guadalajara. A Fundação Cultural de Brasília foi responsável pela seleção dos 15 fotógrafos e copatrocinou a iniciativa, juntamente com o governo de Jalisco[78].

1990

A Copa da Itália coincidiu com a realização da 44ª Bienal de Veneza, inaugurada em 24 de maio. O evento mais importante no cenário mundial das artes plásticas contou com expressiva participação brasileira e absorveu recursos públicos da ordem de USD 35 mil, em meio à recessão econômica do início do governo Collor. O resultado foi a falta de verbas para iniciativas mais diretamente relacionadas com o Mundial, restando ao Brasil a participação em atividades realizadas por outros atores:

- projeto Cinema e Futebol, copatrocinado pelo Centro de Estudos Brasileiros (CEB) de Roma e realizado em março, com a exibição de filmes documentários sobre o futebol brasileiro e participação de conferencistas brasileiros e italianos[79]; e
- mostra-convênio I Paesi del Mondiale, iniciativa de entidades privadas italianas dedicada a aspectos econômico-comerciais e culturais dos países classificados para a Copa, de 7 de junho a 8 de julho. O CEB viu-se obrigado "a reduzir a sua participação ao mínimo indispensável, visto não poder deixar de tomar parte, por ser o Brasil um dos 24 participantes da Copa do Mundo". A programação brasileira limitou-se, assim,

78 Telegrama nº 588, de 24 jun. 1986, da Embaixada no México.

79 Telegrama nº 340, de 12 abr. 1990, da Embaixada em Roma.

à "exposição de cartazes e livros, distribuição de folhetos turísticos [...], informações sobre as atividades do CEB e projeção de filmes e documentários"[80].

1994

Às voltas com restrições orçamentárias (meses antes do lançamento do Plano Real, o País ainda sofria os efeitos da elevada inflação), o governo brasileiro não conseguiu planejar ações culturais de grande alcance para uma Copa do Mundo realizada, ademais, em um país tradicionalmente desinteressado por futebol – apesar de o Embaixador Paulo Tarso Flecha de Lima haver identificado, em sua avaliação, uma "definitiva consolidação" do esporte no país após o torneio[81].

A única iniciativa relevante de difusão cultural a contar com envolvimento oficial durante a Copa do Mundo foi o Verão Brasileiro (formalmente chamado Arts of the Americas 1994 – Viva Brasil) na Universidade do Novo México. Entre as motivações apontadas pela Embaixada em Washington para justificar o apoio financeiro e institucional à série de eventos em Albuquerque e Santa Fé – "benefícios para a imagem do Brasil em uma região simpática ao nosso país, distante do eixo por vezes viciado Washington-Nova York, e até agora inexplorada em termos políticos e culturais" – não se fez menção direta ao Campeonato Mundial (tampouco no relatório de atividades), mas a coincidência entre a iniciativa e o torneio dificilmente terá sido acidental[82].

80 Telegrama nº 457, de 21 mai. 1990, da Embaixada em Roma.

81 Telegrama nº 1.485, de 18/7/1994, da Embaixada em Washington.

82 Telegrama nº 1.320, de 27/6/1994, da Embaixada em Washington. A programação do Verão Brasileiro incluiu, no período de 6 de junho a 17 de julho, mostras de artes plásticas e artesanato, cursos e oficinas de cinema brasileiro, apresentações teatrais e concertos de música popular brasileira.

1998

O governo brasileiro aproveitou-se de uma conjunção de fatores favoráveis – o reforço de campanhas de valorização da imagem do País no exterior na segunda metade da década de 1990, a fase promissora nas relações culturais bilaterais, coroadas pela homenagem ao Brasil no Salão do Livro de Paris, em março daquele ano, a recuperação econômica e a relativa disponibilidade de recursos para investimentos na cultura – para promover uma ambiciosa investida cultural durante a Copa da França, espécie de prenúncio do que seria feito em 2005. O programa É Tempo de Brasil (C'est L'heure du Brésil) reuniu em Paris, ao longo de várias semanas anteriores e paralelas ao Mundial (até 28 de junho), uma agenda diversificada de eventos de artes plásticas, turismo, promoção comercial, investimentos e meio ambiente. As seguintes atividades preencheram a programação estritamente cultural:

- exposição Brasil Barroco, no Carrossel do Museu do Louvre;
- duas exibições sobre futebol (parcialmente financiadas por produtores privados);
- mostra de cinema brasileiro, com a exibição de 10 longa-metragens;
- seminário sobre cultura brasileira, em 19 de junho, com módulos dedicados ao cenário cultural do País, cinema e arte barroca, e participação de Cacá Diegues, Eric Nepomuceno, Joãozinho Trinta e outras personalidades do mundo artístico; e
- projeto Futebol Arte, idealizado pelo produtor cultural Paulo Fischberg e parcialmente financiado pelo MinC.

As exposições contaram com público estimado em 70 mil pessoas, contingente expressivo até para os parâmetros do Ano do Brasil na

França e da Copa da Cultura. Segundo a avaliação do Embaixador Marcos de Azambuja, a série de eventos:

> Ocupou um espaço considerável na atenção do público e dos meios de comunicação em uma cidade que se notabiliza pela amplitude de sua oferta de bens culturais e oportunidades de lazer e em um momento particularmente fértil na produção de notícias e concentrador da atenção, como é a Copa do Mundo. [...] Oportunidades de investimento, a atração da Amazônia, a beleza de nosso barroco, a riqueza de nossa agenda nacional, realizações no campo tecnológico e industrial vieram somar-se ao futebol e à música para fazer uma combinação feliz de recriação e fortalecimento da imagem do Brasil na França. Graças ao conjunto de eventos paralelos realizados aqui em conexão com a participação da seleção brasileira na Copa do Mundo de 1998, o Brasil foi o país com maior visibilidade na área de atividades promocionais dentre os países que participaram deste Mundial[83].

Além dos ganhos de imagem apontados pela Embaixada, o programa É Tempo de Brasil despertou um interesse, do público local e das autoridades francesas, que abriu caminho para as primeiras tratativas em torno do Ano do Brasil na França[84]. Além disso, os mencionados eventos paralelos realizados pela iniciativa privada, alguns de grandes dimensões como um desfile de escolas de samba capitaneado por Joãosinho Trinta nas ruas da cidade, demonstraram uma articulação com a programação oficial que acabou servindo como modelo para o Brésil, Brésis (e, em menor escala, para a Copa da Cultura).

Segundo alguns dos organizadores, o programa não esteve livre de problemas, sobretudo no que se refere à capacidade de mobilização

83 Telegrama nº 702, de 3 jul. 1998, da Embaixada em Paris.

84 As atividades, segundo o Embaixador, deram "ao Brasil um lugar de prestígio e uma visibilidade que nunca antes havíamos tido na França e que nos coloca (ou recoloca) em lugar de destaque no horizonte internacional deste país" (Idem). O Ano do Brasil na França resultou de convite do governo francês para integrar as chamadas temporadas culturais.

para alguns dos eventos e a questões orçamentárias, que resultaram em atrasos no pagamento a credores franceses[85]. De qualquer maneira, e apesar da participação ainda modesta dos investimentos públicos na programação, foi a mais ampla ação de difusão cultural promovida pelo governo brasileiro durante um Campeonato Mundial de Futebol, antes da Copa da Cultura.

2002

Após as ambições de É Tempo de Brasil, a presença cultural brasileira na Copa de 2002 foi discreta. Pode-se apontar a escassez de recursos orçamentários como a causa imediata da ausência de qualquer programa de relevo, tanto na Coreia do Sul quanto no Japão. Essa descontinuidade em relação ao que se fez no Mundial anterior revelou a ausência de políticas culturais de longo prazo, problema apenas parcialmente justificável pela indisponibilidade de investimentos. Afinal, a realização de um programa de promoção comercial, batizado de Torcida Made in Brazil, demonstrou que órgãos públicos em outras áreas empenharam-se em aproveitar as oportunidades abertas pela Copa[86].

Foram os seguintes os eventos culturais patrocinados pelo governo brasileiro durante a Copa de 2002:

- exposição de fotografias Ásia Brasileira, em Seul (15 a 25 de abril) e Ulsan, na Coreia do Sul (27 de maio a 7 de junho), com

85 Entrevistas ao autor e telegrama nº 724, de 15 jul. 1998, da Embaixada em Paris.

86 A campanha, organizada pela Apex Brasil, Camex, Embratur e Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, com o apoio do Departamento de Promoção Comercial do Itamaraty, levou ao Japão e Coreia do Sul uma agenda com quatro tipos de atividades: a) coletivas de imprensa; b) "*blitze* promocionais" (21 operações de abordagem direta do público nos dias que antecedem os jogos do Brasil); c) encontros de empresários com a torcida em locais públicos; e d) festas Made in Brazil, em Seul e em Tóquio. A Embaixada em Tóquio estimou em USD 400 mil os custos de *marketing* do programa, apenas no Japão (despachos telegráficos nºs 106 e 202, de 10 abr. 2002, para as Embaixadas em Seul e Tóquio).

grande afluência de público: quase 7 mil pessoas nas duas etapas[87];

- participação na Semana do Cinema Latino-Americano de Seul, organizada pelo Grupo de Embaixadores Latino-Americanos com o apoio de um centro cultural local. O único filme brasileiro exibido foi *Uma aventura de Zico* (Antônio Carlos Fontoura, 1998)[88]; e
- publicação, em revistas culturais japonesas, de artigos sobre MPB e temas gerais relativos ao Brasil, resultado das visitas de jornalistas locais ao Brasil, no âmbito do programa Formadores de Opinião, do Itamaraty[89].

87 Telegramas nº 158, 167 e 214, respectivamente de 29 abr., 9 mai. e 17 jun. 2002, da Embaixada em Seul.

88 Despacho telegráfico nº 49, de 13 mar. 2002, para a Embaixada em Seul.

89 Telegramas nºs 341 e 446, respectivamente de 26 abr. e 30 mai. 2002, da Embaixada em Tóquio.

Capítulo 2

A Copa da Cultura: breve histórico

2.1. Origens do projeto. A Casa das Culturas do Mundo

Os primeiros registros do projeto Copa da Cultura datam de setembro de 2004, quando o então Ministro Gilberto Gil realizou visita oficial a Berlim. O ponto alto de sua agenda na capital alemã foi a inauguração, no dia 2, da exposição Deuses Negros no Exílio, com fotografias de Pierre Verger e Mário Cravo Neto, no Museu Etnológico; na véspera, entretanto, Gilberto Gil havia solicitado encontro com o Diretor da Casa das Culturas do Mundo (HKW), Hans-Georg Knopp, com quem discutiu a possibilidade de realização de um amplo programa cultural durante a Copa do Mundo de 2006[90].

A HKW foi fundada em Berlim, em 1989, e logo se transformou em uma das mais importantes instituições culturais do país, com a proposta inovadora de dedicar-se à arte contemporânea e a eventos acadêmicos em torno do mundo não europeu: a Casa se autointitula "centro alemão de arte internacional contemporânea e foro de debates sobre a atualidade". Sua vocação passaria, portanto, pela valorização

90 Telegramas nºs 1.497 e 1.597, de 3 set. e 22 set. 2004, respectivamente, da Embaixada em Berlim.

da diversidade e relações culturais globais sob uma perspectiva não eurocêntrica, baseada na cooperação entre agentes culturais de diversos continentes. A HKW é financiada pelo governo alemão, por meio da Kulturstiftung des Bundes, a única fundação cultural de âmbito federal no país[91] – na Alemanha, a política cultural é privativa dos estados (*Länder*), com exceção dos programas e fundos especificamente financiados pela Kulturstiftung.

Em contatos anteriores com o MinC, Hans-Georg Knopp havia manifestado sua intenção de dedicar o ano de 2006 ao Brasil, sem, no entanto, relacionar a iniciativa com o Campeonato Mundial de Futebol. Desde sua fundação, a HKW contempla apenas um grande programa temático na agenda anual, muito embora cercado de algumas atividades paralelas tradicionais, como o festival de dança In Transit ou eventos independentes de menor repercussão. O Brasil seria pela primeira vez destaque na programação da Casa das Culturas, como se verifica por seu calendário cultural até o ano de 2006:

Ano	Tema
1990	África – exposições, debates e mostras de cinema
1991	Faces do Islã – conferência internacional sobre o Oriente Médio e a cultura islâmica
1992	Festivals of India; exposição Incas: 3000 Anos de Alta Cultura Indígena
1993	Exposição China Avantgarde!
1994-1995	A crise orçamentária limita a programação a ciclos de palestras, concertos e pequenas exposições
1996	África do Sul – Exposição Colours
1997	Exposição Os Outros Modernos, com artistas contemporâneos de países não europeus

91 A Kulturstiftung des Bundes (algo como Fundação Cultural Federal) foi fundada em 2002 e conta, atualmente, com orçamento de cerca de € 35 milhões. A Fundação alimenta cinco fundos nacionais de incentivo à cultura e financia projetos e programas de âmbito nacional (como a *Documenta* de Kassel) ou de cooperação internacional.

Ano	Tema
1998	Exposição Face of the Gods, sobre as religiões levadas pelos escravos africanos ao Novo Mundo
1999	Alexander von Humboldt
2000	Ciclo de exposições Festival of Visions: Hong Kong in Berlin – Berlin in Hong Kong
2001	África – exposição The Short Century, de arte africana do século XX
2002	Estreia do festival de dança e teatro In Transit
2003	Música – três festivais internacionais de jazz, música popular e música religiosa e ritualística
2004	Irã – Festival Proximidades Distantes; Festival Black Atlantic, sobre a diáspora africana nas Américas
2005	China – exposição de arte contemporânea Sobre a Beleza

Fonte: HKW.

A ideia de associar o projeto Brasil 2006 à Copa da Cultura partiu de Gilberto Gil e sua assessoria e foi imediatamente acolhida por Knopp, com o apoio expresso da então Secretária de Estado para Cultura e Comunicação, Christina Weiss[92]. Os dois projetos reunidos formariam uma espécie de "temporada cultural do Brasil em Berlim", que mais tarde assumiria contornos territoriais e temporais ainda mais amplos, a fim de superar as limitações impostas pela HKW: o conteúdo, segundo o que sublinhou a Diretoria da Casa, deveria seguir a tradicional linha estético-conceitual adotada pela instituição, ou seja, cultura feita ou debatida por artistas e intelectuais de vanguarda, com extensa participação de não europeus. Além disso, por motivos de administração interna, os grandes programas realizados pela instituição alemã costumam durar poucos meses, concentrados

92 Assim como nos Estados Unidos, não existe na Alemanha um Ministério da Cultura, em virtude da prerrogativa estadual da execução de políticas culturais. O Chanceler Gerhard Schröder criou, no entanto, uma Secretaria de Estado Extraordinária, com *status* ministerial, responsável por estabelecer vínculos mais ativos entre as esferas estadual e federal nas pastas de cultura e comunicação social, bem como coordenar a gestão das instituições e programas sob os auspícios da Kulturstiftung des Bundes.

no meio do ano. Como se verá a seguir, essas orientações da HKW, embora não se tenham revelado extremamente rígidas, acabaram por desdobrar a Copa da Cultura em outras vertentes, ampliando a agenda de eventos, seus protagonistas e o período de realização.

No dia 2 de setembro de 2004, em almoço seguido de coletiva de imprensa na Embaixada do Brasil em Berlim, o Ministro Gilberto Gil deu conhecimento dos dois projetos associados (Brasil 2006 na HKW e a já então batizada Copa da Cultura) aos meios de comunicação e a algumas importantes personalidades do meio cultural alemão. A iniciativa foi anunciada, no Brasil, pelo artigo "A Copa da Cultura no futebol", publicado na edição de 5 de setembro do jornal *O Globo* e assinado pelo Ministro e seu Assessor Especial, mais tarde Secretário de Políticas Culturais, Sérgio Sá Leitão[93].

A decisão tomada em Berlim provocou, de imediato, a constituição de um Grupo de Trabalho interministerial e o lançamento de uma operação binacional de busca por parcerias. Um terceiro desdobramento, posterior, foi a absorção do projeto Brasil 2006 pela Copa da Cultura. Apesar de perder o nome, a iniciativa concebida pela HKW manteve muito de sua concepção estética original.

2.2. Os princípios que nortearam a criação da Copa da Cultura

O artigo "A Copa da Cultura no futebol", publicado no diário *O Globo*, identifica alguns dos princípios teóricos que orientaram a concepção da Copa da Cultura:

(i) o futebol é uma construção cultural e, ao mesmo tempo, reflexo e símbolo da cultura específica na qual é praticado. Trata-se, portanto, de uma manifestação inserida no

93 O texto integral encontra-se no Anexo A.

conceito amplo de cultura adotado pelo Governo brasileiro: conforme expresso no artigo, "abordá-lo [o futebol] enquanto fenômeno cultural, em suas relações múltiplas com o conjunto de signos e de expressões artísticas locais e planetárias, pode ser ao mesmo tempo uma experiência significativa e reveladora, em especial quando se prepara uma nova Copa do Mundo";

(ii) a valorização da identidade nacional está profundamente associada ao futebol, por intermédio de três vertentes: (a) as características únicas que alguns autores (Roberto da Matta e José Miguel Wisnik, entre outros) atribuem à maneira de se jogar o esporte no Brasil, adotando elementos plásticos de danças populares para a constituição da ginga e do futebol arte – em outras palavras, o futebol brasileiro seria manifestação simbólica a ser protegida e divulgada; (b) a imagem do Brasil no exterior é praticamente inseparável do futebol. Ainda que o País desfrute de inegável peso cultural e tenha, nos últimos anos, alcançado *status* de potência emergente, fatores que, ao menos parcialmente, poderiam constituir realidades capazes de alterar a imagem de "país do futebol", a intenção dos criadores da Copa da Cultura foi justamente aproveitar a exposição natural criada pelo Mundial para projetar o Brasil e sua cultura; e (c) o futebol, além de visto como patrimônio cultural em si, influenciou e inspirou a produção artística no Brasil como em poucos outros países. A programação da Copa da Cultura incluiu algumas valiosas manifestações impregnadas pelo esporte, nas artes visuais, na música, na dança, no cinema e, em menor grau, na literatura;

(iii) a valorização da diversidade e a democratização da cultura. O futebol é, por definição, o mais democrático dos esportes, praticado, apreciado e assistido por todos e presente,

> como destaca o artigo, na "cultura popular, ou seja, nas formas não canonizadas e não consagradas de expressão da subjetividade de indivíduos e grupos que não alcançam o *status* de 'artistas', embora sejam 'artistas'". Graças ao lançamento de um edital público e de uma programação multifacetada e de longa duração, os organizadores pretenderam estender ampla oportunidade de manifestação a criadores brasileiros, "artistas" ou não, garantindo, ao mesmo tempo, acesso irrestrito ao melhor da cultura nacional para a numerosa comunidade brasileira radicada na Alemanha.

O artigo mereceu especial atenção por se tratar do primeiro anúncio público da Copa da Cultura no Brasil. É importante observar, no entanto, que o texto teve o propósito de revelar intenções preliminares que não necessariamente se concretizaram de maneira fiel na execução do programa. O futebol, tratado como centro nervoso da programação, poderia ser encarado como metáfora da identidade cultural brasileira, fator de projeção externa do País e símbolo da valorização da cultura democrática e plural, mas sua presença nos eventos da Copa da Cultura foi reduzida. Ao publicarem em jornal de grande circulação as justificativas e linhas gerais de um projeto em gestação, os autores não pretenderam, portanto, estabelecer diretrizes definitivas ou dar caráter vinculante ao texto, que, afinal, não era lei. Naquele mesmo ano, o Ministro Gilberto Gil voltou a anunciar a Copa da Cultura em muitas outras oportunidades, e a análise de suas intervenções torna possível identificar outros dois outros princípios determinantes para o processo de concepção da Copa da Cultura, omitidos no artigo:

(iv) a economia da cultura. Mencionou-se, na Parte I, a importância crescente atribuída pelo MinC à dimensão econômica dos grandes projetos culturais brasileiros no

exterior. Em outubro de 2004, o Ministro Gilberto Gil proferiu discurso perante a Comissão de Educação e Cultura da Câmara dos Deputados, no qual fez referência direta à Copa da Cultura e usou a economia da cultura como uma das principais justificativas para a implementação daquele e de outros programas "vitais para o desenvolvimento" do País[94]. Já durante a Copa da Cultura, o Ministro participou de conferência sobre cultura contemporânea na HKW, na qual mencionou os mercados internacionais para produtos culturais brasileiros, o estímulo ao turismo e ao consumo de bens como potenciais efeitos de programas como a Copa da Cultura[95]. O Edital de Divulgação nº 1, que selecionou propostas de eventos para a programação oficial, identificou como objetivo da Copa da Cultura "a difusão da cultura brasileira na Alemanha e na Europa, com ênfase na qualidade, na diversidade e no potencial de exportação"[96];

(v) o estabelecimento de canais de cooperação como instrumento de diplomacia cultural. As tradicionais atividades de promoção cultural no exterior (ações, por definição, unilaterais) têm sido acompanhadas de contrapartidas apoiadas pelos próprios países difusores, como forma de valorizar o multiculturalismo, estimular as relações bilaterais e evitar o desgaste político provocado por eventuais

94 Em 6 de outubro de 2004, o Ministro declarou: "A cultura também é um dos pontos centrais no que podemos chamar de 'projeto nacional' [...]. Na globalização de hoje, os países em desenvolvimento têm a possibilidade real de uma inserção soberana a partir de estratégias consistentes de crescimento sustentável, inclusão social e desenvolvimento cultural, incorporando as novas tecnologias da era do conhecimento, que também é a era da cultura. As indústrias criativas movimentam 1 trilhão e 300 milhões de dólares no planeta. E têm um vasto potencial de geração de empregos, renda e felicidade. No Brasil, a cultura movimenta muito mais do que 1% do PIB. Na cidade do Rio de Janeiro, para dar um exemplo, as atividades culturais são responsáveis por 7% do PIB. [...] Cultura, portanto, também é economia, além de cidadania e de simbologia, e nesta economia da cultura, nós, brasileiros, temos muito a oferecer e a conquistar."

95 Em 26 de maio de 2006.

96 Edital de Divulgação nº 1, de 5 jan. 2006. O texto integral está disponível no Anexo B.

> impressões de imposição cultural[97]. Daí a prioridade conferida à identificação de parceiros alemães para financiar e executar a programação em conjunto – sem a HKW, a Copa da Cultura não teria saído do papel – e a expectativa de que a Alemanha realizasse uma temporada cultural posterior no Brasil.

O fato de os cinco princípios aqui identificados coincidirem com muitos dos fundamentos da política externa cultural do governo Lula recomendaria dissociar a Copa da Cultura do contexto das políticas de eventos que caracterizaram boa parte da atuação externa do Brasil na área cultural ao longo das últimas décadas. Assim como os Anos do Brasil na França e da França no Brasil, a Copa da Cultura enquadra-se no cenário de uma política articulada de programas de grandes dimensões e de alcance mais profundo, realizados em países-chave em momentos-chave, instrumentos efetivos da diplomacia cultural brasileira e, mais além, da política externa brasileira[98].

2.3. O Grupo de Trabalho da Copa da Cultura. O papel do Itamaraty

A Portaria Ministerial nº 319, publicada em 25 de outubro de 2004, designou Sérgio Sá Leitão como coordenador do programa e determinou "articulações com a Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República, o Ministério das Relações Exteriores, o Ministério dos Esportes, o Ministério do Turismo e a Confederação Brasileira de Futebol, com vistas a constituir

97 Não se pode falar, neste caso específico, em tentativa de imposição ou dominação cultural por parte do Brasil. Em outras hipóteses, entretanto – especialmente em se tratando de países vizinhos –, o fenômeno poderia vir a ser considerado. Para análise algo mais aprofundada da questão, ver item sobre difusão e intercâmbio cultural, na Parte I.

98 O Brasil tem recebido inúmeras temporadas culturais nos últimos anos, com diferentes dimensões e contrapartidas em variados formatos: Momento Itália (2012), UK-Brazil Season (2012-3), Ano de Portugal (2012-3) e a própria Temporada da Alemanha, a partir de 2013.

Grupo de Trabalho para viabilizar a Copa da Cultura"[99]. O Grupo de Trabalho contou, ao longo de todo o caminho até 2006, com a participação fortuita – ou, em certos casos, inexistente – de alguns dos órgãos indicados na Portaria. A primeira reunião do Grupo realizou-se em 12 de novembro de 2004, aproveitando a visita ao Brasil do Diretor da HKW, Hans-Georg Knopp, com a presença do Diretor-Geral do DC/MRE e de integrantes do MinC e dos Ministérios do Esporte e Turismo[100].

Desde o início, o Itamaraty dedicou-se com total empenho ao processo de elaboração da programação da Copa da Cultura. Embora o projeto tenha sido concebido por Gilberto Gil e sua equipe, nenhum passo subsequente foi dado sem a participação ativa do DC ou da Embaixada em Berlim. O pedido do Ministro da Cultura para que o primeiro anúncio do programa partisse de dentro da Embaixada converge, inclusive, com a mencionada política do MinC de ampliar e estreitar canais interinstitucionais de cooperação. Tal observação pode parecer redundante, em vista das atribuições legais do Itamaraty de difusão da cultura brasileira no exterior; experiências passadas, no entanto, demonstram que nem sempre a interação entre os dois Ministérios no plano internacional se deu de forma coordenada ou especialmente frutífera[101].

Nessa nova (ou renovada) fase de parceria interinstitucional, o Itamaraty abraçou a iniciativa e foi o único órgão do governo federal a assumir corresponsabilidade com o MinC no processo decisório e nos compromissos orçamentários de todo o projeto. Não seria excessivo mencionar que o GT, em seu formato legalmente previsto, nunca se reuniu. Após a visita de Hans-Georg Knopp ao Brasil em

99 Artigo 3º, parágrafo único.

100 Despacho telegráfico nº 738, de 23 nov. 2004, para a Embaixada em Berlim.

101 A Exposição Universal de Hannover em 2000, por exemplo, foi financiada pelo Ministério do Turismo, com importante apoio logístico do Itamaraty. A participação do MinC foi insignificante. O Ano do Brasil na França, ao contrário, contou com papel relativamente reduzido do Itamaraty, em especial no aspecto financeiro. A questão de problemas passados de coordenação entre Ministérios é abordada, também, na Parte I.

2004, há apenas um registro de encontro, em setembro 2005, do qual participaram representantes do MinC, Itamaraty, Ministério do Esporte e Apex Brasil[102] – esta última informalmente convocada pelo coordenador Sá Leitão para integrar o Grupo, em virtude de previstas atividades de promoção comercial. A partir de 2005, o MinC, o DC/MRE e a Embaixada em Berlim foram os únicos atores brasileiros presentes de forma regular nas tomadas de decisão que levaram à concretização da Copa da Cultura. Pela parte alemã, a HKW e, em menor escala, o Instituto Goethe cumpriram esse papel.

2.4. A busca por parceiros

Em um contexto de recursos financeiros e humanos limitados, e não apenas do lado brasileiro (a HKW enfrentou, ao longo de toda a sua curta história, problemas orçamentários, que atingiram o seu pior momento em 1994-5), a busca por parceiros e patrocinadores foi tratada como prioritária desde o primeiro momento. A lição serve, naturalmente, para as futuras edições da Copa da Cultura, por razões tanto políticas – o intercâmbio é preferível à simples difusão – quanto financeiras.

Nas reuniões inaugurais com o Ministro Gil, o Diretor da HKW já havia mencionado a importância da participação do Instituto Goethe como *joint coordinator* do projeto[103]. A eventual aceitação da proposta traria para a Copa da Cultura todo o peso da reputação e projeção internacionais do Instituto e ainda garantiria a inclusão indireta do Ministério do Exterior alemão (Auswärtiges Amt – AA), ao qual o Instituto é vinculado. Abrir-se-iam, com isso, possibilidades mais amplas de captação de recursos. Ao fim, contudo, o ingresso do Instituto Goethe no projeto não se deu de maneira tão determinante

102 Despacho telegráfico nº 516, de 6 set. 2005, para a Embaixada em Berlim.

103 Despacho telegráfico nº 738, de 23 nov. 2004, para a Embaixada em Berlim.

como o esperado, por uma razão simples: as duas funções precípuas daquela entidade são a promoção da língua e cultura alemãs no exterior e o desenvolvimento de mecanismos de cooperação e intercâmbio com outros países. O Instituto ateve-se, assim, às suas atribuições e limitou-se praticamente a copatrocinar a programação da Copa da Cultura no Brasil, à exceção de algumas atividades pontuais na Alemanha[104]. Hans-Georg Knopp, a propósito, assumiu a Direção-Geral do Instituto Goethe em meados de 2005 – deixando, portanto, a execução da Copa da Cultura para seu sucessor – e não conseguiu concretizar a parceria nos termos que havia sugerido quando à frente da Casa das Culturas.

A já mencionada preocupação da HKW em manter uma programação pura, obediente aos princípios que sempre orientaram seus curadores, levou sua Diretoria a uma solução de compromisso com o governo brasileiro: o antigo projeto Brasil 2006 poderia ser absorvido pela Copa da Cultura, desde que as atividades culturais e de divulgação mais diretamente associadas ao futebol contassem com outras fontes de financiamento[105]. A HKW sugeriu, desse modo, uma associação com a Fundação Cultural da Federação Alemã de Futebol (DFB-Kulturstiftung), entidade especialmente criada para coordenar o programa cultural do governo alemão para a Copa de 2006. Apesar de manifestações iniciais de interesse (o presidente da Fundação chegou a visitar o então Embaixador José Artur Denot Medeiros, expressando boa vontade em aportar recursos à Copa da Cultura), a Federação Alemã de Futebol negou a proposta, "pelo fato de que seria 'injusto' dar esse tratamento de destaque a apenas um dos países participantes da Copa do Mundo"[106].

104 A mais importante delas foi a exposição Pintor do Paraíso Perdido, com obras de Frans Post, em Munique, que contou com apoio financeiro parcial do Instituto Goethe.

105 Conforme o relato da visita do diretor da HKW ao Brasil, "O Dr. Knopp destacou, ademais, que o maior interesse da HKW é de que os eventos brasileiros a serem patrocinados por aquela instituição não se limitem apenas aos aspectos lúdicos inerentes à sua conexão com o futebol, e sim que propiciem, igualmente, momento de reflexão importante sobre a cultura brasileira. O Dr. Knopp deixou claro que eventos centrados em aspectos meramente de lazer afastam o público da HKW" (despacho telegráfico nº 738, de 23 nov. 2004, para a Embaixada em Berlim).

106 Telegrama nº 479, de 18 mar. 2005, da Embaixada em Berlim.

Diante das recusas, o MinC, em vez de prospectar parcerias de maior vulto, passou a concentrar seus esforços na garantia de recursos públicos necessários para a execução integral do projeto em 2006. Tendo em vista que a HKW só financiaria, e ainda assim parcialmente, as atividades previstas dentro de suas dependências, o Itamaraty concordou com o MinC em assumir a corresponsabilidade (logística, curatorial e financeira) por uma eventual programação nas representações diplomáticas na Alemanha, que acabou se tornando uma das mais importantes vertentes da Copa da Cultura. A outras entidades brasileiras e alemãs, públicas e privadas, caberia a organização de eventos pontuais: foi o caso, entre as brasileiras, do SESC, da Fundação Armando Álvares Penteado, da Petrobras e da Apex Brasil. Na Alemanha, participaram um número expressivo de instituições culturais, muito embora, na maioria dos casos, com financiamento integral ou parcial do MinC. Em virtude da desistência da DFB e da participação limitada do Instituto Goethe, portanto, grande parte dos recursos acabou sendo aportada pelo governo brasileiro.

Na mencionada reunião do GT em setembro de 2005, os principais atores da Copa da Cultura (MinC, Itamaraty e HKW) deram início à elaboração da programação, com base em três pilares: (i) HKW, (ii) Embaixada do Brasil em Berlim e (iii) o conjunto de entidades parceiras. Cada uma dessas três vertentes será analisada mais adiante, ainda no presente Capítulo.

2.5. O lançamento oficial da Copa da Cultura e as expectativas locais

Em 8 de dezembro de 2005, a Copa da Cultura foi oficialmente lançada em coletiva de imprensa na sede da HKW, em Berlim, com a presença do Ministro Gilberto Gil e de seu contraparte alemão, o recém-empossado Secretário de Estado para Cultura e Comunicação, Bernd Neumann. Apesar do desejo das autoridades presentes de

divulgar um pacote fechado, parte considerável da programação estava ainda longe de ser confirmada, a menos de um mês do evento inaugural, em 10 de janeiro. O atraso pode ser explicado pela falta de definição em torno dos parceiros, ainda em fase de prospecção tanto pela HKW quanto pelo MinC – na reunião que precedeu a coletiva de imprensa, o Ministro Gil voltou a pleitear ao Secretário de Estado apoio financeiro mais direto do governo alemão, no que não foi atendido[107]. Causas de natureza mais estrutural também poderiam ser lembradas: uma delas é a incerteza em torno da aprovação da Lei Orçamentária pelo Congresso – o que ocorre, muitas prezes, no próprio ano fiscal. O fato de que parte substantiva dos recursos públicos aplicados na Copa da Cultura foi aprovada no orçamento de 2006 (cerca de R$ 10 milhões de um total de pouco mais de R$ 12 milhões) obrigou o MinC a deixar para o próprio ano do projeto o planejamento em torno da quantidade e das dimensões e custos de certos eventos[108].

O lançamento oficial da Copa da Cultura despertou, de qualquer maneira, amplo interesse nos meios de comunicação, no público e nas autoridades alemãs. A forma com que a atenção voltou a se manifestar ao longo do programa será analisada posteriormente; caberia, por ora, avaliar as expectativas daqueles três setores ainda em 2005.

A repercussão na imprensa projetou de forma contundente o que estaria por vir. A presença cultural do Brasil naquele ano ganhou destaque poucas vezes visto junto aos meios de comunicação alemães: todos os quatro principais jornais da capital, além de redes de televisão e agências de notícias, reportaram a visita de dezembro do Ministro Gil e dedicaram espaço ora ao anúncio de uma programação cultural

107 Telegrama nº 1.956, de 12 dez. 2005, da Embaixada em Berlim. O Secretário de Estado Neumann argumentou que "o órgão federal alemão responsável pela programação cultural relativa à Copa do Mundo seria o Ministério do Interior, que financia parcialmente a Fundação Cultural da DFB", talvez esquecendo a possibilidade, ainda não descartada até aquela ocasião, de apoio financeiro por parte do Ministério do Exterior e do Instituto Goethe.

108 Uma das consequências foi o lançamento o Edital de Divulgação nº 1 apenas no início daquele ano (5 de janeiro). O prazo previsto para as inscrições dos interessados estendeu-se até 24 de fevereiro, e os resultados da avaliação dos milhares de projetos apresentados acabaram divulgados em 27 de março daquele ano – a partir daí as ordens de pagamento começaram a ser feitas. Como se verá nas Considerações finais deste livro, alguns beneficiários receberam os recursos apenas no segundo semestre.

que superava os clichês associados ao Brasil, ora aos próprios clichês – Gilberto Gil trocou com Bernd Neumann camisas das respectivas seleções em frente às câmeras e, na tarde do mesmo dia, juntou-se a Pelé em Leipzig, para o sorteio dos grupos da Copa do Mundo e para uma nova coletiva de imprensa sobre a Copa da Cultura, acompanhada da exibição do documentário *Pelé eterno*[109]. De certa forma, o indiscutível efeito midiático provocado pela presença das duas mais famosas personalidades brasileiras do futebol e da música eclipsou a ideia de ir além dos clichês relacionados ao País. A análise das matérias publicadas na imprensa escrita local, naquela ocasião e no início do primeiro semestre, indica que o tratamento da mídia alternou uma curiosidade algo ciclotímica pela novidade ("Sem samba, por favor" foi o título de artigo publicado pelo diário berlinense *Der Tagesspiegel* em 9 de dezembro de 2005[110]) com uma ampla utilização de expressões em tom sensacionalista, impregnadas de associações carnavalescas ou futebolísticas: "cultura tropical", "arte verde e amarela" e "Gil marca gol na Alemanha", por exemplo, além de muitas reportagens de conteúdo pessoal sobre as estrelas, do mundo cultural ou não, envolvidas na programação[111].

A expectativa do público refletiu o comportamento dos formadores de opinião: não por acaso Gilberto Gil e Pelé, os dois *promoters* do lançamento da Copa da Cultura, garantiram dois dos maiores êxitos de visitação do programa: a série de concertos de música popular na HKW, em maio e junho, e a exposição Estação Pelé. Já os eventos artísticos de vanguarda, ou aqueles dedicados a aspectos menos conhecidos da cultura brasileira, poucas vezes alcançaram grande apelo popular. Detalhes sobre a participação do público ao longo da programação serão vistos no Capítulo 3, desta Parte II.

A demanda brasileira pela participação na Copa da Cultura, por sua vez, foi intensa desde o início: a publicação do Edital, em janeiro,

109 Dirigido por Aníbal Massaini, em 2004.

110 Título original "*Keine Samba, bitte*".

111 Telegramas nºs 1.957, de 12 dez. 2005, e 684, de 17 mai. 2006, ambos da Embaixada em Berlim.

desencadeou uma enxurrada de pedidos e consultas de artistas e membros da comunidade brasileira local à Embaixada em Berlim, cidade onde se concentraria a maioria das atividades. A procura foi tanta que os Consulados-Gerais de Munique e Frankfurt foram orientados a indicar instituições culturais alternativas, em suas áreas de jurisdição, para apoiarem os inscritos[112]. O orçamento aprovado de R$ 1,5 milhão para os projetos selecionados, no entanto, acabou por se mostrar insuficiente diante do volume de demandas e gerou críticas dos artistas e agentes culturais brasileiros, que acusaram de "arbitrário" e "autoritário" o processo de seleção do restante da programação[113].

No que se refere à recepção inicial das autoridades alemãs à Copa da Cultura, o único grande parceiro do governo brasileiro no país continuou sendo a HKW, em vista da participação limitada do Instituto Goethe e da recusa de financiamento por parte de outras instituições. Apesar da decepcionante falta de apoio material (recorde-se que a HKW apenas patrocinou, e parcialmente, a sua própria programação, de 25 de maio a 9 de julho), o governo alemão manifestou em várias ocasiões posteriores seu reconhecimento à iniciativa brasileira[114].

2.6. Os três pilares da programação

Desde o início das tratativas com a HKW, o MinC considerou a possibilidade de uma grande expansão da Copa da Cultura, temporal, territorial e temática: ou seja, que não se limitasse ao período de realização do Campeonato Mundial de Futebol (9 de junho a 9 de julho de 2006), à cidade de Berlim ou às imposições logísticas e

112 Telegrama nº 157, de 27 jan. 2006, da Embaixada em Berlim. O Edital determinou que os inscritos comprovassem "prévio agendamento, pauta e negociação mantidos com instituições culturais da Alemanha, de modo a oferecer garantia de realização da participação no país ao longo de 2006" (item 3.2).

113 Um grupo de artistas brasileiros radicados em Berlim, supostamente recusados pelo Edital e alegando falta de representatividade na programação, organizou a exposição *off-Copa* em galeria de arte da cidade.

114 Análise mais pormenorizada dos resultados da Copa da Cultura para as relações bilaterais será apresentada no Capítulo 3 desta Parte II.

curatoriais da Casa das Culturas. O anúncio do programa em 2004 provocou forte demanda de artistas e instituições culturais, no Brasil e na Alemanha, o que veio ao encontro das intenções do MinC, por dois motivos: (i) a preocupação com uma agenda excessivamente hermética e intelectualizada (ou, nas palavras de alguns, "elitista") no bojo da HKW – apesar da concordância da Casa em acolher uma série de concertos de MPB – e (ii) a necessidade de aproveitar ao máximo a janela de oportunidade aberta pela exposição do Brasil em uma Copa do Mundo, explorando todo o potencial econômico, político e de melhoria da imagem do País decorrente de uma intensa exposição da cultura brasileira.

A expansão da Copa da Cultura levou o MinC a buscar parcerias e garantir, paralelamente, base orçamentária suficiente para a sua realização. O Ministério executou, em 2006, um total de R$ 713,4 milhões, aumento de quase 15% em relação ao exercício de 2005[115]. Esse incremento – no ano que se seguiu ao Brésil, Brésis, talvez o mais caro programa cultural já levado a cabo pelo Estado brasileiro no exterior – possibilitou a dotação de R$ 10,9 milhões para a Copa da Cultura em 2006, suficientes para garantir a inclusão de inúmeros eventos culturais fora da esfera da programação da HKW.

2.6.1. Casa das Culturas do Mundo

Ao acatar a proposta do Ministro Gilberto Gil de incorporar o projeto Brasil 2006 à Copa da Cultura, a HKW manteve como prioridade de sua programação a arte de vanguarda. Na prática, porém, a instituição acabou por aceitar a ideia de valorizar a exposição do Brasil e a presença maciça de público em pelo menos alguns eventos. Para tanto, a HKW previu, ainda que de forma limitada, iniciativas

115 BRASIL. Ministério da Cultura; Câmara dos Deputados. *Plano Nacional de Cultura*: diretrizes gerais. 2ª ed. Brasília: agosto de 2008, p. 56. Esse montante foi acrescido de emendas parlamentares, posteriores ao orçamento aprovado.

associadas ao futebol. Além disso, promoveu uma série de 25 concertos de música popular brasileira, sob a curadoria do próprio Ministro, ao longo de todo o período da programação, que se estendeu de 25 de maio a 9 de julho.

O calendário da Casa das Culturas incluiu, ao todo, 26 apresentações musicais, duas grandes exposições de artes plásticas, uma mostra de cinema (Brasil Pós-Cinema Novo), um ciclo de palestras e um festival de teatro e *performance* (In Transit) que atraíram, conjuntamente, cerca de 55 mil pessoas[116]. O custo total da programação nessa etapa foi de € 1,8 milhão, cabendo 1,2 milhão ao governo brasileiro.

2.6.2. Embaixada do Brasil em Berlim

A participação da Embaixada em Berlim como parte da programação da Copa da Cultura formalizou-se em reunião do GT em 6 de setembro de 2005[117], para o que Sérgio Sá Leitão, então nomeado Secretário de Políticas Culturais do MinC, assegurou recursos da ordem de R$ 750 mil. Somados àqueles aportados pelo próprio Itamaraty para a Programação Cultural da Embaixada em 2006[118], esses valores garantiram a realização de uma série de eventos ao longo de todo o ano, transformando a representação diplomática no segundo principal pilar da programação, depois da HKW.

O Espaço Cultural da Embaixada sediou os eventos de inauguração da Copa da Cultura, em 10 de janeiro de 2006 (recital do violoncelista Antônio Meneses e da pianista Cristina Ortiz), e

116 PASCHOAL, Erlon José; ODENTHAL, Johannes (ed.). *Copa da Cultura*: Verão da Cultura na Casa das Culturas do Mundo. Ministério da Cultura e Casa das Culturas do Mundo, 2006, p. 31.

117 Ver Item 2.3 do presente Capítulo.

118 O Itamaraty despendeu um total de cerca de R$ 300 mil na Copa da Cultura, que se somaram ao aporte final de R$ 653 mil do MinC – quase R$ 200 mil a menos que o anunciado, portanto. Para maiores detalhes, ver Item 2.7 deste Capítulo.

de encerramento, em 19 de dezembro (concerto do Quinteto Villa-Lobos). As 39 manifestações foram, em boa parte, elaboradas por quatro curadores, especialmente contratados pelo MinC – nas áreas de literatura e teatro, música de câmara, artes plásticas e cinema –, em conjunto com o Setor Cultural da Embaixada.

2.6.3. Eventos executados por outros atores

O terceiro pilar da programação coube às iniciativas de caráter isolado, financiadas ou apoiadas institucionalmente pelo MinC e realizadas em instituições locais. Esta vertente encampou os 50 projetos aprovados no âmbito do Edital de Divulgação nº 1 (43 receberam prêmios em dinheiro) e eventos executados por outros parceiros, como o festival de teatro brasileiro no Hebbel Theater am Ufer (HaU) de Berlim, a exposição de obras de Frans Post em Munique e as participações do Brasil na mostra de *design* Designmai e na feira do mercado fonográfico Popkomm, entre outros. Enquanto a HKW e a Embaixada concentraram suas programações em Berlim, este terceiro bloco incluiu também 47 outras cidades alemãs. Acabou, além disso, por demandar a maior porção dos recursos públicos pelo lado brasileiro: apenas o MinC investiu aí R$ 5,84 milhões, contra os R$ 5,11 milhões gastos por aquelas duas instituições[119].

119 Prestação de Contas Final da Copa da Cultura (Convênio 015/2006 entre o MinC e a BM&A, 15 mar. 2007).

2.7. Financiamento

2.7.1. Parte brasileira

Em uma das últimas reuniões do GT da Copa da Cultura, em 6 de setembro de 2005, o MinC anunciou dotação de R$ 10 milhões para o projeto, no orçamento do ano seguinte:

> Tais recursos seriam usados para apoio à programação da Casa das Culturas do Mundo; realização de atividades culturais em Munique no contexto do projeto proposto pelo Sr. Paulo Fischberg; participação do Brasil em eventos e feiras alemãs em 2006 (em particular na Popkomm e no Designmai); iniciativas da programação cultural da Embaixada; e gastos com divulgação e comunicação do projeto[120].

Meses mais tarde, a Secretaria de Políticas Culturais do MinC lograria a aprovação de dois aportes, a serem retirados ainda do orçamento de 2005: o primeiro, de R$ 714 mil, destinado a uma série de providências logísticas prévias à abertura da programação (criação da logomarca e página virtual, confecção de material de divulgação, contratação da equipe de curadores e de produção executiva, e realização do evento de lançamento no Brasil), além do financiamento parcial da exposição Fotografia Brasileira Contemporânea, em meados de janeiro; e o segundo, de R$ 1,5 milhão, para a pré-produção dos projetos iniciais e despesas da exibição do filme *Pelé eterno* em Leipzig, em dezembro, quando do sorteio dos grupos da Copa do Mundo. A fim de facilitar a execução das atividades previstas na Alemanha e o pagamento aos parceiros, o MinC firmou, em 31 de dezembro de 2005, Termo de Parceria com uma produtora privada, a Brasil Música e Arte (BM&A), prevendo a transferência do segundo aporte[121].

120 Despacho Telegráfico nº 516, de 6 set. 2005, para a Embaixada em Berlim.

121 Termo de Parceria no 999/2005. Segundo a Nota Técnica no 004/2005, a Secretaria de Políticas Culturais do MinC justificou a seleção da empresa em virtude do "melhor perfil para o desenvolvimento do Programa", além de atender aos requisitos de experiência com o mercado internacional de produtos culturais, em feiras internacionais

Ao aprovar a Lei Orçamentária de 2006, o Congresso Nacional reduziu em R$ 1.399.315,00 o valor de R$ 10 milhões previsto pelo MinC no Projeto de Lei e na reunião do GT, destinando à Copa da Cultura, portanto, um total de R$ 8.600.685,00. Desse montante, R$ 1,5 milhão foi direcionado ao financiamento de 43 dos 50 projetos aprovados no âmbito do Edital de Divulgação nº 1, de 5 de janeiro de 2006.

Mais tarde, em 10 de maio, um segundo Termo de Parceria[122] seria assinado entre o MinC e a BM&A, determinando a transferência, em duas cotas, dos R$ 7.100.685,00 restantes – a segunda leva de recursos destinou-se a inúmeras instituições e eventos, como as feiras Popkomm e Designmai, o Instituto Goethe e a HKW.

Em carta encaminhada à Secretaria de Políticas Culturais do MinC em 20 de junho, a BM&A solicitou complementação orçamentária no valor de R$ 1,4 milhão, em virtude de "certos itens e valores que não haviam sido considerados" e da "necessidade de ajustar algumas rubricas em relação ao inicialmente previsto". Os mencionados "itens e valores" referiam-se a 16 novos projetos incorporados posteriormente à programação, enquanto os pouco mais de R$ 250 mil restantes, após a dedução dos projetos em questão, representariam ajustes às contas anteriores, na forma de reduções e acréscimos[123]. O MinC aprovou uma complementação parcial e assinou com a BM&A os Termos Aditivos nºs 2 e 3 (respectivamente, em 29/9 e 1º/11/2006), que garantiram a transferência de R$ 900 mil e R$ 400 mil à produtora, ou seja, R$ 100 mil a menos que o solicitado.

Desse modo, o investimento global do MinC com a programação da Copa da Cultura – excluindo o cômputo dos gastos com as viagens

de música e cinema, na criação, produção, divulgação e comercialização de produtos e serviços de natureza artística e realização de projetos de promoção comercial em parceria com o governo brasileiro.

122 Termo de Parceria nº 00015/2006.

123 Segundo a carta assinada pela BM&A, os acréscimos mais significativos nos cálculos foram de mais R$ 160 mil para a feira Popkomm; R$ 96 mil para a exposição Estação Pelé; R$ 77 mil para o festival de teatro brasileiro no HaU e R$ 74 mil para a HKW. As reduções importantes foram registradas nas contas do Designmai, no valor de R$ 122 mil, e da programação da Embaixada, de R$ 62 mil – neste caso, graças aos recursos complementares garantidos pelo DC/MRE ao longo do ano.

à Alemanha do Ministro Gilberto Gil e sua equipe, bem como despesas de custeio de toda natureza – pode ser assim discriminado (valores em reais)[124]:

Providências logísticas (2005)	714.000,00
Termo de parceria com a BM&A (2005)	1.500.000,00
Edital de Divulgação n° 1 (2006)	1.500.000,00
Termo de Parceria com a BM&A (2006)	7.100.685,00
Termos Aditivos de Parceria com a BM&A (2006)	1.300.000,00
Total	12.114.685,00

Ao contrário do Ano do Brasil na França, em que a quase totalidade do financiamento público pela parte brasileira foi assumida pelo MinC[125], a Copa da Cultura contou com importante participação do Itamaraty e, em menor escala, de outros órgãos estatais, como a Apex Brasil – que concedeu apoio financeiro ao pavilhão brasileiro na feira Popkomm, entre outros eventos –, e a Embratur, responsável por atividades de incentivo ao turismo, paralelas ou em conjunto com a Copa da Cultura.

Durante a fase de concepção e planejamento do programa, o MinC pretendia utilizar destaques orçamentários para o Itamaraty como forma de financiar os eventos previstos na Alemanha. Tendo em vista a alternativa de contratação de produtora privada, que passou a receber os recursos e efetuar pagamentos diretos aos destinatários, o único destaque orçamentário feito pelo MinC ao MRE em 2006 destinou-se a cobrir despesas logísticas relativas à visita do Ministro Gilberto Gil a Leipzig, em dezembro de 2005[126]. Todos os aportes do DC/MRE à Embaixada em Berlim ao longo de 2006, portanto,

124 O balanço pormenorizado das despesas por evento pode ser consultado na programação detalhada da Copa da Cultura, disponível no Apêndice.

125 "Coube ao Ministério da Cultura garantir o financiamento da parte brasileira do Ano do Brasil na França. A integralização do fundo comum e praticamente todas as verbas orçamentárias nele investidas são originárias desse Ministério. A contribuição financeira do Itamaraty nas manifestações culturais organizadas na França, ao longo de 2005, foi simbólica." (AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit., p. 58)

126 No valor de USD 507,16, em 13 jan. 2006.

originaram-se do orçamento próprio do Itamaraty, em um total de aproximadamente USD 95 mil. A estimativa desconsidera, contudo, os valores relativos a 11 passagens aéreas concedidas a artistas; aquisição ou renovação de material permanente da Embaixada – incluindo um piano Steinway, de grande utilidade para a série de concertos de câmara, e a substituição do equipamento de audiovisual por um equivalente de última geração, utilizado na mostra de cinema; despesas de custeio e pessoal; e recursos despendidos em programas de promoção comercial e turismo, executados em estreita coordenação com a programação cultural do Posto em 2006.

Não seria exagero afirmar, portanto, que os investimentos do Itamaraty com a Copa da Cultura tenham superado USD 150 mil, equivalentes, pela taxa de câmbio de dezembro de 2006, a mais de R$ 300 mil. As cifras não correspondem, contudo, às despesas integrais da programação na Embaixada: o MinC desembolsou cerca de R$ 653 mil, destinados principalmente ao pagamento de passagens aéreas e cachês de artistas, custos de transporte, montagem, seguros de obras de arte e decoração do prédio da Embaixada[127].

2.7.2. Parte alemã

Em novembro de 2004, em relatório sobre a visita prospectiva ao Brasil do Diretor da HKW, Hans-Georg Knopp, o Itamaraty informou sobre o comprometimento da Casa das Culturas com o financiamento de parte da programação. Àquela altura, ainda havia expectativas de que o Instituto Goethe e a Federação Alemã de Futebol (DFB) assumissem o papel de patrocinadores do projeto em conjunto com o MinC, o que acabou não ocorrendo[128]. Em março de 2005, em carta dirigida à Embaixada em Berlim, Knopp previu o aporte de € 300 mil para a realização dos eventos em sua instituição.

127 Prestação de Contas Final da Copa da Cultura.

128 Despacho telegráfico nº 738, de 23 nov. 2004, para a Embaixada em Berlim. Ver também Item 2.4, deste Capítulo.

Desde o início, o projeto privilegiou o formato de intercâmbio, em detrimento dos tradicionais programas de difusão – o que resultou não apenas na promessa de realização de uma contrapartida alemã no Brasil, mas na ampla cooperação entre órgãos dos dois países. Os parceiros de maior relevo do MinC na Alemanha, a HKW e, em menor grau, o Instituto Goethe, adotaram o modelo de financiamento compartilhado, semelhante, de certa forma, ao critério adotado entre o MinC e o Itamaraty. No caso da HKW, a proposta acolhida foi calcada nos seguintes critérios:

> A HKW propõe que os custos do evento sejam divididos entre as duas partes: ao Brasil, na condição de país interessado, caberia o financiamento das "despesas internacionais", como, por exemplo, passagens aéreas e cachês; os custos locais, como hospedagem e custos de realização dos eventos, seriam assumidos pela HKW[129].

Em fins de 2005, o MinC firmou Acordo de Cooperação Técnica com a HKW, por meio do qual foi acordado rateio dos custos na base de 2/3 para o Brasil e 1/3 para a Casa das Culturas. Os signatários não teriam como prever, à época, a dimensão exata das despesas, de modo que apenas valores aproximados foram mencionados: € 600 mil para a HKW, ou seja, o dobro do aporte anunciado por Knopp no início daquele ano, e € 1,2 milhão para o Brasil. Quando firmado o Termo de Parceria que possibilitou a transferência desses recursos por intermédio da BM&A, o quinhão correspondente ao Brasil equivalia a R$ 3.358.488,96; o reajuste apresentado pela produtora um mês mais tarde, que certamente considerou a depreciação cambial do real, reparou o valor para R$ 3.432.541,61[130].

O montante desembolsado pela HKW, ao final da programação em julho, permaneceu inalterado. Tratou-se da maior contribuição proveniente da parte alemã, já que o Instituto Goethe, apesar de sua

129 Telegrama nº 479, de 18 mar. 2005, da Embaixada em Berlim.

130 Carta da BM&A para o MinC, assinada em 20 jun. 2006.

nada desprezível participação na programação brasileira da Copa da Cultura[131] e em alguns eventos na Alemanha, recebeu repasse de R$ 756 mil do MinC para a execução dessas atividades, o que indica a dimensão modesta de seu investimento no programa como um todo[132].

O financiamento de atividades por outras entidades públicas ou associações civis alemãs foi pontual, e sempre parcial. A Neuer Berliner Kunstverein (NBK), centro cultural berlinense que sediou a primeira etapa da exposição Fotografia Brasileira Contemporânea, cobriu parte dos custos relativos ao circuito da mostra pelo interior da Alemanha; o Instituto Iberoamericano de Berlim (IAI), braço da Fundação do Patrimônio Prussiano, uma das mais importantes entidades culturais públicas do país, participou ativamente da Copa da Cultura, cedendo suas instalações e pessoal para uma série de atividades literárias e musicais; universidades alemãs, por sua vez, cumpriram papel relevante na vertente acadêmica e literária da Copa da Cultura. Todas essas instituições contaram, porém, com recursos dos governos brasileiro ou alemão – ou de ambos.

2.7.3. Iniciativa privada

Diferentemente do que ocorreu na França, a participação da iniciativa privada na Copa da Cultura foi tímida. Enquanto as estimativas relativas a 2005 indicam R$ 18 milhões de patrocínio (R$ 10 milhões provenientes de contribuições diretas de estatais e o restante de empresas privadas, via leis de incentivo fiscal)[133], as cifras de 2006 não ultrapassaram, grosseiramente, R$ 1 milhão. As circunstâncias

131 A instituição alemã organizou cerca de 20 eventos em 11 cidades no país.

132 De acordo com a Prestação de Contas Final da Copa da Cultura. O evento de maior destaque copatrocinado pelo Instituto Goethe na Alemanha foi a exposição Frans Post – Pintor do Paraíso Perdido, na Haus der Kunst de Munique. A crítica em torno da pequena participação da instituição na Copa da Cultura não deslegitima, naturalmente, a vasta agenda cultural patrocinada pelo Instituto todos os anos no Brasil, além, naturalmente, do programa Kulturfest em 2007-8.

133 AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit., pp. 59-62.

muito especiais de um ano de Copa do Mundo contribuíram para essa mudança de atitude: as empresas, empenhadas com investimentos maciços em propaganda, dedicaram atenção limitada a um programa de conceito distinto daquele realizado na França. A Copa da Cultura foi concebida, desde o início, como um projeto essencialmente estatal, conforme demonstra, a propósito, a opção do MinC por estabelecer parcerias com órgãos públicos ou entidades sem fins lucrativos, pouco comprometidas com manifestações culturais de massa. De qualquer forma, a programação da Copa da Cultura foi variada e extensa e não deixou de contemplar eventos de grande repercussão midiática e apelo popular – ainda que financiados em boa parte pelos dois governos.

O investimento brasileiro via patrocínio e leis de incentivo fiscal foi relativamente pouco utilizado, diante da dimensão dos recursos diretos aplicados no programa. O apoio financeiro concedido pelo MinC aos 43 projetos aprovados pelo Edital (R$ 1,5 milhão, ao todo) acabou, como se conclui pela análise de seus relatórios finais, cobrindo a totalidade dos custos em boa parte dos casos – poucos proponentes privados tiveram tempo ou condições de acionar mecanismos de mecenato e preferiram, quando possível, contar com o apoio direto dos parceiros alemães para cobrir eventuais diferenças. Mecanismos de incentivo fiscal foram usados em alguns poucos eventos incorporados *ad hoc* à programação, como a Estação Pelé, uma exuberante exposição sobre o jogador brasileiro em estação de metrô de Berlim (contemplada, no entanto, com aporte de cerca de R$ 500 mil pelo MinC), e a mostra de artes plásticas Os Onze, na Embaixada, quase inteiramente patrocinada por empresas brasileiras.

A exemplo do setor privado brasileiro, a participação de empresas alemãs na Copa da Cultura foi pouco significativa. Entre as exceções esteve a editora Suhrkamp, uma das gigantes do mercado editorial alemão, que financiou parte da publicação de livro de crônicas de Nelson Rodrigues (intitulado *Goooooool!*: ser brasileiro é o máximo)[134].

134 O DC/MRE encarregou-se dos honorários do tradutor.

A exposição de obras de Frans Post na Haus der Kunst de Munique contou com o patrocínio parcial da Siemens, em associação com instituições públicas alemãs e holandesas.

O papel decisivo dos Estados brasileiro e alemão em todas as etapas da Copa da Cultura atestou o caráter particular de programas de difusão e cooperação cultural realizados durante Copas do Mundo. A virtual ausência de investimentos privados implica uma série de consequências práticas para os organizadores: a necessidade de planejamento e monitoramento integral da programação pelos agentes públicos talvez seja a principal delas. É certo que os maiores controle e presença do Estado trazem certos riscos, em especial quando os órgãos responsáveis enfrentam conhecidas limitações orçamentárias, de estrutura e de capacidade de coordenação e articulação. A experiência de 2006 revelou alguns dos problemas gerados por esse quase "monopólio". Ainda assim, o monitoramento governamental dos resultados do programa seria mais factível, bem como o foco em seus objetivos fundamentais. Não deveriam ser esquecidos, nesse contexto, os efeitos negativos de modelos em que preponderam políticas de concessão de incentivos fiscais sobre investimentos públicos diretos em cultura.

Capítulo 3

Avaliação crítica da Copa da Cultura

Apesar de único país a ter participado de todas as edições da Copa do Mundo, o Brasil nunca apresentou programas substantivos de difusão cultural nos países-sede. Excluídos os esforços realizados no México, em 1970 e 1986, e principalmente na França, em 1998, seria possível definir a Copa da Cultura como um projeto pioneiro. Suas bases conceituais foram lançadas com a nova política cultural do governo Lula; e seu formato, apesar de parcialmente inspirado na experiência anterior do Ano do Brasil na França, ganhou contornos específicos, levando em conta o contexto de um Campeonato Mundial de Futebol.

Como costuma ser o caso em projetos inéditos, pairaram, do início ao fim da Copa da Cultura, incertezas sobre sua conveniência, viabilidade e utilidade. Alguns equívocos alimentaram essa insegurança. Ao mesmo tempo, o projeto revelou-se exitoso em vários aspectos, percepção que acabou prevalecendo no seio do Ministério da Cultura, mas que, ainda assim, não assegurou sua continuidade em 2010, na África do Sul.

A repercussão junto ao público e meios de comunicação constitui um dos critérios mais claros e imediatos para quantificar o êxito de

programas de eventos. As fotografias da Copa da Cultura revelam, ao longo de suas fases, momentos de enorme repercussão alternados com etapas de virtual esquecimento. As razões de tais oscilações serão aqui analisadas. Contudo, os objetivos expressos da Copa da Cultura não se limitaram a assegurar contingente desejável de espectadores ou expressiva densidade e frequência de matérias publicadas; há que se buscar, igualmente, resultados palpáveis sobre aspectos como a economia da cultura, os ganhos de imagem para o País no exterior e as relações bilaterais com a Alemanha. Todos esses aspectos serão objeto de avaliação no presente Capítulo; conforme mencionado na apresentação deste livro, porém, sua prospecção foi fortemente limitada pela indisponibilidade de informações. Ao final do Ano do Brasil na França, por exemplo, o Embaixador Ruy Amaral menciona, em sua dissertação para o Curso de Altos Estudos do Instituto Rio Branco, duas amplas pesquisas de opinião realizadas junto ao público francês, com o intuito de sondar o conhecimento e a avaliação da população sobre o programa[135]. Nada semelhante foi feito na Alemanha.

Por uma questão de clareza, serão denominados "organizadores" o MinC, em sua qualidade de idealizador e principal financiador do projeto, e as diferentes instituições responsáveis pelos três pilares da programação.

3.1. Repercussão junto aos meios de comunicação

3.1.1. Meios de comunicação na Alemanha

A cobertura da Copa da Cultura pela imprensa alemã experimentou três fases muito distintas, cada qual refletindo circunstâncias, internas ou externas, que determinaram o alcance e o grau de seu interesse pela programação. As etapas podem ser assim identificadas:

135 AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit., p. 52. As pesquisas foram realizadas pelos institutos franceses LH-2 e Ipsos.

(i) De 8 de dezembro de 2005 a maio de 2006[136]: durante a coletiva de imprensa convocada por Gilberto Gil na HKW, em 8 de dezembro de 2005, o Ministro da Cultura anunciou formalmente parte da programação, os objetivos do projeto e as parcerias então firmadas com instituições alemãs. A Copa da Cultura ganhou reforço e criou expectativas ainda maiores graças à presença de Pelé na cerimônia de sorteio das chaves em Leipzig e ao alarde provocado pelo favoritismo da seleção brasileira. O próprio Ministro Gilberto Gil participou, naquele mesmo dia, de segunda coletiva de imprensa, após o sorteio dos grupos. O evento, no entanto, foi dedicado ao futebol – complementado, inclusive, pela sessão de exibição do documentário *Pelé eterno*, organizada pelo MinC –, permitindo pouco espaço para o anúncio de qualquer programa cultural.

Pode-se afirmar, de maneira geral, que, no clima que antecedia a Copa do Mundo, enquanto os jornais e a televisão alemães concentravam suas energias em astros como Ronaldinho Gaúcho, Kaká, Ronaldo e Robinho (o "quadrado mágico", segundo a imprensa esportiva), as informações publicadas pela imprensa sobre a Copa da Cultura estiveram fortemente vinculadas à presença de Gilberto Gil na Alemanha[137]. Após a euforia causada pelas duas coletivas, a intensidade da cobertura diminuiu. O concerto de Antonio Meneses e Cristina Ortiz na Embaixada em Berlim, ato de inauguração oficial da

136 Para análise das expectativas do público e meios de comunicação quando do anúncio da Copa da Cultura, ver Item 2.5, Capítulo 2, desta Parte II.

137 Praticamente todos os artigos dedicados à coletiva de imprensa do dia 8 de dezembro ostentaram fotografias de Gilberto Gil, com referências à sua carreira, à canção composta especialmente para a Copa (baseada no samba "Baile da Bola", escrito em 1998) e particularidades como a troca de camisas das seleções brasileira e alemã pelos respectivos Ministros em frente às câmeras.

programação, em 10 de janeiro de 2006, não rendeu mais que uma crítica em jornal berlinense[138].

Seguiram-se relatórios esporádicos sobre os eventos, realizados, em sua maioria, na Embaixada e em instituições culturais da capital – o maior destaque coube à exposição Fotografia Contemporânea Brasileira, inaugurada no centro cultural NBK, em 14 de janeiro. A intensidade da cobertura voltou a aumentar em maio, estimulada pela proximidade do Campeonato e pelo início da programação na HKW. Como se verá a seguir, a Casa das Culturas despertou ampla curiosidade dos meios de comunicação locais não apenas por sua programação concentrada e de alta qualidade, mas em virtude de uma estratégia de comunicação social diferenciada;

(ii) De meados de maio a 9 de julho: a programação na HKW e outros eventos isolados de grande impacto corresponderam ao ápice de intensidade na cobertura da imprensa. Segundo o Departamento de Comunicação da HKW, 261 artigos foram publicados na imprensa escrita alemã, somados a 21 transmissões radiofônicas e 33 programas de televisão[139]. É importante observar que, ao contrário do que ocorreu na primeira fase, o futebol não desviou as atenções da Copa da Cultura, por três razões: em primeiro lugar, o programa já era viva realidade a essa altura e não uma agenda de eventos parcialmente confirmada e, portanto, pouco chamativa para a imprensa (como se viu anteriormente, a presença de Gilberto Gil na Alemanha foi o grande atrativo em dezembro, mais do que a mensagem levada por ele);

138 Artigo "Gol para o Brasil" (título original "*Tor für Brasilien*", publicado no diário *Der Tagesspiegel*, em 12 de janeiro). Houve, ainda assim, grande número de chamadas nas agendas culturais dos jornais e revistas de programação, o que ajudou a garantir uma extraordinária presença de público no evento.

139 PASCHOAL, Erlon José; ODENTHAL, Johannes (ed.). Op. cit., pp. 30-31.

segundo, porque a participação da seleção brasileira na Copa da Alemanha – ainda a grande favorita, repita-se – atraiu a curiosidade geral para uma miríade de outros temas associados ao Brasil: economia, política, história e, naturalmente, cultura. Por fim, era previsível que a HKW, uma das instituições mais prestigiosas da Alemanha, com uma programação anual de impacto sobre a vida cultural alemã, despertasse naturalmente mais atenção que a Embaixada e outras entidades;

(iii) De 9 de julho a dezembro: a imprensa voltou a dedicar atenção esporádica à Copa da Cultura, concentrando-se nos poucos eventos isolados de maior atração, como a feira Popkomm, em setembro – a qual contou, mais uma vez, com a figura de Gilberto Gil como *promoter*. Assim como a abertura oficial em janeiro, o encerramento da Copa da Cultura também se realizou na Embaixada do Brasil, com um concerto do Quinteto Villa-Lobos, o qual, apesar do êxito de público, não recebeu tratamento midiático à altura de seu significado simbólico.

A negligência deveu-se, em parte, ao anticlímax causado pelo desempenho da seleção brasileira no Mundial, muito aquém do esperado, e ao próprio desinteresse do público por qualquer coisa que se relacionasse à Copa do Mundo após a final de 9 de julho[140]. A programação da HKW, ademais, concentrou de tal maneira as atenções que parte da imprensa divulgou o fim da Copa da Cultura quando a Casa fechou as portas para reforma[141]. Infelizmente, a inexistência de uma campanha de comunicação social

140 O Brasil foi eliminado pela França nas quartas de final da competição. A ressaca pós-Copa foi reforçada pela derrota da Alemanha nas semifinais e a frustração gerada pela final entre Itália e França, cujas marcas foram antes a famosa cabeçada de Zidane em Mascherano e a disputa de pênaltis do que a qualidade técnica do futebol apresentado.

141 Um dia após o encerramento da sua programação, em 9 de julho, a HKW foi fechada para reformas e só reabriu em 19 de setembro de 2007.

> empenhada na divulgação da programação integral, ao longo de todo o ano, acabou por reforçar a impressão de que a Copa da Cultura foi sinônimo de Casa das Culturas do Mundo, sem contrabalançar o vínculo psicológico formado entre o programa e o torneio[142]. No momento em que os idealizadores da Copa da Cultura decidiram associar sua iniciativa ao Campeonato Mundial de Futebol, a opção de estender a programação para o segundo semestre pressupôs riscos consideráveis para o trabalho de divulgação: o MinC, afinal, não propôs um novo "Ano do Brasil na Alemanha", mas uma "Copa" da Cultura.

De modo geral, o tratamento da Copa da Cultura pela imprensa alemã foi muito positivo. Nenhum artigo, entre os mais de 400 publicados na mídia escrita, criticou negativamente a *ideia* do programa; as poucas matérias contrárias concentraram-se em aspectos pontuais da programação. A cobertura de imprensa durante a primeira fase revelou forte expectativa por uma programação distante dos clichês associados ao Brasil (por exemplo, os artigos "Sem samba, por favor", do diário *Der Tageszeitung*, mencionado anteriormente, e "Só samba, de jeito nenhum", publicado no jornal *Handelsblatt* em 13 de janeiro de 2006[143]), embora os textos e manchetes jamais tenham abandonado referências ao futebol, carnaval, praias e favelas, fossem elas rejeitadas ou reverenciadas[144].

À medida que a Copa da Cultura se consolidava na realidade cultural da capital alemã (e, em menor escala, no resto do país),

142 Como exemplo, o *Berliner Zeitung*, um dos dois diários locais de maior circulação em Berlim, publicou, em 22 de maio de 2006, matéria de página inteira dedicada à comunidade brasileira na cidade, na qual informou: a "Copa da Cultura [...] oferece de 25 de maio a 9 de julho, na Casa das Culturas do Mundo e alhures, concertos a céu aberto, exposições, transmissões de jogos de futebol, dança, cinema e leituras dramáticas". O artigo ainda divulgou, como principal fonte de consulta dos eventos, a página virtual da HKW.

143 Título original, "*Von wegen bloß Samba*", disponível em: <http://www.handelsblatt.com/magazin/fussball/von-wegen-bloss-samba;1017673>.

144 Ver Item 2.5, Capítulo 2, Parte II.

o tratamento da imprensa tornou-se mais objetivo: as avaliações genéricas refletindo expectativas e curiosidade por um país exótico deram lugar a críticas especializadas nos suplementos culturais de jornais e revistas; ao mesmo tempo, anúncios e chamadas dos eventos multiplicaram-se nas agendas culturais de diversas publicações. A cobertura da exposição Fotografia Brasileira Contemporânea, em 14 de janeiro, ainda refletiu o fascínio algo inocente da primeira fase (a crítica do diário *Der Tagesspiegel*, de 17 de janeiro, por exemplo, era intitulada "Pneus de bicicleta em vez de Carnaval", em uma alusão, em tom de agradável surpresa do articulista, aos temas "não carnavalescos" escolhidos pelos fotógrafos[145]); as matérias sobre o festival de teatro Brasil em Cena no Teatro Hebbel am Ufer (HaU) e, principalmente, sobre a programação na HKW revelaram maior sobriedade de tratamento e objetividade na informação, talvez em virtude da iminência da apresentação da seleção brasileira na Alemanha, que, como se disse, despertou curiosidade sobre aspectos pouco revelados do Brasil.

A terceira fase da cobertura de imprensa, após 9 de julho de 2006, foi marcada por críticas esporádicas, chamadas nas agendas culturais de jornais e revistas e nenhuma retrospectiva analítica do que havia ocorrido no primeiro semestre. Muitas matérias, a propósito, mencionavam eventos culturais sem relacioná-los à Copa da Cultura. O maior programa cultural brasileiro já realizado na Alemanha terminou, assim, de forma discreta, longe dos olhos da imprensa e do grande público.

3.1.2. Estratégias deficientes de comunicação social

O então Ministro da Cultura, Juca Ferreira (Secretário-Executivo do MinC em 2006), comentou, em 2010, que a Copa da Cultura foi

145 No original, "*Fahrradreifen statt Karneval*", disponível em: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/fahrradreifen-statt-karneval/676048.html;jsessionid=9C6B7CF8D761F1F8F7F9F7BDF1570697?view=print>.

"bem-sucedida, em geral, apesar dos problemas"[146]. Indagado sobre a que tipo de problemas se referia, o Ministro identificou a "falta de recursos financeiros" e "falta de organização interna para tomar certas providências com antecedência". Sem se estender em sua autocrítica, Juca Ferreira tocou no ponto crucial, na principal origem das falhas de um projeto que, segundo a avaliação do governo brasileiro e deste autor, foi em geral exitoso.

Uma das manifestações mais flagrantes da referida deficiência no planejamento de longo prazo foi a ausência de uma estratégia abrangente de comunicação social. Em lugar de ações unificadas junto à imprensa local, o que se viu foi o trabalho concomitante – e concorrente – de setores responsáveis pela interlocução com os meios de comunicação, nas diferentes instituições parceiras. Em consequência, os resultados foram desiguais, refletindo-se, caso a caso, no interesse que os eventos despertavam na mídia.

As ações de comunicação social foram, assim, empreendidas em quatro frentes paralelas:

- Departamento de Comunicação da HKW;
- Setor de Imprensa e Divulgação da Embaixada do Brasil;
- setores de comunicação social das demais instituições parceiras da Copa da Cultura; e
- assessoria de comunicação social contratada pelo MinC, com atuação limitada ao Brasil.

A única dessas entidades preocupada com resultados abrangentes, ou seja, com a divulgação da Copa da Cultura como um todo na Alemanha, foi a Embaixada. No entanto, a falta de recursos humanos e materiais e a preocupação com a ampla programação cultural na própria representação diplomática limitaram fortemente as ações de seu

146 Em entrevista ao autor, em 5 de março de 2010.

Setor de Imprensa e Divulgação, que dispunha, ao longo de todo o ano de 2006, de quatro funcionários – dois dos quais responsáveis também pela área cultural; ademais, o orçamento do DC/MRE em 2006 não permitiria a contratação de empresa privada para prover serviços de assessoria de imprensa para a Copa da Cultura – sobretudo diante da pequena ou inexistente antecedência de que se dispunha para executar a programação[147]. Da mesma forma, os esforços independentes do MinC para interagir com a imprensa alemã apresentaram poucos resultados práticos, em virtude tanto de uma igual falta de investimento em serviços de assessoria de imprensa quanto da inexperiência dos quadros do Ministério com a realidade local. As exceções, no que se refere à repercussão, foram as três visitas do Ministro Gilberto Gil à Alemanha, entre dezembro de 2005 e setembro de 2006, cuja ampla cobertura pela imprensa, como se viu, não resultou diretamente de quaisquer ações prévias de comunicação social empreendidas pelo MinC. As duas primeiras visitas foram, na realidade, divulgadas com o apoio da HKW; e a terceira, pela organização da feira Popkomm. A bem-sucedida repercussão deveu-se, na prática, à figura mundialmente conhecida do Ministro-músico.

O trabalho de imprensa na HKW, por sua vez, cumpriu plenamente a dupla missão de divulgar a Copa da Cultura e valorizar a imagem do Brasil como potência cultural, no momento em que todas as atenções se voltavam para a potência futebolística. A eficácia das ações do Departamento de Comunicação da HKW, contudo, acabou por provocar efeito contrário, ou seja, a confusão que parte da imprensa

147 Em 22 de dezembro de 2005, a Secretaria de Estado das Relações Exteriores informou a Embaixada em Berlim, via despacho telegráfico (nº 764), de que "até o momento, o Departamento Cultural não recebeu do MinC nenhum detalhamento dos custos dos eventos constantes da programação". Em 9 de janeiro de 2006, o Embaixador Luiz Felipe de Seixas Corrêa, Chefe da representação diplomática brasileira à época, esclareceu, por telegrama (nº 28): "O Secretário de Políticas Culturais do MinC informou a meus colaboradores a disposição de custear a contratação de produtora em Berlim para apoiar a Embaixada. Esta providência parece-me útil, porém não suficiente para contemplar toda a gama de necessidades ligadas à execução do programa como um todo." Em fevereiro, o MinC anunciou a contratação de funcionária brasileira, "para executar os serviços de produção dos eventos que acontecerão na Embaixada do Brasil em Berlim durante o ano de 2006" (despacho telegráfico nº 94, de 14 fev. 2006). A solução, conforme antecipado pelo Embaixador, não foi suficiente para garantir os resultados ideais, especialmente no que se referiu ao trabalho de comunicação social.

alemã acabou por criar entre a Copa da Cultura e a programação na Casa das Culturas do Mundo, às vezes ignorando o que se fez antes e depois, em Berlim e outras cidades. Esse erro de percepção, como afirmado anteriormente, teve origem na falta de um trabalho unificado de comunicação social.

3.1.3. Dados estatísticos

A ausência de uma política homogênea de comunicação social refletiu-se na impossibilidade de obter dados estatísticos amplos e precisos sobre todos os eventos da Copa da Cultura. Lamentavelmente, poucas instituições ofereceram informações de utilidade como a HKW no que se refere à repercussão de seus projetos. Os dados a seguir foram divulgados na publicação oficial *Copa da Cultura*: Verão da Cultura na Casa das Culturas do Mundo, espécie de resumo das atividades realizadas na HKW em 2006[148]:

- 35 artigos na imprensa escrita sobre a entrevista coletiva em 8 de dezembro de 2005, anunciando oficialmente a Copa da Cultura;
- 21 transmissões de rádio e 33 programas de televisão fazendo algum tipo de referência à Copa da Cultura na HKW;
- 261 artigos e 158 dicas de programação na imprensa escrita sobre os eventos na HKW, publicados em 11,66 milhões de exemplares em circulação;
- 126.556 acessos à página virtual da HKW apenas em junho de 2006;
- 1,93 milhão de telespectadores assistiram à edição do telejornal *Heute* (da rede de televisão ZDF), de 25 de maio de

148 PASCHOAL, Erlon José; ODENTHAL, Johannes (ed.). Op. cit..

2006, que anunciou ao vivo o concerto de abertura da Copa da Cultura na HKW;

- 8,5 milhões de televisores na Alemanha foram sintonizados em algum programa sobre a Copa da Cultura na HKW;
- 331 jornalistas de todo o mundo recomendaram a visita a algum dos eventos da Copa da Cultura.

Três outras instituições realizaram levantamentos cuidadosos sobre a repercussão, na imprensa local, de seus próprios eventos: a Neuer Berliner Kunstverein (NBK), o teatro HaU e a Embaixada do Brasil. A primeira, cenário da etapa inicial da mostra Fotografia Brasileira Contemporânea, inaugurada em 14 de janeiro, registrou a publicação de sete artigos de fundo; o HaU, palco do festival Brasil em Cena (30 de maio a 7 de junho), identificou o mesmo número de matérias; a Embaixada, por fim, reuniu quatro. Não foram consideradas, entretanto, as chamadas da programação nas agendas culturais dos jornais e revistas, exceto quando publicadas com destaque. A inclusão de tais referências somaria à contabilidade geral milhares de matérias. Em termos práticos, contudo, seria virtualmente impossível reunir dicas de programação, às vezes minúsculas, em agendas culturais veiculadas com frequência diária, semanal, quinzenal ou mensal em jornais e revistas de toda a Alemanha[149].

Os Setores Cultural e de Imprensa e Divulgação da Embaixada em Berlim computaram um total de 42 artigos de fundo sobre a Copa da Cultura na imprensa escrita alemã, além das já mencionadas 261 matérias contabilizadas pelo Departamento de Comunicação da HKW. O resultado não é, naturalmente, exaustivo e reflete os levantamentos diários realizados apenas junto aos cinco grandes jornais alemães de alcance nacional e tiragem superior a 200 mil exemplares (*Frankfurter*

149 A principal revista de programação cultural de Berlim, *Zitty*, publicou numerosas referências à Copa da Cultura em todas as 24 edições ao longo de 2006. A tiragem da revista, quinzenal, é de cerca de 35 mil exemplares (valores de 2010).

Allgemeine Zeitung, *Die Welt*, *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Rundschau* e o semanário *Die Zeit*), os dois principais diários econômicos (*Financial Times Deutschland* e *Handelsblatt*), os quatro jornais berlinenses de tiragem média (*Der Tagesspiegel*, *Die Tageszeitung*, *Berliner Zeitung* e *Neues Deutschland*) e as três grandes revistas semanais de notícias (*Der Spiegel*, *Stern* e *Focus*)[150].

3.1.4. A experiência do Ano do Brasil na França

As deficiências na estratégia de comunicação social da Copa da Cultura contrastam com a experiência vivida na França, no ano anterior. Em sua dissertação sobre o Ano do Brasil na França para o Instituto Rio Branco, o Embaixador Ruy Amaral descreve o impressionante aumento do interesse dos meios de comunicação franceses pelo Brasil, despertado pelo anúncio do programa em 2005. O número de artigos sobre o País na imprensa escrita local, por exemplo, subiu de uma média de 250 mensais, antes de 2005, para 2.130, em maio daquele ano. A televisão francesa, por sua vez, produziu ou transmitiu, em 12 meses, 109 programas de análise e documentários inéditos, em um total de mais de 200 apresentações[151].

Esse interesse natural pelo Brasil na França ocorreu também na Alemanha, potencializado pela promessa de uma apresentação destacada da seleção no Mundial; Amaral observa, contudo, que as atenções voltadas de forma espontânea para o País dificilmente resultariam nos 15 mil artigos publicados em 2005[152], na quantidade inédita de programas de televisão e coberturas nos telejornais, transmissões radiofônicas etc. Esse tratamento refletiu um trabalho

150 Os relatórios dos projetos aprovados no âmbito do Edital da Copa da Cultura, realizados em cidades pequenas e médias, revelam grande número de críticas e outros artigos de fundo em jornais locais.

151 AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit., p. 82.

152 Idem, p. 84.

preparatório iniciado com muita antecedência: por exemplo, a logomarca do Brésil, Brésis foi selecionada, por meio de concurso, em outubro de 2003, e seu sítio oficial na internet, lançado em agosto de 2004. Em contraste, o selo e a página eletrônica da Copa da Cultura (voltada exclusivamente para o público brasileiro, em vista da falta de recursos para lançar uma versão alemã) foram apresentados apenas em 2006. Vale lembrar, além disso, que o convite do governo francês para a realização do Ano do Brasil foi formalizado em abril de 2001, e o Comissariado-Geral, instituído em dezembro, ou seja, mais de três anos antes da abertura oficial do programa[153]. A Copa da Cultura, por sua vez, veio à luz no segundo semestre de 2004, e as primeiras providências burocráticas para sua realização só foram implementadas em outubro daquele ano.

A constituição de um fundo comum para assegurar um mínimo de recursos necessários ao início da execução do Ano do Brasil na França foi acordada em julho de 2003 pelos dois governos – 25% do montante depositado seria, obrigatoriamente, investido em comunicação social. Entre algumas das prioridades identificadas pelo comissariado estavam a definição e coordenação de uma estratégia de comunicação; relacionamento com a imprensa e público; criação de página na internet; busca de patrocínio e mecenato; e uma boa ação publicitária[154].

Os altos custos de contratação de uma empresa de publicidade e assessoria de imprensa não puderam ser cobertos pelo orçamento do projeto, e a solução encontrada foi contar com os serviços da Association Française d'Action Artistique (AFAA), já a partir de meados de 2004, para a elaboração de uma estratégia geral de comunicação, em coordenação com o comissariado binacional. Em seguida, foram contratadas duas empresas menores, especializadas em serviços de assessoria de imprensa para eventos musicais, teatrais e exposições.

153 Ibid., p. 32.

154 Ibid., pp. 85-6.

Apesar das restrições orçamentárias, a preocupação da AFAA e dos organizadores em construir um plano de comunicação abrangente, com a possível antecedência, pode ser apontada como um diferencial significativo em relação à Copa da Cultura. Nas palavras de Ruy Amaral,

> O plano de comunicação propunha concentrar esforços em assegurar a unidade de comunicação do evento Brésil, Brésis como um todo, por meio de um trabalho em estreita colaboração com os operadores culturais, coletividades territoriais e responsáveis em comunicação e imprensa dos museus e centros culturais, onde se desenrolariam as manifestações, a fim de desenvolver sinergias. Enfatizava a necessidade de uma postura vigilante quanto à boa utilização da logomarca e das menções obrigatórias e a contextualização permanente, por todos os suportes de comunicação, dos eventos inscritos na programação oficial [...]. Com meios muito modestos, substancialmente inferiores àqueles com que contou a temporada chinesa de 2003/4, ficou claro, desde o início, que a campanha de comunicação teria de se assentar sobre parcerias a serem construídas com os meios de comunicação[155].

As soluções encontradas destinaram-se a obedecer à orientação mais importante do plano, ou seja, a *unidade de comunicação*. Os organizadores buscaram, por exemplo, parcerias junto a redes de televisão ou jornais em troca de contratos de exclusividade ou prioridade de cobertura. As circunstâncias também permitiram o envolvimento de empresas e órgãos federais e estaduais no patrocínio a viagens jornalísticas de franceses ao Brasil, responsáveis por grande parte das publicações e produções televisivas sobre o País veiculadas na França em 2005[156].

O autor menciona, por fim, a atuação da AFAA em prol do plano de comunicação adotado pelos organizadores do Ano do Brasil: do alto

155 Ibid., pp. 89-90.

156 O programa Formadores de Opinião do Itamaraty, que contemplava convites a jornalistas estrangeiros para visitas temáticas ao Brasil, foi aplicado em 1998 na Copa da França, mas estava focado, à época da Copa da Cultura, nos países da América do Sul.

de uma experiência de 19 temporadas culturais estrangeiras na França desde 1985, a Associação foi um dos principais responsáveis pela boa repercussão de Brésil, Brésis junto à mídia francesa – foi, em suma, o valioso parceiro local de cuja ausência a Copa da Cultura se ressentiu.

Não que o Ano do Brasil na França não tenha experimentado problemas: a falta de recursos, o número significativo de eventos confirmados com antecedência mínima, o que impossibilitou a cobertura local adequada, e, por fim, a insatisfatória divulgação do programa no Brasil foram algumas das falhas também verificadas em 2005, que se repetiram no ano seguinte pelas mesmas ou por outras razões.

A conclusão do autor da tese *O Ano do Brasil na França* revela as carências e aponta os caminhos para evitá-las em programas futuros:

> O Ano do Brasil na França provou que num centro irradiador de cultura, onde convivem oferta abundante e forte concorrência, a qualidade da programação é tão importante quanto a capacidade de comunicá-la. Se a difusão cultural não estiver amparada numa sólida e competente política de comunicação, concebida por profissionais habilitados, experientes e enfronhados na realidade local, com domínio das sutilezas da língua e dos hábitos locais, estará fadada ao fracasso. Comprovou, também, que a divulgação deve ser feita com antecedência, que necessita de meios financeiros importantes e que as parcerias com a imprensa local devem ser buscadas com grande perseverança, para que os custos não se tornem insuportáveis [...]. Ao promover uma grande manifestação no exterior, doravante, o Governo brasileiro deverá estar atento também à opinião pública nacional e dispor de profissional habilitado e competente para munir a imprensa brasileira de forma permanente de informações sobre o seu desenrolar, o que evita críticas e tem efeitos importantes sobre a captação de patrocínios no Brasil[157].

157 AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit., pp. 94-95.

Embora semelhantes na essência – a Copa da Cultura foi, afinal, "inspirada" no Ano do Brasil na França, como disse o Ministro Juca Ferreira –, os dois programas foram concebidos sob circunstâncias distintas e apresentaram especificidades que os diferenciam em muitos aspectos. Se os objetivos e finalidades foram, em geral, comuns a ambos, é preciso não sucumbir à tentação de associar todos os enganos de 2005 às falhas de 2006. É, sobretudo, importante evitar a crítica de que os órgãos públicos responsáveis "não aprenderam com a experiência adquirida", e que os mesmos erros foram repetidos no ano seguinte. Há que se relativizar as comparações, em especial porque, como se afirmou aqui, a Copa da Cultura foi criada em forte associação com o Campeonato Mundial de Futebol – ainda que tenha durado um ano inteiro. A repercussão local em certos momentos deficiente deveu-se, parcialmente, a tal associação. A incongruência, deliberada ou não, de batizar de "Copa" um programa que se prolongou por mais seis meses após o fim do torneio deveria ter sido contemplada por seus idealizadores, a fim de prever mecanismos mais eficientes de ação junto aos meios de comunicação nos momentos de natural queda de interesse por parte do público e da imprensa.

3.1.5. A repercussão junto à imprensa brasileira

Em meio à intensa cobertura do Campeonato Mundial de futebol, os meios de comunicação brasileiros dedicaram amplo espaço à Copa da Cultura. De janeiro a agosto de 2006, período que concentrou a maior parte das atenções da imprensa, a empresa New Ideas, contratada pelo MinC para monitorar a repercussão do programa no Brasil, registrou um total de 729 matérias na mídia impressa, 503 na mídia on-line e 19 na imprensa televisionada. A análise dos assuntos divulgados demonstra preferência pela programação na HKW (62%), com destaque para a série de concertos de música popular, seguida pela

cobertura das exposições de arte contemporânea (13%) e da mostra Estação Pelé (13%). Outras atividades que demandaram investimentos de vulto, como as participações nas feiras Popkomm e Desigmai, não despertaram interesse da imprensa brasileira, correspondendo, cada uma, a 1% do total de matérias.

A repercussão doméstica da Copa da Cultura foi surpreendentemente ampla se considerada a concorrência com a cobertura esportiva e o fato de que o público-alvo e formadores de opinião prioritários estavam longe do Brasil. De qualquer maneira, os meios de comunicação brasileiros apresentaram comportamento semelhante ao de seus equivalentes alemães, concentrando as atenções nos meses de maio a agosto (422 matérias, contra 307 de janeiro a abril) e reduzindo-as a níveis insignificantes no segundo semestre. Além disso, como se viu, a HKW monopolizou as atenções tanto dos veículos brasileiros quanto alemães, em mais uma demonstração de que a Copa da Cultura foi confundida com a programação na Casa das Culturas do Mundo[158].

3.2. A repercussão junto ao público

A *Avaliação de resultados da Copa de Cultura*, documento elaborado pelo MinC em maio de 2007[159], atesta que 250 mil pessoas assistiram a pelo menos um dos eventos da programação na Alemanha. Trata-se de cálculo baseado em projeções da KHW – instituição que, recorde-se, participou da Copa da Cultura até julho de 2006 – e da empresa New Ideas, responsável pelo acompanhamento da repercussão no Brasil. A estimativa dos números divulgados pelo MinC não resistiria, infelizmente, à confrontação com cálculos mais cuidadosos, já que muitos espaços culturais, pequenas produtoras locais e proponentes brasileiros não dispunham de meios próprios para arriscar com

158 NEW Ideas Comunicação. *Copa da Cultura*: Relatório de centimetragem. 2006

159 Processo nº 01400.003363/2006-51: *Avaliação de resultados da Copa da Cultura*, assinado por Erlon José Paschoal, Ana Lúcia Ribeiro Pardo e Célia Regina de Moraes Gillo.

precisão contingentes de visitantes ou espectadores[160]. Restaria confiar nos resultados isolados de algumas instituições, como a Embaixada. As cifras encontram-se disponíveis na apresentação detalhada da programação, no Apêndice ao presente livro.

O comportamento do público nos eventos da Copa da Cultura obedeceu, como de costume, a uma lógica muito semelhante à da imprensa – com as exceções a serem vistas mais adiante. Três fases distintas poderiam ser assim identificadas: a principal, coincidente com a programação da HKW e a realização da Copa do Mundo; e as duas outras, de 10 de janeiro a meados de maio e de 9 de julho até o evento de encerramento, em 14 de dezembro (com extensões até março de 2007).

3.2.1. A fase de 25 de maio a 9 de julho

Durante todo o período que imediatamente antecedeu ou coincidiu com o Campeonato, a Copa da Cultura foi objeto de destacada atenção por parte do público e meios de comunicação. A HKW recebeu visitação muito significativa, em especial se considerado seu perfil vanguardista e normalmente avesso a manifestações de massa: cerca de 55 mil pessoas presenciaram algum dos eventos da programação na Casa, incluindo as mais de 27 mil que assistiram ao festival de MPB – 10 mil apenas no concerto de Gilberto Gil e convidados, no dia 12 de junho. As estimativas, no entanto, são conservadoras, uma vez que o acesso às exposições e aos concertos realizados no *foyer* da HKW não era controlado[161]. A localização estratégica da Casa das Culturas, em uma das bordas do Tiergarten, o maior parque da área central de Berlim, a poucos metros da Fan Meile (a Avenida 17 de Junho, transformada em área de pedestres, chegou a abrigar um milhão de torcedores durante as trans-

160 Foi o caso, por exemplo, da mostra Fotografia Contemporânea Brasileira, que passou por cinco cidades; os únicos dados existentes referem-se à fase de Berlim.

161 A afirmação sobre o critério "conservador" das estimativas foi fornecida ao autor pelo Departamento de Comunicação da HKW.

missões dos jogos, em grandes telões ao ar livre), garantiu a circulação constante de pessoas em suas instalações, incluindo muitos visitantes eventuais que não tinham conhecimento prévio da Copa da Cultura.

A relativa transgressão do perfil tradicionalmente adotado pela HKW em suas atividades foi uma adaptação bem-vinda às circunstâncias específicas de um Campeonato Mundial de Futebol. O resultado traduziu-se no período de maior visitação pública na história da HKW até então: a crônica oficial da Copa da Cultura, divulgada na página virtual da instituição, aprova essa deliberada mudança de viés:

> 2006, verão; a Alemanha inteira é invadida pelos legionários do Rei Futebol; todas as instituições culturais estão vazias – apenas uma Casa de Cultura no Tiergarten resiste bravamente, cheia de visitantes. Não convém contar a história assim, à maneira de Asterix, embora a parte que diz respeito aos visitantes seja verdadeira. É preciso contar a história considerando que a "Copa da Cultura", o festival de cultura brasileira realizado durante o Campeonato Mundial, obedeceu ao mote "futebol e cultura". O *foyer* da Casa transformado em ponto de encontro com os gritos dos torcedores diante do telão, DJs e dançarinos. Ao redor, *performances* de vanguarda, instalações, cinema. E *shows* dos maiores do cenário musical brasileiro, com lotação esgotada. De Jorge Ben a Chico Buarque, passando por Elza Soares e Bebel Gilberto, e naturalmente Gilberto Gil, que se apresentou diante de milhares de pessoas maravilhadas e antes havia inaugurado o festival na qualidade de Ministro da Cultura. Por trás disso tudo, uma compreensão cultural de outra natureza: entender o futebol, especialmente o brasileiro, como expressão de uma cultura cotidiana, a qual também é base de outras manifestações artísticas. Prazer, fascínio e arte, que aqui neste país geralmente são vistos separados, dessa vez vieram juntos. A Casa das Culturas do Mundo poderia também aprender com essa maratona de 132 eventos, 55.000 visitantes e 64 transmissões ao vivo de partidas de futebol. Grandes números[162].

162 "*Die Kulturfresser und der Umbau*" ("Os Antropófagos da Cultura e a Reforma da Casa"). Tradução livre do alemão.

O Brasil em Cena, no teatro HaU, realizado paralelamente ao festival de dança e *performance* In Transit, na HKW, foi o outro foco da programação da Copa da Cultura a atrair público significativo. Coincidiu com as duas semanas imediatamente anteriores ao início da Copa do Mundo, quando a seleção brasileira já se encontrava em território alemão. A cobertura de imprensa foi atenta; e as críticas, bastante favoráveis, impulsionadas por um competente trabalho de divulgação por parte do teatro.

Todas as cinco grandes exposições montadas nessa fase contaram com boa presença de público: The Image of Sound – Football e Brasil+Berlin beneficiaram-se não apenas do período favorável, mas também do trabalho de divulgação realizado na esteira da programação da HKW – embora levadas para outros espaços culturais, ambas foram copatrocinadas e selecionadas pela curadoria da Casa das Culturas. Também em Berlim, a Embaixada recebeu, de 25 de maio a 14 de julho, a exposição coletiva Os Onze, a qual, ao contrário do restante da programação de artes plásticas na representação diplomática brasileira[163], foi bem-sucedida em termos de público e cobertura de imprensa (principalmente brasileira), em razão dos artistas consagrados e do tema relacionado ao futebol[164]. Frans Post – Pintor do Paraíso Perdido, a mostra de artes plásticas mais significativa da Copa da Cultura fora de Berlim (exposta na Haus der Kunst de Munique, entre 2 de junho e 17 de setembro), também contou com o fator imprensa para atrair público considerável. Lamentavelmente, os organizadores de Munique e das duas exposições à margem da programação da HKW não foram capazes de apresentar estimativas sobre o número de visitantes; a Embaixada, por sua vez, contabilizou 2.200 pessoas que teriam visto as obras de Os Onze. A quinta exposição,

163 Ver Item 3.2.2, a seguir.

164 A mostra coletiva Os Onze reuniu 11 artistas brasileiros (Antonio H. Amaral, Antonio Peticov, Cláudio Tozzi, Jô Soares, José Roberto Aguilar, José Zaragoza, Ivald Granato, Maria Bonomi, Rubens Gerchman, Tomoshige Kusuno e Zélio Alves Pinto), sob a curadoria de Ivald Granato, para expor obras sobre futebol especialmente produzidas para a Copa da Alemanha. Iniciativa semelhante foi realizada em 1986, no México, inclusive com artistas comuns – ver Capítulo 1 da Parte II.

Estação Pelé (*Pelé Station*), foi evento *sui generis*, em função tanto do tema (dedicado à trajetória esportiva do jogador) quanto do grande montante de recursos públicos e privados investidos. Vários fatores contribuíram para a expressiva visitação: a coincidência exata com o período de realização da Copa do Mundo (inauguração em 8 de junho); a utilização de um setor desativado da estação de metrô de Potsdamer Platz, uma das mais movimentadas da capital alemã; e a presença de Pelé na inauguração, que atraiu todos os meios de comunicação esportivos. Estação Pelé foi, no entanto, criação independente, incorporada à Copa da Cultura apenas pouco tempo antes de sua inauguração.

Outra iniciativa de grande destaque, realizada entre 17 e 21 de maio, foi o pavilhão brasileiro no festival internacional de *design* de Berlim, o Designmai. As estimativas apontam para 10 mil visitantes ao longo dos cinco dias de exposição, incluindo o Prefeito de Berlim, Klaus Wowereit, que posou para fotos junto aos móveis brasileiros expostos.

3.2.2. As fases de janeiro a maio e de julho a dezembro

Fora do período de auge da programação, entre 25 de maio e 9 de julho, o público obedeceu a uma dinâmica diferente, nem sempre determinada pela repercussão na imprensa. De um modo geral, a agenda foi composta pelas séries de manifestações na Embaixada (exposições, concertos e sessões de cinema) e por um conjunto multifacetado de eventos de pequeno e médio porte em diferentes instituições e cidades alemãs – muitos deles aprovados pelo Edital público de janeiro. Talvez as duas únicas exceções, em termos de presença de público, tenham sido a Popkomm, a principal feira do mercado fonográfico na Alemanha (19 a 22 de setembro), e a exposição INTERCONNECTIONS, no Centro de Artes e Tecnologia da Informação (ZKM) de Karlsruhe (1º de setembro a 29 de outubro). Esta mostra de instalações em multimídia e arte digital atraiu, segundo os organizadores, 11 mil visitantes.

O fato de o Brasil haver sido escolhido como país homenageado na Popkomm, evento de destaque internacional na área da música popular, assegurou, por si só, ampla visibilidade, em um momento em que a Copa do Mundo já caíra no esquecimento do grande público e da imprensa. A participação brasileira incluiu a montagem de estande para representantes de gravadoras, a presença de Gilberto Gil como conferencista e 22 apresentações de músicos brasileiros especialmente convidados pelo MinC (Yamandu Costa, Naná Vasconcelos, Carlos Malta, Chico César e Badi Assad foram os principais destaques). Segundo estimativas dos organizadores, a edição de 2006 da feira foi visitada por 15 mil profissionais do ramo; e a programação musical, assistida por 71 mil pessoas, mas não há dados sobre o público presente às atividades relacionadas ao Brasil[165].

Além da Popkomm e de INTERCONNECTIONS, três séries de eventos realizados nessas duas fases podem ser classificadas como êxitos de público, dentro dos parâmetros a que se propunham: a mostra itinerante Fotografia Contemporânea Brasileira, em sua etapa de Berlim (14 de janeiro a 26 de fevereiro), os 10 recitais de música de câmara na Embaixada e os três concertos realizados no Instituto Iberoamericano de Berlim (IAI). Os motivos do sucesso de público foram, de um modo geral, a alta qualidade artística – o curador Fernando Cocchiarale selecionou 12 dos mais respeitados fotógrafos brasileiros da atualidade; a Embaixada e o IAI, por sua vez, receberam solistas e conjuntos de câmara de destacadas trajetórias nacionais ou internacionais – e, apenas no caso da mostra de fotografia, uma considerável e positiva cobertura de imprensa. A série de concertos na Embaixada, na verdade, beneficiou-se de uma prévia reputação alcançada junto ao meio musical de Berlim e à comunidade brasileira, nos anos anteriores à Copa da Cultura, graças às frequentes apresentações de elevado nível artístico[166]. O Setor Cultural da Embaixada também

165 Informações disponíveis no relatório final da edição de 2006 da Popkomm.

166 A Embaixada havia promovido em suas dependências, apenas em 2005, concertos com integrantes da Filarmônica de Berlim e da Orquestra da Deutsche Oper, recitais com os pianistas brasileiros Sergio Monteiro e Marcelo Bratke e uma apresentação do coro Calíope – todos com financiamento do DC/MRE.

propôs dois dos três concertos organizados no IAI em 2006, com apoio financeiro parcial do DC/MRE – *Trilogia do Carnaval*, com Marcelo Bratke e o percussionista Naná Vasconcelos, e *O boi no telhado*, projeto apresentado anteriormente no âmbito do Ano do Brasil na França. O terceiro, por sua vez, foi sugerido pela curadora de música contratada pelo MinC – um recital com a cravista Rosana Lanzelotte e o percussionista Caíto Marcondes. Não foi por acaso, assim, que toda a programação de música de câmara da Copa da Cultura realizada na Embaixada e no IAI tenha atraído, sem exceção, público excepcional: a série de 10 concertos na representação brasileira atraiu um total de 2.280 espectadores – média de 228 por apresentação. Apenas o recital de abertura da programação, com o violoncelista Antonio Meneses e a pianista Cristina Ortiz, reuniu cerca de 400 pessoas, contingente que extrapolou a capacidade do Espaço Cultural da Embaixada. O mesmo ocorreu durante a apresentação da *Trilogia do Carnaval*, em 3 de julho, quando foram contabilizados 800 presentes no auditório do IAI.

No que se refere à programação de cinema da Copa da Cultura, há que se distinguir, uma vez mais, a fase realizada na HKW dos demais períodos. O festival Pós-Cinema Novo, na Casa das Culturas, não atraiu a mesma atenção dos *shows*, das grandes exposições e mesmo do festival In Transit, mas algumas das sessões foram concorridas. Na Embaixada, a exemplo da série de música de câmara, as exibições de filmes já faziam parte da programação cultural desde o início de 2005 e contavam com público cativo, embora não particularmente numeroso. Ao longo de 2006, 65 espectadores em média frequentaram as sessões de cinema da Embaixada, resultado muito significativo se levado em conta, por exemplo, o público modesto e a limitada repercussão da mostra itinerante de curta-metragens Brasil Plural, que visitou 12 cidades alemãs e demandou do governo brasileiro recursos diretos da ordem de USD 80 mil.

Infelizmente, o êxito de público obtido nos concertos nem sempre se repetiu com a série de seis exposições de artes plásticas na

Embaixada. Prejudicados pelo desconhecimento na Alemanha e pela falta de uma assessoria de comunicação social que atuasse junto à imprensa especializada, os artistas plásticos brasileiros convidados pela curadoria do MinC não alcançaram a repercussão das exposições coletivas inauguradas em maio e junho em outros espaços da capital alemã. Sintomaticamente, a única mostra inaugurada na Embaixada dentro do período próximo ou coincidente com a Copa do Mundo – e a única sobre o tema futebol –, Os Onze, foi também a mais visitada.

A mesma tendência se verificou com a programação relacionada à literatura. A série de seis encontros com escritores convidados pela curadoria do MinC, no IAI, a homenagem a Guimarães Rosa em seu cinquentenário, a Semana Nelson Rodrigues e a exposição sobre Clarice Lispector, as duas últimas no espaço cultural da Embaixada, não contaram com bom público. O desconhecimento dos autores brasileiros – vivos e mortos – na Alemanha pode ser apontado como a principal causa dessa discreta repercussão, ao lado da já tantas vezes mencionada ausência de uma assessoria de imprensa capaz de colher resultados junto aos críticos. As duas homenagens a autores consagrados no Brasil (Guimarães Rosa e Nelson Rodrigues) não conseguiram transcender o círculo formado por brasilianistas, críticos e integrantes da comunidade brasileira local. No caso da Semana Nelson Rodrigues, o lançamento prévio de uma coletânea de crônicas de futebol pela editora Suhrkamp e a realização de exibições de cinema em conjunto com as palestras não foram suficientes para atrair número expressivo de curiosos, além do público especializado.

3.2.3. Conclusão: as consequências para o público da ampliação da Copa da Cultura

O autor procurou demonstrar, ao longo do presente Capítulo, que a Copa da Cultura contou com visitação vasta e regular apenas no

decorrer das cerca de seis semanas que coincidiram com os eventos na HKW e com o Campeonato Mundial de Futebol. As exceções aqui mencionadas (a feira Popkomm, os concertos de câmara na Embaixada e no IAI, as exposições INTERCONNECTS e de Frans Post e as sempre festejadas visitas do Ministro Gilberto Gil ao longo do ano) não foram suficientes para transformar as demais etapas da programação em iguais êxitos de público. Os fatos e números aqui apresentados poderiam induzir o leitor a pelo menos duas conclusões: (a) a Copa da Cultura foi apenas parcialmente bem-sucedida, considerando a repercussão desigual; ou que (b) seus curadores e organizadores, de forma a garantir êxito de público e imprensa, poderiam ter selecionado a programação de modo a incluir na agenda apenas eventos de impacto, fossem os de "massa" ou aqueles de grande peso artístico ou midiático.

É importante observar que agentes culturais, públicos ou privados, nem sempre priorizam o aspecto quantitativo da receptividade a seus programas. Os eventos de menor apelo popular, dirigidos a um público específico, representaram, numericamente, a maior porção da programação da Copa da Cultura. Na HKW, por exemplo, o festival de teatro e *performance* In Transit incluiu 31 apresentações e sete debates e palestras; fora da esfera do festival, realizaram-se três palestras sobre cultura brasileira, um concerto de música de câmara e duas grandes exposições de arte contemporânea, Tropicália e Interventions, as quais, apesar do grande número de visitantes, dificilmente poderiam ser qualificadas como eventos "de massa". Da mesma forma, na programação de MPB, com seus 25 *shows*, apenas metade dos artistas seria composta por estrelas do cenário *pop* brasileiro ou internacional. Muitos dos músicos que se apresentaram na HKW classificar-se-iam como "alternativos" ou regionais[167].

O critério de seleção dos projetos no âmbito do Ano do Brasil na França não foi diferente: o Embaixador Ruy Amaral esclarece que a

167 Entre os exemplos de artistas pouco conhecidos do grande público, podem-se citar Vitor Ramil, Teresa Cristina, José Miguel Wisnik e os grupos Instituto, Uakti, Trio Madeira, Mestres da Guitarrada e Axial.

série de temporadas culturais estrangeiras promovidas pelo governo francês, na qual se inseriu o Brasil em 2005, previu, como regra, a combinação de três categorias de manifestações: algumas de profundo apelo popular, outras de elevado nível artístico e impacto midiático (como exposições, concertos, espetáculos de dança e mostras de cinema), a constituírem o âmago da agenda de programas; e eventos menos visíveis, mas não menos importantes, como debates acadêmicos ou mostras de interesse e alcance específico. "É na conjugação dos três que reside o poder de ressonância de um programa de temporadas culturais", afirma aquele autor[168].

As agendas de inúmeros programas de difusão e intercâmbio cultural, de menor ou maior porte, realizados no Brasil ou no exterior, são substancialmente compostas por uma combinação das três categorias de eventos mencionadas no parágrafo anterior. Trata-se, em geral, das iniciativas de maior valor artístico e cultural, que contribuem de forma mais acentuada para a consolidação de uma imagem positiva no exterior e que acabam por reforçar o relacionamento cultural mútuo, criando canais de cooperação entre governos e instituições muitas vezes infrutíferos no caso de eventos de massa[169]. Em virtude de sua natureza seletiva, de alcance popular relativamente limitado, essa classe de eventos não depende de mera realização para atrair público, formadores de opinião ou meios de comunicação: necessita de um mecanismo paralelo de ações essenciais para uma repercussão exitosa. A partir do momento em que o MinC e seus parceiros brasileiros e alemães decidiram incluir tais eventos na programação – e em número significativo –, teria sido imperativo tratá-los com redobrada atenção. Ao contrário do que muitas vezes se insinua, a experiência alemã demonstrou que a presença do Brasil em

168 AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit., p. 15.

169 A Copa da Cultura não monopolizou a presença cultural do Brasil durante a Copa do Mundo na Alemanha: as apresentações de Ivete Sangalo e Daniela Mercury, entre outros artistas, levadas por produtoras locais e brasileiras, atraíram pequenas multidões, mas não estabeleceram, pela sua natureza ligada ao *show business*, canais duradouros de contatos entre agentes culturais, como aqueles criados no âmbito da feira Popkomm, ou entre o governo brasileiro e respeitadas instituições alemãs, como a HKW, o Instituto Goethe ou a Akademie der Künste de Berlim.

uma sede de Copa do Mundo desperta interesse e atenção automáticos para o País como entidade abstrata. Aspectos específicos fora da esfera do futebol, como a cultura, devem ser objeto de ações específicas de promoção, capazes de explorar as promissoras oportunidades que se abrem.

Público e imprensa são fatores complementares e normalmente indissociáveis: como se viu, os momentos de grande intensidade na cobertura pelos meios de comunicação coincidiram com maior presença de público. Alguns eventos de natureza muito específica, como os concertos de câmara na Embaixada, atraíram audiências cativas ou limitadas pela capacidade física do espaço. Em geral, contudo, a negligência por parte da imprensa condenou uma porção significativa dos eventos nas etapas extra-HKW e extraperíodo da Copa do Mundo a um lamentável esquecimento, muitas vezes injusto face à qualidade artística e aos recursos investidos. A ausência de uma estratégia de comunicação social condizente com a necessidade de divulgação desse tipo de programação foi repetidamente identificada no presente Capítulo; o problema, no entanto, não se esgota aqui. Também se afirmou neste livro que a Copa da Cultura havia sido concebida em forte associação com a Copa do Mundo: a intenção, durante a gestação da ideia, em 2004, foi aproveitar a janela de visibilidade oferecida pelo Campeonato Mundial da Alemanha e explorar a forte presença do futebol na cultura e sociedade brasileiras. O discurso inicial do Ministro da Cultura e de sua equipe concentrou-se na importância do futebol "como fenômeno cultural, de um lado, e como objeto de diversas expressões artísticas, de outro", para "agregar à Copa de 2006 uma programação cultural relacionada ao futebol"[170]. Pouco depois, a Copa da Cultura fundiu-se com o projeto Brasil 2006 da HKW para se transformar em um programa mais extenso, do ponto de vista do alcance, do tema e da extensão temporal e geográfica.

170 Artigo "A Copa da Cultura no futebol", publicado no jornal *O Globo* em 5 de setembro de 2004. O texto integral encontra-se disponível no Anexo A.

A ampliação do projeto original no tempo eliminou um vínculo significativo da Copa da Cultura com a principal circunstância à qual esteve atrelada no momento de sua concepção – a começar pelo próprio nome. A solução para essa dificuldade teria sido uma atuação mais eficaz junto aos meios de comunicação e formadores de opinião.

A ampliação *temática* gerou uma consequência negativa de outra natureza: a seleção, algo indiscriminada, de alguns dos eventos oficiais esbarrou nos critérios cuidadosos utilizados pela equipe de curadores do MinC, que havia apresentado, no início do ano, uma programação louvável em termos de equilíbrio e qualidade. Com o propósito de abraçar a maior variedade possível de aspectos representativos da diversidade cultural brasileira (as iniciativas culturais *latu sensu*, segundo a política do MinC, incluíram atividades acadêmicas, festivais de gastronomia, circo, *performance*, apresentações de capoeira, projetos museológicos etc.), os organizadores da Copa da Cultura acabaram por pecar pelo oposto, ou seja, elaboraram um projeto às vezes demasiado ambicioso e desigual. Isso porque (i) inúmeros eventos, propostos por agentes culturais e instituições independentes – inclusive no âmbito do Edital –, foram absorvidos sem muito critério ou cuidado pela agenda oficial; (ii) outros eventos, mesmo alguns selecionados pelos curadores do MinC, não despertaram a atenção esperada, devido às circunstâncias específicas do período e do país; e (iii) um terceiro grupo de atividades, com elevado potencial de interesse, não recebeu o necessário apoio por parte dos organizadores e executores da Copa da Cultura.

Esses problemas, embora tenham gerado efeitos sobre a participação do público e o tratamento da imprensa, originaram-se do processo de planejamento da Copa da Cultura.

3.3. Planejamento: Copa da Cultura ou Ano do Brasil na Alemanha?

Quando está em jogo a elaboração de um programa cultural com as dimensões da Copa da Cultura, o conceito de "planejamento" acaba

por ser compreendido sob diferentes pontos de vista, estendendo-se da mera organização logística à avaliação cuidadosa de locais, períodos e conteúdo mais convenientes, à luz das circunstâncias e dos objetivos do projeto. Também pressupõe a elaboração de um plano orçamentário responsável e compatível. Muitas dessas dimensões foram tratadas de forma desigual pelos organizadores.

Na entrevista que concedeu ao autor, o ex-Ministro da Cultura Juca Ferreira apontou dois problemas em sua avaliação da Copa da Cultura: "falta de recursos financeiros" e "de organização interna para tomar certas providências com antecedência". As deficiências resultaram, como se viu, em um trabalho de divulgação insuficiente. A escassez de recursos financeiros e a incapacidade de agir com o necessário planejamento poderiam ser identificados como outros fatores a prejudicarem as intenções do MinC de transformar a Copa da Cultura em um projeto mais ambicioso do que o inicialmente concebido: de um momento para o outro, a pouco mais de um ano do início das atividades, a programação passou a prever um amplo leque de manifestações culturais, não apenas associadas ao futebol, a se realizarem não só em uma ou duas cidades alemãs, e não mais durante um ou dois meses, mas ao longo de todo o ano.

Essa transformação implicaria uma operação de planejamento e organização mais complexa, apoiada por investimentos de grande monta. O novo formato foi decidido no final de 2004, mas a indefinição sobre os recursos financeiros a serem empregados não se resolveu até o início de 2006. Antes disso, em fins de 2005, a anunciada dotação de R$ 10 milhões para o orçamento da Copa da Cultura não passou de um cálculo aproximado, gerando o conhecido impasse: em um momento em que parte significativa da programação já deveria estar idealmente confirmada, não se tinha uma ideia mais do que grosseira sobre a dimensão do orçamento disponível. Pelo menos no início, os recursos revelaram-se insuficientes para cobrir todas as despesas assumidas ou previstas pelo MinC. Pode-se dizer que a Copa da Cultura foi salva

pelos dois Termos Aditivos assinados em setembro e novembro de 2006, no valor de R$ 1,3 milhão[171].

A falta de planejamento não se limitou à comunicação social e ao orçamento: manifestou-se, também, em uma concepção e organização programática incompatíveis com os recursos humanos, materiais e financeiros à disposição. O que se chama de "concepção programática" relaciona-se, em primeiro lugar, aos já mencionados problemas causados pela associação com a Copa do Mundo, o que fez com que muitos eventos realizados após a final do torneio caíssem em uma espécie de limbo, parcialmente esquecidos pela imprensa e pelo público. Embora uma assessoria de imprensa eficiente fosse capaz de reverter esses efeitos negativos, prevalece, ainda assim, uma sensação de concepção incorreta de programa. O que pretendia o MinC ao lançar a *ideia* da Copa da Cultura? Uma vez descartada a proposta original expressa no referido artigo "A Copa da Cultura no futebol", ainda fortemente atrelada ao futebol como manifestação cultural ou fator de influência cultural, não seria exagero concluir que a associação da Copa da Cultura com o Mundial tornou-se, de um momento para outro, *oportunista*: passou a prevalecer a visão de um momento privilegiado para a divulgação do Brasil – com as vantagens materiais e imateriais daí advindas – na ocasião em que a Alemanha se convertia na *vitrine* do mundo. No entanto, conforme afirmado anteriormente, a "vitrine" durou um semestre, até o dia 9 de julho. A relevância teórico-conceitual do artigo, ainda que concentrada no futebol, não se dissipou: o esporte deveria ser encarado como símbolo da visão ampliada de cultura, da identidade nacional brasileira e da democratização das políticas culturais. Eram esses os elementos formadores da ideia da Copa da Cultura, dos quais o futebol seria mera metáfora.

Fez-se menção, anteriormente, ao conteúdo algo desigual da programação da Copa da Cultura na Alemanha – desigual do ponto

171 Ver Item 2.7.1, Capítulo 2, Parte II.

de vista da qualidade e do tratamento dado pelos organizadores. A classificação adotada aqui, no sentido de dividir o programa em três períodos distintos, de acordo com o impacto sobre a imprensa e a participação do público local, pode servir de instrumento útil para reiterar essa impressão de irregularidade: (i) uma promissora agenda de eventos no primeiro semestre, respaldada por uma cobertura de imprensa cheia de expectativas; (ii) um período de ápice coincidindo com a realização da Copa do Mundo; e (iii) um segundo semestre de eventos igualmente atraentes do ponto de vista cultural, mas negligenciados pelo público e meios de comunicação.

Tal negligência não deve ser explicada apenas pela falta de uma ação apropriada de divulgação: o que se viu, já no primeiro semestre de 2006, foi um excesso de eventos não previstos incorporados à agenda da Copa da Cultura. Verificou-se, de fato, um afã do Grupo de Trabalho e dos organizadores pela absorção do maior número possível de atividades, processo nem sempre acompanhado da devida avaliação da capacidade de execução dos proponentes ou da qualidade do que era apresentado. Os exemplos são muitos: o projeto Brasil na Copa 2006, concebido pelo produtor cultural brasileiro Paulo Fischberg, pelo ex-jogador Elias Figueroa e pelas ONGs Fútbol Masters e Football4Peace, contemplou "uma ampla gama de eventos, incluindo jogos de exibição [...], festival gastronômico, desfile de escola de samba e feira em um dos pavilhões do Munich Trade Fair Center", além de um Pavilhão Brasil de 3 mil km² em Berlim, oficialmente vinculado à Copa da Cultura em abril de 2005[172]. A proposta, no entanto, não se realizou conforme a intenção inicial e acabou esbarrando em sua extensão algo irrealista (o Pavilhão Brasil, previsto para ser instalado junto às dependências da HKW, foi rejeitado pela Diretoria da Casa; da mesma forma, a organização de partidas beneficentes de futebol e de desfile de escola de samba em Munique, durante a Copa do Mundo, confrontou-se com

172 Telegrama nº 622, de 15 abr. 2005, da Embaixada em Berlim.

uma série de impedimentos práticos) e nas expectativas parcialmente frustradas de financiamento pelo MinC.

Outro exemplo, ainda mais contundente, foi o do Germany Project Euromusic in the Cup, projeto de "realização de *shows* de bandas de carnaval de Salvador" nas cidades alemãs onde a seleção brasileira jogaria durante a Copa, apresentado pela empresa Euromusic Conciertos y Entretenimientos Internacionales e pela Associação Nacional de Empresários Afro-Brasileiros (ANCEABRA). Quando os representantes de ambas as entidades encaminharam a proposta à Embaixada do Brasil, em março de 2006, a atividade já havia sido incluída, de antemão, na programação da Copa da Cultura e contava com apoio institucional da Presidência da República e do Ministério dos Esportes[173]. Após uma série de solicitações malogradas à Embaixada, que incluíram apoio institucional para um projeto parcamente formatado e gestões junto a autoridades governamentais alemãs para a concessão de espaços públicos e patrocínios sem qualquer contrapartida como garantia, os sócios da empresa Euromusic desapareceram, deixando para trás promessas não cumpridas e prejuízos a artistas e entidades locais. Entre os atingidos estavam a cantora Daniela Mercury e a associação cultural brasileira Brazine[174].

Os episódios relatados referem-se a projetos aprovados *ad hoc* pelo MinC, não obstante a ausência de avaliação sobre aspectos básicos como sua exequibilidade ou a idoneidade de seus proponentes. Outra categoria de eventos, incluindo muitas atividades concebidas pela equipe de curadores ou aprovadas pelo Edital de janeiro de 2006, acabaram desvalorizadas pelo público e imprensa em virtude da relativa falta de critério de seleção e conhecimento das circunstâncias.

173 O assunto foi objeto dos despachos telegráficos nºs 180 e 231 (24 mar. e 11 abr. 2006) e dos telegramas nºs 576 e 584 (25 abr. e 26 abr. 2006), da Embaixada em Berlim.

174 A cantora chegou a ser convidada por Gilberto Gil para integrar o festival de música brasileira na HKW, mas preferiu assinar contrato com a Euromusic. A associação cultural Brazine, responsável pela publicação de uma revista bilíngue destinada às comunidades brasileiras na Alemanha, Áustria e Suíça, foi dissolvida em 2007, após ter sido aprovada como Ponto de Cultura pelo MinC. Os diretores da Brazine associaram-se à Euromusic antes da Copa do Mundo e alegaram prejuízos financeiros com o inesperado fim do Germany Project.

A agenda de literatura organizada na Embaixada e no IAI constituiu bom exemplo: dos seis escritores brasileiros convidados para sessões de leitura e debates no Instituto, quatro não tinham, até a ocasião, obras publicadas em alemão. Os textos apresentados por João Gilberto Noll, Luiz Antonio de Assis Brasil, Cíntia Moscovich e Claudia Roquette-Pinto foram traduzidos *ad hoc*, sem que se permitisse qualquer oportunidade para que as audiências aprofundassem seu conhecimento sobre os autores[175] (os outros foram Luiz Fernando Veríssimo e Sérgio Sant'Anna, cada um com um romance lançado na Alemanha). O público presente aos encontros literários limitou-se, assim, a alguns poucos acadêmicos e diletantes.

Outros casos revelaram falhas de planejamento e oportunidade: o Brazilian Taste Festival, por exemplo, evento de gastronomia e promoção de produtos alimentícios realizado na Embaixada e no Hotel Kempinski de Berlim, de 6 a 16 de junho (período que coincidiu com a permanência da seleção brasileira na capital alemã), não pôde contar com a presença de empresários alemães e brasileiros devido às dificuldades de deslocamento e hospedagem. O resultado foi inócuo dos pontos de vista comercial e de divulgação do Brasil[176]. A programação de música clássica na HKW, por sua vez, regrediu de um planejado concerto com a Deutsches-Symphonie Orchester Berlin (DSO), uma das mais prestigiadas orquestras alemãs[177], para um recital de câmara com obras contemporâneas brasileiras em um domingo à tarde (11 de junho), quando da abertura ao público da exposição Tropicália. Lamentavelmente, tratou-se de um dos poucos eventos na HKW a contarem com público reduzido.

Outras iniciativas, por sua vez, foram negligenciadas pelos organizadores devido à escassez de recursos disponíveis, materiais

175 Esse formato de evento tampouco resultou em estímulo para que os referidos autores viessem a ser publicados na Alemanha, apesar dos esforços da Embaixada e da agente cultural Ray Güde-Mertin, uma das mais ativas promotoras da literatura em língua portuguesa no país, falecida em 2007.

176 O projeto recebeu apoio institucional do MinC, via Edital.

177 Mencionado no Telegrama nº 756, de 10 mai. 2005, da Embaixada em Berlim, como um dos pontos altos do projeto de programação para a Copa da Cultura na HKW.

e humanos – em especial no caso de eventos de menor dimensão, aprovados no âmbito do Edital ou realizados em locais distantes dos grandes centros. Os reflexos sobre a presença de público e repercussão na imprensa foram consideráveis em muitos casos[178].

A Embaixada em Berlim foi das poucas instituições que reconheceu essa deficiência de antemão. Ao receber da curadoria do MinC, em fins de 2005, sugestão de programação, contemplando 43 eventos nas áreas de música de concerto, artes plásticas, cinema, teatro e literatura[179], o então Embaixador Luiz Felipe de Seixas Corrêa ponderou à Secretaria de Estado das Relações Exteriores sobre a necessidade de adequação da agenda às características do Posto, considerando, explicitamente, questões sensíveis como público e capacidade de divulgação:

> A realização regular de eventos culturais de grande qualidade e repercussão, nos últimos meses, revelou a necessidade de intensa mobilização, não limitada ao Setor Cultural, para [...] a divulgação dos eventos [...], apoio logístico [...] e outras providências. [...] A Embaixada tem crescentemente logrado atrair para seus eventos culturais um público significativo, tanto em termos numéricos quanto qualitativos. A realização de um volume ainda mais elevado de atividades – que passariam, em algumas ocasiões, de quatro por mês – pode até mesmo provocar a diminuição da frequência e da atenção que o público alemão nos tem até agora dedicado[180].

A preocupação do Embaixador resultou na redução de algumas das atividades sob a responsabilidade do Posto[181], mas o fato é que

178 O recital do Duo Pianístico da UFRJ, inicialmente previsto pela curadoria do MinC para integrar a série de música de câmara na Embaixada, foi transferido para a cidade de Halle, por força da data inadequada (2 de junho). A produtora BM&A ou os parceiros locais não disponibilizaram qualquer avaliação ou relatório sobre a apresentação, o que leva a crer que o concerto não alcançou repercussão digna de nota.

179 Telegrama nº 1.996, de 16 dez. 2005, da Embaixada em Berlim.

180 Telegrama nº 28, de 9 jan. 2006, da Embaixada em Berlim.

181 Além da transferência do Duo Pianístico da UFRJ para Halle, um concerto de música contemporânea foi cancelado; as seis leituras dramáticas de peças teatrais foram reduzidas a cinco e realizadas no teatro Volksbühne; os seis encontros com escritores brasileiros, por sua vez, passaram para o IAI de Berlim (telegrama nº 137, de 25 jan. 2006, da Embaixada em Berlim, e despacho telegráfico nº 69, de 30 jan. 2006, para a Embaixada em Berlim).

muitas delas não receberam o desejável apoio de divulgação ou acompanhamento direto por parte do MinC. O caso dos 43 projetos financiados no âmbito do Edital demonstrou a gravidade dessa falta de monitoramento: os relatórios elaborados pelos proponentes brasileiros e agregados aos respectivos processos de prestações de contas, que poderiam vir a ser importante fonte de dados estatísticos sobre a Copa da Cultura (estimativas de público, *clippings* de artigos veiculados pela imprensa ou avaliações críticas de toda ordem), revelaram-se em muitos casos documentos pouco fidedignos e sem utilidade. O controle do MinC sobre os resultados dos projetos foi inexistente, de modo que a *Avaliação dos resultados da Copa da Cultura*, apresentada pelo Ministério em maio de 2007, silencia sobre praticamente tudo que não tenha sido fornecido pela HKW, pela Embaixada ou por algumas poucas instituições de maior porte.

O déficit de atenção oficial poderia ter sido facilmente solucionado por intermédio da contratação de uma assessoria de imprensa e de uma produtora capazes de monitorar a realização da programação ao longo de todo o ano, nas diferentes cidades alemãs onde a Copa da Cultura esteve presente. Os altos custos decorrentes dessas contratações poderiam ser compensados pela redução no número de eventos.

A experiência da Copa da Cultura ensina que, no âmbito de projetos de grandes dimensões e de natureza estratégica como a Copa da Cultura ou o Ano do Brasil na França, promovidos pelo governo brasileiro com os objetivos de reforçar a imagem e o prestígio internacional do País e criar benefícios materiais como o estímulo à economia da cultura, a simples garantia de financiamento para os eventos – tanto aqueles aprovados por editais quanto os diretamente executados pelos agentes públicos – não isenta a previsão de outras formas de apoio. O que se viu na Alemanha em 2006 foram deficiências pontuais de planejamento que resultaram em algumas falhas de logística, divulgação e programação, com efeitos negativos sobre a memória do programa e potencial prejuízo à reputação de artistas e produtores envolvidos.

3.4. Gestão de recursos financeiros e humanos

A carência de recursos financeiros geralmente coincide com planejamento falho. Conforme já mencionado, o orçamento de cerca de R$ 10 milhões destinados pelo MinC à Copa da Cultura para 2006, anunciado em fins de 2005, foi meramente estimativo. O Ministério logrou empregar mais de R$ 2,2 milhões de seu orçamento de 2005 para a pré-produção e financiamento de atividades realizadas naquele ano e no início de 2006. Em compensação, os R$ 10 milhões iniciais foram reduzidos para cerca de R$ 8,6 milhões pelo Congresso Nacional, quando da aprovação da Lei Orçamentária; posteriormente, montante de R$ 1,3 milhão acabou incorporado ao programa, por meio de aportes complementares. A soma total de recursos gastos pelo MinC foi, portanto, de R$ 12,1 milhões e, ainda assim, revelou-se insuficiente para cobrir a totalidade de eventos previstos até o mês de dezembro. O Itamaraty e, em menor escala, outras instituições brasileiras assumiram parte das despesas[182].

Torna-se novamente útil a comparação com o Ano do Brasil na França: a primeira decisão concreta em torno do orçamento total do projeto foi tomada pelo Comitê Misto em julho de 2003, ou seja, um ano e meio antes de seu lançamento oficial. Em setembro de 2004, as primeiras parcelas foram depositadas pelos governos do Brasil e da França em um fundo criado para financiar parte da programação[183]. O Ano do Brasil foi, naturalmente, um projeto binacional realizado no âmbito das temporadas culturais estrangeiras na França, o que obrigou o governo brasileiro a cumprir um cronograma predeterminado. A Copa da Cultura foi iniciativa unilateral e envolveu, em maior ou menor grau, entidades autárquicas do lado alemão, nunca a administração pública direta.

De qualquer modo, a falta de planejamento orçamentário – seja pelas usuais dificuldades burocráticas, pelo dimensionamento

182 Para maiores detalhes sobre o orçamento da Copa da Cultura, ver Item 2.7, Capítulo 2, Parte II.

183 AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit., p. 56.

equivocado dos gastos totais ou em virtude do acréscimo precipitado de atividades na programação – foi uma realidade da Copa da Cultura e pode ser apontada como a principal causa da indisponibilidade de recursos em pelo menos duas ocasiões: durante a feira Popkomm e na série de leituras dramáticas no teatro Volksbühne. Um evento anterior, a entrevista coletiva de imprensa com o Ministro Gilberto Gil e Pelé em Leipzig, em 2005, poderia também ser agregado.

Devido à falta de documentação e relatórios específicos, muito ainda resta a ser esclarecido sobre os três episódios. Interessa, contudo, uma descrição resumida dos fatos, capaz de servir como alerta para futuros programas semelhantes a serem capitaneados pelo governo brasileiro.

Os casos da Popkomm e da Volksbühne têm em comum uma surpreendente ausência de informação disponível. O primeiro envolveu a participação do Brasil como país homenageado em uma das maiores feiras do mercado fonográfico do mundo – desde muito cedo, pelo menos já em 2004, o Ministro Gilberto Gil planejava utilizar o evento como plataforma para divulgar o imenso potencial do mercado interno brasileiro para a indústria fonográfica mundial e dar oportunidades de projeção internacional a artistas e produtoras nacionais. O pavilhão brasileiro, de 200m², inseriu-se no programa Música do Brasil, criado pela Apex em conjunto com o MinC e o SEBRAE, e levou à Alemanha cerca de 40 representantes de gravadoras, sobretudo independentes. Paralelamente, o MinC promoveu 22 apresentações de músicos brasileiros, muitos de renome internacional. Quatro dias antes da abertura da feira, providências logísticas ainda não haviam sido tomadas pelo Ministério, em uma clara indicação de falta de verbas. Os organizadores, em decorrência do atraso, resistiram a autorizar a construção do estande das gravadoras brasileiras (Música do Brasil), em impasse que se estendeu até a véspera da feira, quando um compromisso de cobrir os gastos relativos ao pavilhão foi assumido pela Apex Brasil. O estande foi montado às pressas, e a programação

brasileira cumpriu-se sem sobressaltos – apesar da divulgação mais uma vez ineficaz, o que prejudicou a repercussão do pacote de concertos[184].

A Volksbühne, por sua vez, abrigou série de leituras dramáticas de seis peças brasileiras, idealizada pela curadoria do MinC. O formato inovador do programa teatral da Copa da Cultura, realizado em um dos palcos mais tradicionais de Berlim, sob a direção do respeitado Hans Castorf, foi lamentavelmente eclipsado por problemas de falta de pagamento. A inexistência de documentação sobre o ocorrido e o silêncio da Volksbühne após o término da série não permitem arriscar um desfecho para o caso; de qualquer modo, os laços de cooperação entre o teatro e a Embaixada não parecem ter sido abalados de forma dramática, a julgar pelo surgimento de alguns projetos culturais conjuntos nos anos seguintes, como a leitura dramática de trechos do romance *Memorial de Aires*, de Machado de Assis, em 2009.

A entrevista coletiva de imprensa concedida por Gilberto Gil e Pelé em Leipzig, no dia 8 de dezembro de 2005, teve o propósito de divulgar a Copa da Cultura em uma oportunidade privilegiada; os resultados, conforme se afirmou anteriormente, foram discutíveis[185]. Quase nove meses depois, em fins de agosto, a Embaixada recebeu comunicações dos organizadores e da Prefeitura de Leipzig, que instavam o governo brasileiro a pagar despesas de produção assumidas pelo MinC, no valor de mais de € 6 mil. As cobranças repetiram-se em outubro, acompanhadas de ameaças de divulgação à imprensa local, após o que, aparentemente, a produtora BM&A procedeu ao pagamento[186].

184 Em 30 de agosto de 2006, 20 dias antes da abertura da Popkomm, os organizadores contataram a Embaixada, demonstrando "grande preocupação com o fato de não terem sido emitidas passagens nem confirmadas as reservas de hotel para os mais de cem artistas que se apresentarão em Berlim [...]. Informam que mensagem com esse teor já teria sido enviada diretamente ao Ministro Gilberto Gil. Em contato telefônico [com o MinC], foi possível averiguar que o tema é de conhecimento do MinC e que as providências necessárias já estariam sendo tomadas" (telegrama nº 1.227, de 31 ago. 2006, da Embaixada em Berlim). Segundo a prestação de contas final da Copa da Cultura, apresentada pela produtora BM&A em 15 de março de 2007, o total de despesas do MinC com a Popkomm correspondeu a cerca de R$ 1,101 milhão, contra estimativa de custos de aproximadamente R$ 1.262.500,00, feita em junho. A diferença foi assumida pela Apex e correspondeu à construção do estande brasileiro. Para maiores detalhes, ver Item 2.7.1, Capítulo 2, Parte II.

185 Ver Item 3.1.1, deste Capítulo.

186 Telegramas nºs 1.242 e 1.409 (5 set. e 11 out. 2006), da Embaixada em Berlim.

Há registros de três fatos de menor consequência em torno da programação no espaço cultural da Embaixada em Berlim: a indisponibilidade de recursos para cobrir o segundo concerto da série de música de câmara e a confirmação tardia da primeira exposição de artes plásticas, ainda em fevereiro, bem como a falta de pagamento dos honorários aos moderadores dos três últimos encontros com escritores brasileiros, no IAI[187].

Os problemas relatados tiveram origens distintas. A Secretaria de Políticas Culturais do MinC, encarregada da coordenação da Copa da Cultura, cobriu as despesas na Alemanha por intermédio de repasses de recursos à BM&A. A primeira transferência, formalizada em dezembro de 2005, não previa gastos com os eventos de janeiro e fevereiro na Embaixada; no entanto, a aprovação da Lei Orçamentária de 2006 e os posteriores condicionamento e distribuição de recursos pelo Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) sofreram atrasos. Isso impossibilitou o MinC de realizar qualquer destaque ao Itamaraty para o pagamento de despesas naquele período. A afortunada disponibilidade de recursos pelo DC/MRE acabou por viabilizar o segundo concerto e a exposição na Embaixada, embora com o previsível desgaste decorrente da divulgação intempestiva[188].

No que se refere aos dois casos mais graves envolvendo a Popkomm e a Volksbühne, observou-se uma clara escassez de recursos a partir do início do segundo semestre, o que acabou por afetar os dois maiores eventos daquele período e, por fim, os encontros literários.

187 O telegrama nº 155, de 27 jan. 2006, relata o seguinte: "Deverá realizar-se, nesta Embaixada, no próximo dia 2 de fevereiro, o segundo concerto da série de música de câmara da Copa da Cultura, com o clarinetista Cristiano Alves, a pianista Tamara Ujakova e o fagotista Sérgio Couto. A Embaixada foi contactada, há poucos dias, pelo Sr. Erlon Paschoal, coordenador da Copa da Cultura, [...] [que] informou que o Ministério da Cultura não teria condições de, neste momento, custear a hospedagem dos músicos, e consultou sobre a possibilidade de a Embaixada assumir essa despesa." O resultado foi o crédito à Embaixada de USD 1,5 mil, pelo DC/MRE. O telegrama nº 245 solicita, em 14 de fevereiro, confirmação para a exposição do escultor Afonso Tostes, cuja inauguração estaria prevista para o dia 28, ou seja, duas semanas depois. Já o atraso do pagamento aos moderadores foi relatado pelo telegrama nº 1.688, de 20 de dezembro, referindo-se aos encontros literários com Sérgio Sant'Anna, em 19 de setembro; Cinthia Moscovich, em 9 de outubro; e Cláudia Roquette-Pinto, em 16 de novembro.

188 O Itamaraty já havia acordado com o MinC o pagamento quase integral das despesas do primeiro concerto da série, o recital com o violoncelista Antonio Meneses e a pianista Cristina Ortiz – apenas as passagens aéreas foram assumidas pelo MinC.

Como se recorda, a produtora BM&A comunicou à Secretaria de Políticas Culturais do MinC, em fins de junho, a necessidade de um aporte adicional de R$ 1,4 milhão sobre os R$ 7,1 milhões transferidos pelo Termo de Parceria assinado em maio, em razão dos 16 novos eventos incorporados à programação e do ajuste de rubricas em relação a previsões iniciais[189]. Várias estimativas de custo foram, assim, reajustadas, para mais ou para menos. Como resultado, o MinC fez dois novos aportes à BM&A, de R$ 900 mil (em setembro) e de R$ 400 mil (em novembro) – R$ 100 mil a menos que o solicitado pela produtora. É possível que essa diferença, assim como o atraso de alguns meses nas transferências dos recursos complementares pelo Ministério, possa ter acarretado os problemas de pagamento verificados[190]. A coletiva de imprensa em Leipzig, no ano anterior, parece ter sofrido as consequências de semelhante falta de previsão orçamentária: apenas as despesas relativas à exibição do filme *Pelé eterno* (mas não a produção da entrevista) foram discriminadas no primeiro Termo de Parceria com a BM&A, firmado ainda de 2005.

Recursos insuficientes ao final do exercício, recursos indisponíveis no início, recursos não previstos – os muitos problemas de ordem financeira diagnosticados durante a Copa da Cultura compartilham de uma origem comum: a falta de adequado planejamento orçamentário. Além de constituir um dos principais entraves ao cumprimento satisfatório da programação – que, ressalte-se, foi inteiramente cumprida conforme o previsto, embora nem sempre com a repercussão esperada –, a carência de planejamento, na avaliação do então Embaixador Luiz Felipe de Seixas Corrêa, desencadeou efeitos mais profundos, potencialmente prejudiciais à imagem do Brasil na Alemanha e ao próprio diálogo político entre os dois países:

189 Carta assinada pela BM&A em 20 de junho de 2006. Ver Item 2.7, Capítulo 2, Parte II.

190 As despesas de cerca de R$ 60 mil na rubrica "teatro: leituras dramáticas", previstas em planilha de despesas elaborada pelo MinC em 2005, não constam da prestação de contas final elaborada pela BM&A em março de 2007.

> Não posso [...] deixar de registrar meu desagrado com o atraso no pagamento destas faturas, que compromete a credibilidade do Brasil nos meios locais [sobre o episódio de Leipzig].[191]

Não há sinais de que a Copa da Cultura tenha causado os temidos danos às relações bilaterais ou à imagem do Brasil na Alemanha. Ao contrário, os benefícios foram evidentes, como se tentará demonstrar a seguir. Os casos pontuais aqui identificados, com todo o seu potencial de estrago, restringiram-se ao desconforto causado junto à Prefeitura de Leipzig e algumas instituições, ainda que de grande prestígio local.

Ainda assim, a preocupação da Embaixada com o número excessivo de eventos culturais propostos pelos curadores do MinC revelou a percepção de que recursos humanos e materiais insuficientes, ou mal geridos, inviabilizaram a devida projeção de muitas das atividades previstas, em especial no interior da Alemanha, distantes dos olhos da grande mídia e do alcance dos órgãos públicos brasileiros.

3.5. Contribuição da Copa da Cultura para as relações bilaterais

3.5.1. O reconhecimento do governo alemão. Os esforços em torno de uma contrapartida no Brasil. A Kulturfest

Desde antes do lançamento oficial da Copa da Cultura, ao longo de todo o ano de 2006 e até os dias de hoje, o governo alemão manifestou regularmente seu reconhecimento e apreço pela iniciativa. Já se fez menção ao apoio da Secretária de Estado para Cultura e Comunicação Christina Weiss ao processo de absorção do projeto Brasil 2006 da HKW pela Copa da Cultura[192]; seu sucessor, Bernd Neumann, participou entusiasticamente da coletiva de imprensa de dezembro; o Ministro do Exterior, Frank-Walter Steinmeier, em sua primeira

191 Telegrama nº 1.242, de 5 set. 2006, da Embaixada em Berlim.

192 Ver Item 2.1, Capítulo 2, Parte II.

viagem de trabalho ao Brasil (4 e 5 de maio de 2006), juntou-se ao Ministro Gilberto Gil no Centro Cultural do Banco do Brasil, no Rio de Janeiro, para visitar a exposição Futebol: Desenho sobre Fundo Verde. A inclusão do evento na agenda de Steinmeier justificou-se, segundo o governo alemão, pela "proximidade do início da Copa do Mundo e, sobretudo, a iniciativa da Copa da Cultura"[193]. Em carta enviada ao Embaixador Luiz Felipe de Seixas Corrêa, em setembro de 2006, o Prefeito de Berlim, Klaus Wowereit, agradeceu ao governo brasileiro pelos "diversificados e multifacetados eventos promovidos pelo País, particularizando os realizados no âmbito da Copa da Cultura, os quais estariam enriquecendo a vida cultural de Berlim"[194]. Wowereit, um dos mais populares políticos alemães à época, já havia visitado o estande brasileiro na feira Designmai, em maio.

A Copa da Cultura foi mencionada em encontros políticos bilaterais nos anos subsequentes. O tema foi levantado, por exemplo, durante a reunião entre os Presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Horst Köhler, no contexto da Visita de Estado do mandatário alemão ao Brasil, em março de 2007.

Diante de tantas demonstrações de boa recepção pelo governo alemão, torna-se difícil explicar o motivo que levou o Auswärtiges Amt a decidir pelo adiamento da proposta, anunciada anteriormente, de uma contrapartida na forma de um Ano da Alemanha no Brasil, em 2007. O Instituto Goethe, que assumiria a execução do projeto, acabou transferindo para sua filial em Santiago o orçamento previsto para o Brasil, conforme admitido pelo Diretor do Instituto em São Paulo ao Embaixador Seixas Corrêa:

> O Dr. [Wolfgang] Bader mostrou-se decepcionado com a decisão do Governo alemão de não atender à sua proposta de orçamento para as atividades do Instituto em 2007, julgada excessivamente elevada

193 Telegrama nº 558, de 19 abr. 2006, da Embaixada em Berlim.

194 Telegrama nº 1.271, de 11 set. 2006, da Embaixada em Berlim.

> pelo Auswärtiges Amt (AA), que ofereceu patamar de recursos bem aquém do que julgava adequado, no que teria sido corroborado pela Embaixada alemã em Brasília. Com o impasse, o AA decidiu destinar ao Chile (Embaixada e Instituto Goethe) a quantia antes pensada para o Brasil (no decorrer do ano, seriam organizadas 7 semanas de eventos culturais alemães). Devo acrescentar que o Diretor do Goethe-SP entregou [...] cópia de carta que o Ministro da Cultura Gilberto Gil dirigiu ao Ministro do Exterior Frank-Walter Steinmeier, mencionando sua expectativa quanto à realização de 'semanas culturais' alemãs no Brasil em 2007. Na carta, o Ministro Gil salienta a contribuição financeira disponibilizada pelo Governo brasileiro ao Instituto Goethe, para o programa cultural bilateral, no montante de trezentos mil euros e solicita uma contrapartida alemã[195].

Se, por um lado, o esperado apoio financeiro direto do governo alemão à Copa da Cultura – fosse por meio do AA ou da Secretaria de Estado para Cultura e Comunicação – não se concretizou, limitando-se à participação tímida do Instituto Goethe (complementada, além disso, pelos mais de R$ 750 mil repassados pelo MinC à instituição), por outro, a decisão das autoridades alemãs de direcionar ao Chile os recursos destinados a programas alemães no Brasil em 2007 poderia encontrar justificativa, ao menos parcial, nos cortes orçamentários impostos naquele ano. Diplomatas alemães consultados informalmente pelo autor confirmaram essa versão.

A possibilidade de adiamento do ano cultural alemão no Brasil para 2008 chegou a ser cogitada em reunião mantida entre funcionários públicos dos dois países em janeiro de 2007[196]. Pouco tempo depois, contudo, o governo alemão anunciou a Kulturfest – Estação Alemã 2007-2008, um programa de manifestações culturais de vanguarda

195 Telegrama nº 1.462, de 26 out. 2006, da Embaixada em Berlim.

196 O *non-paper* de relato da reunião faz referência à intervenção de representante do AA, que destaca o "aprofundamento das relações bilaterais [...], proporcionado pela atuação do MinC em 2006, que de algum modo deve ser implementado através de intercâmbios diversos e parcerias institucionais, um dos objetivos principais da Copa da Cultura".

promovido pelo Instituto Goethe. A iniciativa foi inaugurada em outubro com duas importantes exposições, Os Trópicos e Kurt Schwitters – O Artista Merz, e complementada por uma turnê de espetáculos e pequenas mostras em 16 cidades brasileiras, de julho a outubro de 2008.

Como se afirmou anteriormente, porém, a Kulturfest não supriu as expectativas de contrapartida alimentadas pelo governo brasileiro, em virtude tanto das dimensões algo modestas quanto da estreita variedade temática dos eventos, concentrados em apresentações de música eletrônica, teatro de rua e artes plásticas contemporâneas. De acordo com o Instituto Goethe, cerca de 50 mil pessoas assistiram às 153 atrações listadas na programação oficial[197].

Representantes do governo alemão apresentaram oficialmente, em fins de 2009 e novamente em 2010, a proposta de um Ano da Alemanha no Brasil, em 2013 e 2014[198]. Um projeto dessa natureza, a realizar-se antes e possivelmente durante a Copa do Mundo do Brasil, não terá sido mera coincidência: além de corroborar o interesse de Berlim pela iniciativa em si, que ganhará uma edição no Brasil em um momento de destaque para o País no cenário internacional, representaria o reconhecimento, pelo lado alemão, do legado deixado pela Copa da Cultura no campo das relações bilaterais[199]. A opinião do Diretor do Instituto Goethe em São Paulo, Wolfgang Bader, em encontro com o Embaixador Seixas Corrêa em outubro de 2006, parece resumir a visão do governo alemão:

> O principal tema tratado foi a preocupação externada [...] com um eventual risco de declínio do patamar e qualidade do intercâmbio

197 EMBAIXADA da Alemanha em Brasília; CONSULADO-GERAL da Alemanha em São Paulo; INSTITUTO Goethe São Paulo. *Kulturfest – Estação Alemã 2007-08*: catálogo. Brasília e São Paulo, 2007.

198 "O evento englobaria, ademais de aspectos culturais, atividades empresariais, intercâmbio em temas de tecnologia, inovação e sustentabilidade e diálogo entre membros da sociedade civil dos dois países." (Despacho telegráfico nª 918, de 3 dez. 2010, para a Embaixada em Berlim.)

199 Não é desprezível o fato de que a iniciativa privada alemã deposita grande interesse nos investimentos em infraestrutura e energia no Brasil, em especial em projetos de melhoria da malha de transportes e eficiência energética para a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. O aumento da presença cultural alemã representaria um valioso complemento à tradicional agenda econômica que impulsiona as relações bilaterais.

> cultural teuto-brasileiro alcançado com a Copa da Cultura. Em sua opinião, os resultados em termos de divulgação cultural do Brasil e da Alemanha em 2006 deveriam ter continuidade por meio de iniciativas e projetos com efeitos de longo prazo. O Dr. Bader defende que se procure melhor articular as políticas de divulgação dos dois governos, com o aporte da iniciativa privada, em todas as áreas da manifestação artística[200].

3.5.2. A Copa da Cultura no contexto mais amplo do relacionamento bilateral

A preocupação do diretor do Instituto em São Paulo justificou-se plenamente. A Copa da Cultura, apesar dos problemas, foi o projeto cultural de maior envergadura já empreendido pelo Brasil na Alemanha, e o governo brasileiro manifestou semelhante apreensão a respeito de um possível declínio de intensidade na cooperação bilateral. Durante encontro entre os Presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Horst Köhler, em março de 2007, o mandatário brasileiro chegou a expressar a expectativa de que, dado o investimento realizado em 2006, o diálogo na área cultural pudesse manter a intensidade já alcançada.

O declínio foi inevitável, como não poderia deixar de ser: além da natural carência de recursos que impediriam a realização anual de programas culturais com as dimensões da Copa da Cultura nos anos posteriores, o governo brasileiro aguardou a contrapartida alemã, que só se concretizaria nos moldes esperados em 2013. Segundo a avaliação do Itamaraty, no entanto, o relacionamento cultural bilateral nunca retrocedeu aos patamares anteriores a 2006[201]. A cooperação entre instituições brasileiras e alemãs intensificou-se em muitas áreas, e os recursos enviados para a Alemanha pelo DC/MRE – após

200 Telegrama nº 1.462, de 26 out. 2006, da Embaixada em Berlim.

201 Como atestam, inclusive, alguns dos diplomatas responsáveis pela área cultural da Embaixada durante e depois da Copa da Cultura.

um pequeno retrocesso em 2007 – aumentaram em proporção muito mais elevada que o orçamento integral do Departamento nos três anos posteriores à Copa da Cultura: a Embaixada e os Consulados-Gerais em Frankfurt e Munique (as três representações diplomáticas brasileiras na Alemanha) receberam, conjuntamente, USD 313.240,00 em 2005 e USD 665.197,00 em 2009, um crescimento de mais de 112%. Já os recursos orçamentários do DC avançaram cerca de 47% naquele período. A instabilidade orçamentária verificada a partir de 2010, com alguns altos e baixos, não impediu que os postos brasileiros na Alemanha fossem contemplados, em 2012, com recorde de recursos, da ordem de USD 740.710,00[202].

Nesse sentido, a Copa da Cultura representou um ponto de inflexão na história do relacionamento cultural entre os dois países: o discurso do Secretário de Estado Bernd Neumann na inauguração da exposição Neoconcretismo – O Desejo da Forma, em setembro de 2010, simbolizou de forma muito expressiva o legado deixado pelo projeto, lembrado, quase quatro anos depois, como um "presente do Brasil para o Campeonato do Mundo de futebol". Na mesma ocasião, o Secretário de Estado fez menção ao "extraordinário desenvolvimento das relações nos últimos cinco anos"[203].

Fora da esfera puramente política, também o meio acadêmico parece ter reconhecido o papel histórico da Copa da Cultura: o recente livro *Deutsch-brasilianische Kulturbeziehungen* (*Relações culturais Brasil-Alemanha*), talvez a mais elaborada e completa publicação existente sobre o tema, reúne 27 ensaios e artigos assinados por protagonistas do relacionamento nos dois países, entre acadêmicos, críticos, artistas,

202 MRE, DODC, Setor de Contabilidade. Os recursos enviados especificamente para cobrir eventos culturais em Berlim cresceram de forma ainda mais expressiva: de USD 192.308,00 em 2005 para USD 569.311,00 em 2009. Os montantes voltaram a decrescer a partir de então, mas corresponderam, em 2012, à soma nada desprezível de USD 291 mil.

203 A exposição foi realizada na prestigiosa Akademie der Künste de Berlim. Disse o Secretário Neumann, na cerimônia de abertura, em 2 de setembro (tradução livre do alemão): "A fascinante cultura contemporânea do Brasil acompanha-me, por assim dizer, desde a minha posse como Secretário de Estado para Cultura. Em 2005, assumi um dos meus primeiros compromissos com o meu então colega brasileiro Gilberto Gil. Era a apresentação da programação da Copa da Cultura na Casa das Culturas do Mundo – o presente do Brasil para o Campeonato do Mundo de futebol."

jornalistas e diplomatas. O Professor Thomas Sträter, da Universidade de Heidelberg, descreve, em seu artigo "Literatura brasileira na Alemanha", o crescimento da atenção dedicada aos eventos culturais sobre o Brasil nos últimos anos – não apenas manifestações de massa, mas também atividades acadêmicas e literárias –, "em grande extensão no âmbito da 'Copa 2006' [*sic*]"; o Professor Henry Thorau, da Universidade de Trier, exalta a emblemática cooperação nascida entre o célebre diretor de teatro Frank Castorf e instituições brasileiras, graças à Copa da Cultura – naquele ano, Castorf encenou peças brasileiras na Volksbühne de Berlim e alemãs no Brasil, a convite do Instituto Goethe. Os resultados foram também festejados pelo dramaturgo e diretor Matthias Pees. O jornalista e crítico de arte Sebastian Preuss, por sua vez, declara, em ensaio sobre a presença da arte contemporênea brasileira na Alemanha, que "como nenhum outro país, o Brasil aproveitou a Copa do Mundo de 2006 para apresentar também sua cultura. [...] Todos os aspectos [da cultura] foram cobertos, com eventos extraordinariamente concorridos". A exposição Tropicália foi apontada como "ponto alto" da programação de artes visuais. Por fim, o ex-Embaixador da Alemanha em Brasília Prot von Kunow e o Cônsul-Geral em São Paulo, Heinz-Peter Behr, citam a Copa da Cultura (e, de sua perspectiva, também a Kulturfest de 2007-8) como marco na história recente das relações culturais[204].

Brasil e Alemanha, que já desfrutavam, antes de 2006, de intensos canais de intercâmbio e forte presença recíproca em inúmeras áreas, passaram a contemplar a vertente cultural do relacionamento como prioritária. O Plano de Ação da Parceria Estratégica Brasil-Alemanha, assinado por ocasião da visita da Chanceler Federal Angela Merkel

204 STRÄTER, Thomas. "Brasilianische Literatur in Deutschland"; THORAU, Henry. "Rezeption mit Rezept: Wie brasilianisches Theater deutsches Theater animiert"; PEES, Mathias. "Versuchsfeld Unmöglichkeit: deutsch-brasilianische Theaterprojekte"; PREUSS, Sebastian. "Viel zu sehen, aber kein Boom: Zeitgenössische Kunst aus Brasilien und ihre Rezeption in Deutschland"; VON KUNOW, Prot. "Die Kultur im Rahmen der deutsch-brasilianischen Beziehungen"; e BEHR, Heinz-Peter. "Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik der Bundesrepublik Deutschland in Brasilien". In: BADER, Wolfgang (org.). *Deutsch-Brasilianische Kulturbeziehungen*: Bestandaufnahme, Herausforderungen, Perspektiven. Frankfurt am Main: Vervuert Verlag, 2010, pp. 17, 95, 160-1, 171-95, 202, 331.

ao Brasil (14 de maio de 2008), destaca inúmeros compromissos na área da cooperação cultural e educacional. O Ministro do Exterior, Guido Westerwelle, em discurso proferido no Parlamento alemão em fevereiro de 2010, referiu-se ao Brasil como o "país jovem que está se tornando potência econômica, cultural e social". Em março, em visita a São Paulo, voltou a descrever o País como "um centro cultural, político, estratégico e espiritual do globo"[205].

Embora fuja aos objetivos imediatos deste livro aprofundar-se na análise do relacionamento bilateral, não seria supérfluo mencionar que aspectos fundamentais como diálogo político, comércio e investimentos cresceram substancialmente nos últimos dez anos. O estabelecimento de uma Parceria Estratégica em 2002, a formação do G4 em 2004 e o desempenho econômico do Brasil foram fatores instrumentais para a intensificação dos canais de diálogo em todos os níveis sobre temas globais e bilaterais de interesse mútuo, como a reforma das Nações Unidas, meio ambiente, cooperação energética, investimentos em infraestrutura etc. O Presidente Luiz Inácio Lula da Silva visitou a Alemanha em três oportunidades, ao passo que o Brasil recebeu, em 2007 e 2008, o Presidente Horst Köhler e a Chanceler Angela Merkel. Os números relativos ao comércio bilateral – apesar do déficit estrutural na balança comercial a favor da Alemanha e das quedas verificadas em 2009 e 2012, em virtude da crise financeira mundial – apresentam um espetacular aumento de 190%, entre 2003 e 2011. As exportações brasileiras para a Alemanha cresceram de USD 3,1 bilhões para USD 9 bilhões naquele período, atingindo USD 7,3 bilhões em 2012. As cifras fizeram da Alemanha o quarto maior fornecedor de produtos para o Brasil e o sexto maior comprador em 2011[206]. Ao mesmo tempo, o estoque de investimentos diretos da Alemanha em 2010 (mais de USD 30 bilhões) correspondeu à sétima

205 Tradução livre. Integral do discurso disponível em: <http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Infoservice/Presse/Reden/2010/100311BM-Mercosul.html>.

206 Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

posição entre os maiores investidores estrangeiros no Brasil. Apenas em 2009, os ingressos de capital alemão só ficaram atrás de Estados Unidos, Espanha e Países Baixos. Calcula-se que as cerca de 1.200 empresas alemãs aqui instaladas sejam responsáveis por 8% a 10% do PIB nacional[207].

Seria praticamente impossível estimar a influência direta da Copa da Cultura em qualquer das dimensões do relacionamento bilateral. Não existem pesquisas a respeito do impacto do programa sobre a economia dos dois países ou demais aspectos importantes como a cooperação cultural. Além do crescimento dos recursos do DC/MRE para a Alemanha, sabe-se de algumas das portas que a Copa da Cultura abriu nesse campo e que resultaram, entre muitas outras ações, na mencionada exposição sobre o Neoconcretismo brasileiro na Akademie der Künste de Berlim, realizada com o crucial apoio do curador da instituição, Johannes Odenthal, que em 2006 era um dos coordenadores da Copa da Cultura na HKW. A decisão do Instituto Goethe de promover a Kulturfest a partir de 2007, depois de o governo alemão ter anunciado a transferência de recursos da área cultural para o Chile naquele ano, contou com o incentivo de seu Diretor-Geral, Hans-Georg Knopp, que até 2005 chefiava a HKW.

A Copa da Cultura inseriu-se, em suma, em uma conjuntura favorável de aproximação e aprofundamento dos laços bilaterais. Isso facilitou sua execução: a disposição das instituições públicas locais, em especial a HKW, de acolher um projeto caro e ambicioso, em um ano especial para a Alemanha, dificilmente encontraria eco em um cenário político menos auspicioso. Recorde-se, por exemplo, que o então Ministro do Exterior, Frank-Walter Steinmeier, visitou o Brasil em maio de 2006 – a primeira visita oficial de um titular do AA ao País desde o início dos anos 1990 – e, em meio a uma intensa agenda de compromissos políticos, incluiu em sua programação no Rio de Janeiro evento relacionado à Copa da Cultura, na companhia de Gilberto Gil.

207 Banco Central do Brasil (Censo de Capitais Estrangeiros no País) e MRE, Divisão da Europa-I.

Da mesma forma, as quatro visitas oficiais do Ministro Gilberto Gil à Alemanha, entre 2004 e 2006, no contexto da Copa da Cultura (excluindo a turnê artística de 2006, durante a qual o Ministro-cantor se apresentou duas vezes na HKW), não foram iniciativas isoladas: refletiram e, ao mesmo tempo, contribuíram para o intenso fluxo de interlocução política que se criou (ou renovou-se) com a Alemanha a partir do início da década[208].

3.6 Benefícios para a economia da cultura

Quantificar ganhos econômicos com atividades culturais é tarefa que beira à impossibilidade. A fim de limitar o campo de pesquisa no tempo e no espaço, tome-se como exemplo o ano da Copa da Cultura na Alemanha: a execução da extensa programação cultural pelo governo brasileiro e seus parceiros alemães, ao longo daqueles 12 meses, coincidiu com o *usual business* da indústria cultural privada brasileira. O Festival Internacional de Cinema de Berlim incluiu a exibição de cinco produções nacionais (um longa-metragem, dois documentários e dois curta-metragens). Um filme de longa-metragem foi lançado em circuito comercial (o documentário *Brasileirinho*, incorporado por acaso à programação da Copa da Cultura). O Ministro Gilberto Gil e dezenas de músicos, clássicos e populares, apresentaram-se em turnês pela Alemanha. Artistas plásticos expuseram suas obras em galerias privadas. Livros de Paulo Coelho e outros autores foram publicados por editoras alemãs.

Nem todas essas iniciativas paralelas responderam à simples lógica do mercado. Em meados da década passada, a Apex Brasil lançou os Projetos Setoriais Integrados (PSIs), mecanismos de

208 A última das visitas de Gilberto Gil a Berlim naquele período, a propósito, simbolizou os esforços do governo em despertar o interesse de novos mercados para a música brasileira, por meio da participação na feira Popkomm, uma ação multidisciplinar do MinC e outros órgãos, com vistas a resultados econômicos.

promoção das exportações brasileiras em parceria com entidades representativas dos diversos setores econômicos contemplados. Do setor de Entretenimento e Serviços constam 12 PSIs[209]:

1) Arquitetura Brasileira: Promoção das Exportações de Serviços de Arquitetura;
2) Arte Contemporânea: Promoção das Artes Contemporâneas Brasileiras;
3) Brazilian TV Producers: Promoção de Exportação da Indústria Brasileira de Audiovisual;
4) Brazilian Publishers: Promoção de Exportação de Conteúdo Editorial;
5) Cinema do Brasil: Promoção de Exportação da Indústria Brasileira de Audiovisual/Cinema;
6) Design Brasileiro: Promoção de Exportações dos Serviços de Design Brasileiro;
7) Prêmio IDEA Brasil/USA
8) FilmBrazil: Promoção de Exportação de Obras Audiovisuais
9) Franchising Brasil: Divulgação, Difusão e Inserção de Franquias Brasileiras no Exterior;
10) Instrumentos Musicais: Promoção das Exportações de Instrumentos Musicais e Equipamentos de Áudio do Brasil;
11) Música do Brasil: Exportação da Música do Brasil; e
12) Projeto Comprador Fundação ABRAS: Promoção da Exportação de artigos supermercadistas.

Muitos desses Projetos Setoriais foram aplicados nos últimos anos, de forma prospectiva ou efetiva, na Alemanha. O PSI Brazilian

209 Maiores detalhes encontram-se disponíveis na página eletrônica da Apex Brasil (http://www.apexbrasil.com.br).

Publishers, por exemplo, apoia as participações do Brasil na Feira de Frankfurt, por meio da Câmara Brasileira do Livro, e cumprirá papel importante em outubro de 2013, quando o Brasil for convidado de honra do evento. Cinema do Brasil, por sua vez, possibilitou o Encontro de Produtores Brasil-Alemanha, mecanismo que já havia integrado a programação da mostra de curta-metragens Brasil Plural (incluído na agenda da Copa da Cultura). Música no Brasil havia produzido o estande brasileiro na feira Popkomm nos anos de 2004 e 2005, antes de o País ser homenageado como parceiro em 2006.

Os exemplos revelam que muitos canais de interlocução entre agentes culturais brasileiros e alemães foram estimulados pelo poder público, em programas de parceria com entidades privadas. Por um lado, os PSIs e a Copa da Cultura foram marcantes nesse processo. Por outro, também evidenciam a quase impossibilidade de mensurar os resultados econômicos da Copa da Cultura, entrelaçada com iniciativas culturais de toda ordem, muitas espontaneamente movimentadas pela indústria do entretenimento.

Valeria mencionar, por fim, um possível reflexo da Copa da Cultura sobre o turismo. Desde 2005, o número de visitantes alemães ao Brasil em viagem de lazer tem sofrido repetidas reduções, acompanhando a tendência de queda entre os principais países emissores de turistas na Europa Ocidental. No entanto, segundo pesquisa realizada pela Embratur, o único "motivo de viagem a lazer" (entre os quesitos "sol e praia", "natureza, ecoturismo ou aventura", "cultura", "esportes" e "diversão noturna") que cresceu de preferência entre os visitantes alemães ao Brasil, entre 2006 e 2007, foi a cultura (de 23,6% para 24,7%)[210].

210 No caso da Alemanha, as reduções foram de 7,0% entre 2006 e 2007, 1,5% entre 2007 e 2008, 15,2% entre 2008 e 2009. BRASIL. Ministério do Tursimo: *Estudo da demanda turística internacional 2004-2008* e *estatísticas b*ásicas de *turismo*. Ministério do Turismo, Brasília, 2010.

3.7. Reforços de imagem

O instituto Contest Census coordenou, entre maio e agosto de 1996, uma pesquisa de opinião intitulada *The Image of Brazil in Germany*. Os resultados, mais tarde divulgados pela empresa de publicidade alemã Media Consulta, foram assim resumidos:

> According to the findings of the survey, the image of Brazil in Germany is highly positive, on the whole. However, it is particularly influenced by concepts such as hospitable people, Carnival, Rio de Janeiro, Copacabana, football etc. [...] Questions to the Germans regarding political, social, economic or environmental policy issues in Brazil generally meet with either a lack of informedness or negative attitudes.

O levantamento revelou, ainda, que 61% da população alemã tinham "interesse pelo Brasil" e 17% eram "muito interessados"[211].

Trata-se da última pesquisa de grande alcance realizada na Alemanha sobre a percepção local em torno do Brasil. Serviu de base para uma campanha de reforço da imagem do País, entre 1998 e 2001, encomendada pelo Itamaraty à empresa Media Consulta Deutschland, com o apoio do PNUD[212]. Apesar dos recursos investidos no projeto e da regular injeção de informações e notícias positivas sobre o Brasil nos meios de comunicação alemães, não há registros de que a campanha tenha provocado mudanças substantivas no quadro retratado em 1996. A impressão é compartilhada por este autor e outros funcionários do serviço exterior brasileiro com experiência profissional na Alemanha: no final da primeira década do século XXI, a imagem do Brasil naquele país continua positiva, embora superficial, marcada por uma dose

211 MEDIA Consulta Deutschland GmbH. *Development of a Strategy for an Image Campaign to Enhance the Image of Brazil in Germany*: Final Report. Colônia: 1998, pp. 5-9.

212 Os objetivos da campanha incluíram a disseminação de uma imagem positiva do Brasil na Alemanha, por meio do aumento do conhecimento da população alemã em geral e da classe política e formadores de opinião em particular, sobre temas como economia, política e meio ambiente. Também focou na promoção de produtos brasileiros no mercado local e no Brasil como destino turístico.

ainda alta de críticas às desigualdades sociais, à violência e problemas econômicos e ecológicos, além de impregnada por certa "benevolência". Se a qualidade da percepção mudou relativamente pouco nos últimos anos, o interesse tampouco evoluiu: como afirmou a correspondente da *Folha de S.Paulo* na Alemanha Silvia Bittencourt, "Quem hoje em dia espera uma presença mais forte do Brasil na mídia alemã ficará desapontado". A proporção de correspondentes de jornais alemães na América Latina equivalia a menos de 6% do total em 2006, inferior ao número de jornalistas na África ou Oceania[213].

A Copa da Cultura, no entanto, pode ter contribuído para uma evolução na percepção local sobre alguns aspectos culturais relacionados ao Brasil. Os clichês em torno do "Carnaval, Rio de Janeiro, Copacabana e futebol", embora não tenham desaparecido do imaginário popular alemão, foram confrontados, ao longo de todo o período de realização do programa, com manifestações de surpresa, admiração e agradecimento pela apresentação de uma agenda de eventos rica, heterogênea e, de certa maneira, inesperada aos olhos do público. Muitas dessas reações foram descritas ao longo do presente trabalho – como no caso do artigo "Só Samba, de jeito nenhum", publicado no diário *Handelsblatt*, no qual a autora Kerstin Schneider comenta:

> O Brasil tem realmente coisas importantes para mostrar. Além de todos os clichês exóticos, lá floresceu nas últimas décadas uma viva cena artística. A Bienal de São Paulo é, depois da de Veneza, a segunda mais importante do mundo[214].

Outro exemplo poderia ser tomado do já mencionado artigo "Sem samba, por favor", publicado no diário *Die Tageszeitung* de 9 de dezembro de 2005:

213 BITTENCOURT, Silvia. "Das Bild Brasiliens in den deutschen Medien". In: BADER, Wolfgang (org.). Op. cit., p. 84.

214 Ver Item 3.1.1, do presente Capítulo. Tradução livre.

> Brasil, futebol e um pouco de cultura: pronto, a armadilha do clichê está armada. Todos ansiosos pelo samba e discoteca entre as partidas do Mundial e por percussionistas coloridos como papagaios. Poderia ser assim tão simples – mas então não precisariam ter apresentado um programa cultural brasileiro para a Copa do Mundo. Proeminentes políticos chegaram ontem à Casa das Culturas do Mundo, vindos do Brasil, e deixaram claro que, quando se trata de cultura, a coisa é um pouco mais complexa do que parece[215].

A avaliação do coordenador alemão da Copa da Cultura na HKW, Johannes Odenthal, associou a descoberta de uma cultura ainda desconhecida na Alemanha a um dos fatores de êxito da Copa da Cultura:

> É esta relação entre arte e festa, entre tradição e vanguarda, entre entretenimento e qualidade elevada que dá à cultura brasileira um carisma inconfundível. Um carisma que não evita o clichê, mas transforma-o e revigora-o incessantemente. Essa talvez seja a lição mais importante que o lado alemão pôde aprender: não ter medo da leveza, da diversão, do corpo e da dança, também no nível elevado da política e da arte. Nesse aspecto, pouco surpreende que a "Copa da Cultura" tenha alcançado tanto sucesso, mesmo sem se submeter a imposições artísticas[216].

Apesar das manifestações de "espanto" por parte da imprensa local, um programa cultural, por mais extenso e ambicioso que se proponha a ser, dificilmente conseguirá mudar a imagem de um país arraigada há séculos no imaginário de um povo estrangeiro. Nem mesmo uma custosa estratégia de promoção, executada por profissionais de *marketing* e comunicação, cumpriu satisfatoriamente esse objetivo. A Copa da Cultura contribuiu para uma mudança de percepção limitada – seus efeitos positivos sofreram natural dispersão

215 Idem. Tradução livre.

216 PASCHOAL, Erlon José; ODENTHAL, Johannes (ed.). Op. cit., p. 26.

com a falta de continuidade. Caberia ao governo brasileiro incrementar, de forma regular e permanente, sua política cultural em países com os quais mantém relações importantes, de modo a criar condições para que a transformação da imagem do Brasil extrapole reduzidos círculos culturais ou as fatias das populações locais especificamente atentas ao País.

Capítulo 4

A promoção cultural brasileira na África do Sul: da Copa da Cultura ao Expresso Brasil

4.1. Antecedentes

As primeiras menções à ideia de reeditar a Copa da Cultura surgiram em abril de 2008, quando Juca Ferreira, então Secretário-Executivo do MinC, visitou a África do Sul e manifestou a altos funcionários do governo local o "grande interesse na programação de uma 'Copa da Cultura', à semelhança daquela realizada na Copa da Alemanha, em 2006."[217]

Na entrevista que concedeu ao autor, em março de 2010, o Ministro justificou a decisão pelos "bons resultados" obtidos em 2006. A realização de um projeto amplo de difusão cultural no país africano foi também defendida pelo Embaixador do Brasil na África do Sul, José Vicente Pimentel, que apresentou argumentos semelhantes aos de Gilberto Gil, cinco anos antes, ao lançar a proposta da Copa da Cultura:

> A Copa do Mundo de Futebol de 2010 constitui oportunidade única para a difusão dos valores e da cultura brasileiros, inclusive pela

217 Telegrama nº 277, de 17 abr. 2008, da Embaixada em Pretória.

> capacidade de irradiação por toda a África. Centenas de milhões de telespectadores acompanharão o evento, além dos cerca de 450 mil turistas esperados[218].

Ainda em 2008, o Embaixador havia reiterado o interesse brasileiro pelo projeto a interlocutores sul-africanos e propôs um Brazilian Cultural Month, paralelo à Copa das Confederações, no ano seguinte – em suas palavras, uma espécie de "vestibular" para as ações brasileiras durante o Mundial[219]. A iniciativa resultou nas bem-sucedidas apresentações do Grupo AfroReggae em Joanesburgo (à qual compareceram 25 mil pessoas), em 23 de maio de 2009, e do Quarteto de Cordas Radamés Gnattali, em Pretória, em 23 de junho[220].

Os planos para uma segunda Copa da Cultura voltaram à baila durante o encontro de trabalho entre o Ministro Celso Amorim e a Ministra das Relações Internacionais e Cooperação da África do Sul, Maite Nkoana-Mashabane, à margem da IV Reunião Ministerial do Fórum IBAS[221].

Dois fatores supervenientes acabaram, no entanto, por transformar a proposta do Secretário-Executivo Juca Ferreira em um programa de natureza bastante distinta daquela que inspirou o modelo de 2006. Em primeiro lugar, contrariamente à Copa da Cultura na Alemanha, cuja programação não contou com qualquer orientação temática, o MinC e a Embaixada do Brasil defenderam, nos meses que antecederam o Mundial da África, a elaboração de uma agenda de eventos marcada pela forte valorização da cultura afro-brasileira. Após o êxito da apresentação do AfroReggae em 2009, o Embaixador José Vicente Pimentel sugeriu, em sua proposta de Programa de Difusão Cultural para 2010, o Grupo Olodum, a cantora Margareth Menezes, a Companhia Urbana de Dança do Rio de Janeiro e a exposição fotográfica

218 Telegrama nº 80, de 29 jan. 2010, da Embaixada em Pretória.

219 Telegrama nº 1.026, de 8 dez. 2008, da Embaixada em Pretória.

220 Telegramas nºs 460 e 597, de 26 mai. e 25 jun. 2009, respectivamente, da Embaixada em Pretória.

221 Telegramas nºs 810 e 812, ambos de 20 ago. 2009, da Embaixada em Pretória.

Quilombolas – Tradições e Cultura da Resistência como as principais atrações[222].

Os dois governos, aproveitando o momento de inédita aproximação propiciado pelo IBAS, deram início, em 2009, a uma série de ações para aprofundar a cooperação cultural bilateral. Entre as inúmeras iniciativas propostas, foram estabelecidos novos canais de diálogo entre o Ministério de Artes e Cultura e a Fundação Cultural Palmares (FCP), entidade vinculada ao MinC, em torno de temas como a promoção da herança africana no Brasil e projetos de inclusão social[223]. Graças a esse estreitamento de contatos, a FCP acabou por consolidar sua participação na elaboração de um programa cultural brasileiro para a Copa do Mundo. Mais além, a promoção diferenciada da vertente cultural afro-brasileira e uma avaliação subsequente feita pelo MinC acabaram por elevar a Fundação à posição de protagonista do projeto.

4.2. A avaliação prévia do Ministério da Cultura

Em fins de 2009 foi instituído Grupo Interministerial, integrado pelos Ministérios da Cultura, Relações Exteriores, Esporte e Turismo, além da Embratur e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, com a missão de elaborar programa cultural para a Copa do Mundo de 2010. As deliberações do Grupo, contudo, direcionaram-se à constituição da Casa do Brasil, projeto multidisciplinar a ser tratado a seguir.

A participação do MinC no Grupo foi marginal, com base no entendimento da DRI/MinC de que a Copa da Cultura na Alemanha não deveria constituir exemplo a ser fielmente seguido na África do Sul. A decisão contradisse, de certa forma, o interesse

222 Telegramas nºs 79 e 83, ambos de 29 jan. 2010, da Embaixada em Pretória.

223 Telegramas nºs 497 e 919, de 2/6 e 23 set. 2009, da Embaixada em Pretória.

antes manifestado pelo próprio Ministro da Cultura. A Direção de Relações Internacionais do MinC mudou de postura por força de dois argumentos supervenientes que acabaram por prevalecer sobre o projeto original de uma grande Copa da Cultura africana:

(i) na visão da DRI, a Copa da Cultura na Alemanha justificou-se, em grande parte, pelas dimensões do mercado local, capaz de oferecer oportunidades para a economia da cultura no Brasil. Exemplos significativos foram o festival Designmai e a feira Popkomm, que teriam levado benefícios para as indústrias fonográfica e de *design*. A presença cultural do Brasil contou, também, com o grande poder difusor dos meios de comunicação em um país central como a Alemanha. Economia emergente semelhante ao Brasil em muitos aspectos, a África do Sul não disporia, contudo, de mercado suficientemente interessante para uma investida cultural em escala mais ampla. O modelo de intercâmbio pensado para 2006, com a previsão de uma contrapartida alemã no Brasil, não seria o mais adequado para países africanos – neste caso, o MinC priorizaria modalidades mais específicas de cooperação cultural, por meio da troca de experiências em programas de inclusão ou de incentivo à diversidade;

(ii) não obstante a visita de Juca Ferreira à África do Sul em abril de 2008 e as manifestações subsequentes de interesse, o MinC não tomou qualquer providência prática no sentido de preparar uma eventual Copa da Cultura até o final de 2009, quando a FCP surgiu como um dos possíveis organizadores. A Secretaria de Políticas Culturais do MinC, cuja participação na idealização e execução da Copa da Cultura em 2006 foi crucial, daquela vez não apresentou projetos com a devida antecedência. No início

> de 2010, portanto, as duas únicas entidades públicas a apresentarem propostas concretas para a realização de um programa de difusão cultural para a Copa do Mundo foram a FCP e a Embaixada em Pretória.

É possível concluir que a falta de planejamento do MinC impediu, pelo menos em parte, a concretização de uma segunda Copa da Cultura. Não caberia discutir aqui se, diante desse silêncio, a iniciativa poderia eventualmente ter partido do Itamaraty; o fato é que o MinC foi o coordenador dos programas realizados na França em 2005 e na Alemanha em 2006, graças à maior disponibilidade de recursos. A Embaixada do Brasil na África do Sul, por seu turno, concentrou seus esforços em atividades paralelas: a implementação da Casa do Brasil, em conjunto com outros órgãos públicos brasileiros, e sua costumeira atribuição de apresentar as propostas dos Programas de Difusão Cultural, de Divulgação da Realidade Brasileira, de Promoção do Audiovisual Brasileiro e do Centro Cultural Brasil-África do Sul, levando em conta as circunstâncias especiais de um ano de Copa do Mundo[224].

A avaliação do DRI/MinC implicou o redimensionamento das expectativas. A FCP foi chamada, no início de 2010, para coordenar a programação cultural. Por contar com um orçamento anual insuficiente para atender a demandas externas daquele porte, recebeu recursos da ordem de R$ 3 milhões, por meio de destaque orçamentário do MinC (em parte originários do Fundo Nacional de Cultura), uma vez que o novo pacote de eventos não havia sido previsto na programação anual da Fundação. O restante das despesas foi coberto pelo BNDES e outros patrocinadores, via incentivo fiscal. O resultado – uma programação com número menor de atividades e volume muito inferior de recursos

224 Em virtude de forte contingenciamento orçamentário do DC/MRE, as propostas foram em grande parte recusadas ou adiadas. Diante disso, as atividades da Embaixada concentraram-se na Casa do Brasil em Joanesburgo, projeto a ser detalhado mais adiante no presente Capítulo.

investidos – levou ao abandono da ideia de uma nova Copa da Cultura, que acabou rebatizada de Expresso Brasil na Copa.

4.3. A programação do Expresso Brasil na Copa

A FCP enviou delegação à África do Sul em março de 2010 (três meses antes do início do Campeonato) a fim de manter contato com autoridades e representantes de entidades culturais locais. As principais atividades previstas para o período seriam a participação de artistas brasileiros no Carnaval de Soweto, em junho, e um palco itinerante, capaz de levar apresentações de música, dança e teatro para diferentes localidades do país. Em meados de maio, porém, a programação a ser apoiada pelo governo brasileiro ainda não havia sido confirmada. O relato da Embaixada retrata a mesma incerteza verificada em alguns episódios durante a preparação para a Copa da Cultura em 2006:

> [...] não está certo, ainda, a 24 dias da Copa do Mundo, quando estarão disponíveis os recursos do BNDES e de outros eventuais patrocinadores para o único grande projeto cultural brasileiro para a Copa [o palco itinerante], elaborado pela produtora Maurício Produções, com apoio da Fundação Palmares e do Ministério da Cultura, no âmbito da Lei do Mecenato. Segundo fui informado, o Ministro da Cultura, Juca Ferreira, e o Ministro do Esporte, Orlando Silva, estão se empenhando pessoalmente na resolução do problema[225].

Os projetos do palco itinerante e da participação no Carnaval de Soweto foram abandonados em seguida e substituídos por uma programação mais ampla, confirmada e divulgada poucos dias antes de sua estreia, em 25 de junho. O financiamento dos 25 eventos foi assegurado em virtude do mencionado destaque orçamentário para a

225 Telegrama nº 510, de 17 mai. 2010, da Embaixada em Pretória.

FCP e dos recursos advindos de renúncia fiscal para alguns dos projetos. Importante foi, também, o apoio dos governos locais sul-africanos, que ofereceram ao Brasil facilidades técnicas para a montagem da infraestrutura.

A elaboração da programação do Expresso Brasil na Copa pela FCP fundamentou-se, como se viu, na valorização da cultura afro-brasileira, com grande ênfase na música e dança. Sua realização ao longo de um curto período durante a Copa do Mundo (25 de junho a 7 de julho) determinou, além disso, a escolha de manifestações de grande apelo popular, capazes de disputar a atenção do público com o futebol e compensar a falta de divulgação prévia.

Música

- Banda Black Rio: 25 de junho (Soweto) e 27 de junho (Cidade do Cabo)
- Banda Moinho: 25 de junho (Durban)
- Olodum: 28 de junho (Joanesburgo) e 29 de junho (Durban)
- Bateria da Escola de Samba Portela: 2 de julho (Joanesburgo) e 3 de julho (Durban)
- Banda Samba Nagô: 6 de julho (Cidade do Cabo)
- Margareth Menezes: 6 de julho (Joanesburgo) e 7 de julho (Durban)

Dança e desfiles de rua

- Desfile de carro alegórico com o Balé Folclórico e o Grupo Africano de Percussão: 6, 10 e 11 de julho (Joanesburgo)

Cinema

Os longa-metragens *Broder* (Jeferson De, 2010), *Besouro* (João Daniel Tikhomiroff, 2009) e *Filhos de João, admirável mundo novo baiano* (Henrique Dantas, 2009) foram exibidos paralelamente em Joanesburgo, Durban e Cidade do Cabo (2 a 4 de julho), seguidos de palestras com os respectivos diretores.

Palestras e oficinas

- Oficina de carros alegóricos e adereços, oficina de dança com o Balé Folclórico: 25 de junho a 5 de julho (Joanesburgo)
- Oficina de capoeira com o Balé Folclórico: 30 de junho a 1º de julho (Cidade do Cabo), 2 a 4 de julho (Durban)
- *Histórias do Futebol*, palestra com o escritor e especialista em futebol John Mills: 7 de julho (Joanesburgo)

4.4. A Casa do Brasil

Fruto das reuniões do Grupo Interministerial formado no fim de 2009, a Casa do Brasil foi, segundo avaliação da Embaixada em Pretória, a mais bem-sucedida entre as iniciativas que marcaram a presença brasileira extracampo no Mundial da África do Sul. O centro de divulgação e assistência consular no Centro de Convenções Sandton, em Joanesburgo, funcionou de 16 de junho a 11 de julho. Tratou-se de pavilhão, montado em área ampla e com moderna estrutura física, compartilhado pelo Itamaraty, Ministérios do Turismo, Esporte e Ciência e Tecnologia (por intermédio da FINEP), Embratur e Apex Brasil, cada qual responsável por seus próprios espaços e programação. Entre as principais atrações, estavam módulos com exposições

interativas sobre o turismo nas cinco regiões, produtos de exportação brasileiros e futebol. A agenda de eventos da Casa do Brasil incluiu, por sua vez, seminários promovidos pela Apex e FINEP, lançamento de livros e de campanhas turísticas, apresentações de aspectos culturais das cidades brasileiras que receberão a Copa em 2014, *shows* da cantora Mart'nália e Banda Moinho (financiados pela Apex Brasil) e exibição de longa-metragens brasileiros sobre futebol. A projeção ao vivo dos jogos do Brasil, em grandes telões, repetiu a intenção da HKW, quatro anos antes, de atrair o público local e turistas para as atividades em andamento em suas instalações.

4.5. Eventos patrocinados por terceiras entidades

Dois eventos realizados fora do contexto dos programas da FCP e da Casa do Brasil despertaram especial interesse do público, crítica e imprensa:

- exposição Os Onze – Futebol e Arte na África (3 de junho a 30 de julho): os onze renomados artistas plásticos brasileiros que participaram da mostra homônima em Berlim[226] exibiram, em conjunto com onze artistas sul-africanos, pinturas de grandes dimensões sobre futebol, no centro cultural do Commerzbank, em Joanesburgo; e
- Festival de Cinema Futebol e Direitos Humanos Brasil-África do Sul (26 de junho a 11 de julho), no âmbito das Mostras Cinema e Direitos Humanos, coordenadas pela Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, com o apoio do Itamaraty e do governo da província de Gauteng.

226 Ver referências à exposição Os Onze no Item 3.2.1, no Capítulo 3 da Parte II, e na programação detalhada da Copa da Cultura, no Apêndice.

A programação compreendeu dez produções brasileiras (um curta e nove longa-metragens, documentários e ficção).

4.6. Avaliação crítica: as visões da Fundação Palmares e da Embaixada do Brasil

A FCP considerou insatisfatórios os resultados do Expresso Brasil. A Assessora Internacional da Fundação à época, Martha Mouterde, apontou a falta de antecedência para a elaboração e execução do programa como principal causa da avaliação negativa. Como se recorda, a FCP foi inadvertidamente incumbida de assumir a coordenação do programa, já em 2010, ao passo que a agenda de eventos só se confirmou a poucos dias do início da Copa do Mundo. As consequências, previsíveis, foram a contratação intempestiva de produtora (Maurício Pessoa Produções, com sede em Santo Amaro, na Bahia), o agendamento dos eventos em locais e horários inconvenientes, sempre no contexto das festas de rua (as *fan fests*), a quase inexistente divulgação prévia e a medíocre repercussão junto ao público e aos meios de comunicação locais[227].

A leitura dos resultados do Expresso Brasil pela Embaixada em Pretória foi semelhante: o programa teria sido prejudicado pela falta de experiência internacional dos produtores contratados, a limitada capacidade de articulação local da FCP e, sobretudo, pelos prazos limitadíssimos. A representação diplomática confirmou a pífia repercussão das manifestações.

A Embaixada, encarregada das atividades da Casa do Brasil, teve participação secundária na execução do programa da FCP, limitada ao apoio logístico e institucional às atividades – além do possível trabalho

227 O *show* do Grupo Olodum em Joanesburgo, por exemplo, foi agendado no mesmo horário da partida entre o Brasil e o Chile, em 28 de junho, e o resultado foi uma audiência de cerca de 50 pessoas. As atividades em Durban contaram com bom público porque foram realizadas na praia, apesar da limitada divulgação.

de divulgação diante da curta antecedência. Segundo a avaliação de funcionários diplomáticos do posto, os objetivos da Casa do Brasil foram amplamente cumpridos: além de prestar serviços consulares, acabou como a "a grande vedete" da presença brasileira durante a Copa, realizando eficiente trabalho de divulgação do País em inúmeras áreas. O êxito deveu-se à boa articulação e ao diálogo produtivo estabelecidos entre as entidades públicas envolvidas – uma experiência a ser repetida nas próximas edições das Copas do Mundo – e à disponibilidade de recursos, em especial da Apex e da Embratur.

Apesar dos resultados inexpressivos obtidos pelo Expresso Brasil, a FCP segue envolvida no processo de aprofundamento de canais de cooperação cultural entre os dois países[228]. Esse fato, somado ao êxito da "Casa do Brasil", contribuiu para o legado em geral positivo deixado pelos programas brasileiros realizados na África do Sul, dos quais o Expresso Brasil constituiu apenas uma pequena parte.

228 A Fundação e as autoridades municipais da Cidade do Cabo têm desenvolvido mecanismos de intercâmbio em torno do carnaval nos dois países, com troca de experiências e artistas.

PARTE III

Capítulo 1

Perspectivas em torno de futuras Copas da Cultura

1.1. As experiências recentes de dois países emergentes

Duas das três edições da Copa do Mundo anteriores a 2014 foram realizadas em países emergentes: em 2002, a Coreia do Sul compartilhou a organização da competição com o Japão; e, em 2010, coube à África do Sul receber o Campeonato. Se as vantagens que se abrem a qualquer nação-sede de uma Copa do Mundo são suficientemente claras, tanto do ponto de vista de ganhos socioeconômicos quanto nos aspectos abstratos da construção de confiança e de uma imagem positiva, as experiências de 2002 e 2010 demonstraram que países emergentes foram capazes de tirar proveito ainda maior – apesar da responsabilidade extra, nesses dois casos, da realização das primeiras Copas em seus respectivos continentes. Não será este o desafio brasileiro, mas os casos da Coreia e África do Sul atestaram as grandes oportunidades abertas e os avanços consolidados por um evento da magnitude de uma Copa do Mundo no século XXI. Desde a edição de 1950, no Brasil, as proporções do torneio e, sobretudo, sua capacidade de difusão aumentaram de forma colossal: a Copa da França foi vista, cumulativamente, por 37 bilhões de pessoas, número

que baixou para cerca de 32 bilhões em 2006 e se manteve em 2010[229]. Em 1950, a televisão ainda não entrara em cena; em 1978, os direitos de transmissão para a TV correspondiam, em valores atuais, a € 15 milhões, valor que disparou para 991 milhões em 2006[230].

1.1.1. Ganhos de imagem

Os resultados da Copa de 2002 traduziram-se em substantivos ganhos de imagem para a Coreia do Sul. Prestes a entrar no pequeno grupo dos países desenvolvidos, o país ainda era, contudo, marcado pela desconfiança em torno de sua delicada posição geopolítica e instabilidades cíclicas na economia:

> An opinion poll of foreign CEOs prior to the World Cup showed that nearly 60 percent of the respondents first held in their minds negative images of Korea such as territorial division, the Korean War, corruption, or social disorder. After the World Cup, foreigners must hold a much better image of Korea in their minds. [...] A recent opinion poll among foreign buyers indicated that 72.5 percent of them considered the image of Korea had been significantly improved just before and after the Korean team's advance to the semifinals. Sixty-six percent of them expressed their intention to increase business with Korean companies. Another survey estimated that the promotional effect of Korea's improved national branding would be worth [US]$ 6.5 billion with all the global television coverage of the World Cup in Korea[231].

229 As estimativas sobre o número de telespectadores em Copas do Mundo, fornecidas pela FIFA, foram postas em xeque por uma investigação do diário inglês *The Independent*, publicada em 1º março de 2007. Apoiado por pareceres de empresas especializadas, o jornal afirmou que as audiências de finais de Copas do Mundo seriam entre um quarto e um terço menores que as divulgadas pela entidade esportiva. As 715,1 milhões de pessoas que, segundo a FIFA, teriam assistido à final de 2006 poderiam na realidade não passar de 400 milhões. Trata-se, no entanto, de cálculo quase impossível, em virtude das audiências em locais públicos.

230 FRANCO JÚNIOR, Hilário. Op. cit., pp. 120-124.

231 SANG-JIN, Han. "*Rediscovery of Korean Dynamism*". In: COREIA do Sul. Korean Information Service, Korean Information Agency. *Korean Experience with the World Cup*. Seul, 2002, p. 58.

Contribuíram para a evolução da imagem do país fatores objetivos, como a boa capacidade de organização e a infraestrutura moderna, amparadas pelo uso de alta tecnologia, e fatores imateriais, como o entusiasmo popular motivado pelo bom desempenho da seleção coreana[232] e a exposição mundial da cultura local:

> Not only the football matches, but also cultural events proved important for the success of the World Cup. As the Office [Cultural Events Organizing Office] endeavored to show the world that Korea is a vibrant nation, rich in culture, numerous cultural events were organized before and during the World Cup period[233].

O legado da Copa do Mundo para a Coreia do Sul incluiu, também, avanços na solução de um conflito político: as relações do país com o Japão, marcadas pela rivalidade e pelo rancor, aprofundaram-se a partir da experiência inédita da sede compartilhada. O ano de 2002 foi declarado o "Ano do Intercâmbio entre os Povos da Coreia e do Japão", durante o qual o livre acesso a produtos culturais japoneses foi pela primeira vez permitido na Coreia desde 1945. Visitas bilaterais de alto nível e incremento dos fluxos de comércio e de turistas também se seguiram à realização da Copa.

A África do Sul, por sua vez, contou ainda mais com a Copa do Mundo de 2010 para transformar uma imagem nos últimos anos abalada pela criminalidade, tensões étnicas e graves problemas sociais. Alguns dias após a final, o Ministro das Finanças do país, Pravin Gordhan, declarou que o mais importante legado deixado pela competição havia sido:

> The renewed confidence in ourselves as a nation that the hosting of the tournament has brought about. [...] the tournament had

232 "*The New York Times* [...] *lavished praise on Korea for its hospitality toward foreigners and euphoric yet orderly celebrations during World Cup matches. 'The image that will linger from this World Cup is not the soccer, but the people of South Korea. As its national team kept winning, the country became united and self-confident in ways that people could not have imagined... This was soccer's version of the Velvet Revolution. No violence, no loutish behavior, just celebration that was jubilant and orderly.'*" (KEY-YOUNG, Son. "*From 'the Land of Morning Calm' to 'Dynamic Korea'*". Idem, p. 23)

233 CHEONG-WON, Kim. "KOWOC Structure and What It Has Done". Ibid., p. 49.

> undoubtedly boosted the country's standing internationally, showcasing its capabilities in delivering world-class infrastructure on time and without imposing a financial burden on the national fiscus. [...] Reporting on South Africa has been the most positive since our successful transition to democracy in 1994. Importantly, for once, South Africans were more optimistic than anyone else in the world, more confident about their abilities than anyone else in the world, and more united about the experience they were creating for both the world and themselves[234].

As notícias pós-Copa do Mundo provenientes da África do Sul demonstraram que o torneio não transforma um país: os índices de desemprego continuaram elevados, e a violência retomou as estatísticas anteriores após 30 dias de calma. Contudo, a imagem conquistada durante o Campeonato continua substancialmente positiva: as declarações de Nelson Mandela sobre a alegria, a hospitalidade e, sobretudo, o sentimento de união transmitidos para todo o mundo não podem ser ignorados. Não seria descabido associar o êxito da experiência sul-africana na superação de temores e preconceitos à eleição, pela FIFA, de outros dois países emergentes para as Copas de 2018 e 2022: Rússia e Catar[235].

1.1.2. Ganhos econômicos

Estudo realizado pelo Prof. Chang Se-moon, da Universidade de South Alabama[236], indicou que o PIB dos países-sede de Copas do Mundo, no período entre 1954 e 1998, cresceu em média de 0,85%

234 ÁFRICA do Sul. *Unpacking the World Cup Legacy*. 26 jul. 2010. Disponível em: <http://www.southafrica.info/2010/wordcupgdp-260710.htm>.

235 Sobre a decisão da FIFA, ver o artigo: BELL, Jack. South Africa's World Cup Success Was Boost for Russia and Qatar. *New York Times*, 14 dez. 2010. Disponível em: <http://goal.blogs.nytimes.com/2010/12/14/south-africas-world-cup-success-was-boost-for-russia-and-qatar/?scp=2&sq=south%20africa%20world%20cup&st=cse>.

236 Divulgado no artigo "Korean Economy after the World Cup Games". In: COREIA do Sul. Op. cit., p. 84.

a mais, no ano posterior ao da realização do torneio, do que no ano imediatamente anterior. As economias dos 11 países que organizaram as 12 Copas do período (o México sediou duas, em 1970 e 1986) avançaram em média 3,083% no ano seguinte, em contraste com os 2,233% no ano que antecedeu o do Campeonato – apenas três exceções foram registradas, nos casos do Chile (1962), da Alemanha (1974) e da Itália (1990), os quais, contudo, não sofreram com índices negativos ou substancialmente mais baixos. No caso dos países-sede que se tornaram campeões mundiais (Inglaterra em 1966, Alemanha em 1974, Argentina em 1978 e França em 1998), o crescimento do PIB foi ainda maior, alcançando uma diferença de 1,133%. Outro estudo, realizado pela LCA Consultores, indicou que a Copa do Mundo seria especialmente benéfica para a economia de países emergentes: Chile, México (em 1970) e Argentina cresceram 4,1% nos dois anos seguintes aos torneios que sediaram[237].

Embora meramente estatístico, o estudo do Prof. Chang Se-moon apresentou, entre as hipóteses que explicariam o fenômeno, o aumento no fluxo de turistas, o crescimento das exportações e os efeitos duradouros da contratação de mão de obra e investimentos realizados nos meses anteriores à Copa. Fatores como a autoconfiança e o otimismo com relação ao futuro tampouco deveriam ser desprezados.

A tendência revelada pelo estudo não se confirmou no caso da Coreia, que cresceu 4,0% em 2001, 7,2% em 2002 e 2,8% em 2003, segundo dados da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). O Instituto de Pesquisas Econômicas da Hyundai (HRI) estimou, no entanto, que o PIB coreano teria avançado cerca de um ponto percentual a mais graças à realização da Copa, o que se traduziu em um impacto de USD 14,6 bilhões na economia do país. As exportações sul-coreanas, setor que provavelmente mais gerou expectativas de crescimento em virtude da Copa, segundo a

237 Dados divulgados pela revista *Veja*, edição nº 2197, de 29 dez. 2010, p. 187.

Korea International Trade Association (KITA), experimentaram uma impressionante expansão de 16,2% em 2003 e 23,6% em 2004[238].

A África do Sul, por sua vez, teve crescimento negativo do PIB (-1,8%) em 2009, mas avançou 2,9% em 2010 e 3,1% em 2011, de acordo com o FMI. A OCDE apresentou, em meados de julho de 2010 – ou seja, poucos dias após o final da Copa do Mundo – seu *Primeiro relatório econômico sobre a África do Sul*, no qual afirma que o evento esportivo teria condições de criar "efeitos positivos" para a recuperação econômica do país, fortemente atingido pela crise econômica de 2008-9. O Secretário-Geral da organização, o mexicano Ángel Gurría, opinou na ocasião que a África do Sul, caso implementasse determinadas medidas macroeconômicas em conjunto com o impulso natural verificado pela Copa, poderia ter assegurado um crescimento de mais de 4% do PIB, em vez dos 3% então projetados para 2011[239]. De qualquer modo, a economia do país contou com um acréscimo de cerca de 0,4% diretamente relacionado aos efeitos da Copa do Mundo, apesar dos gastos da ordem de 55 bilhões de rands (ou cerca de USD 5 bilhões) com infraestrutura. O número de empregos criados durante os preparativos para o torneio foi estimado em 130 mil (20 mil apenas para a construção ou reforma dos estádios), embora a taxa de desemprego – uma das maiores do mundo – tenha aumentado entre 2009 e 2010, para voltar a reduzir-se de forma sustentada a partir de então[240].

238 Dados da Organização Mundial do Comércio (OMC). Segundo o artigo "Korean Economy After the World Cup Games", de Chang Se-moon (In: COREIA do Sul. Op. cit., pp. 80-83), "*In a recent survey of 232 major trading firms by the KITA, 138 firms, or 59.5 percent, responded that the World Cup games would increase Korea's exports through new overseas markets as well as increased orders from existing markets. Many respondents in the survey expected the amount of additional export growth attributable to the World Cup games in future years to range 5 to 10 percent.*"

239 A menção aos resultados do Relatório encontra-se na página eletrônica oficial da Copa de 2014. Disponível em: <http://www.copa2014.org.br/copadomundo2010/noticias/4661/OCDE+ESTIMULA+AFRICA+DO+SUL+A+APROVEITAR+EFEITOS+POSITIVOS+DA+COPA.html>.

240 ÁFRICA do Sul. *Counting the World Cup Benefits*. 6 jul. 2010. Disponível em: <http://www.southafrica.info/2010/benefits-020710.htm>. *Public Information Note* nº 10/132 do FMI, de 21 set. 2010.

1.2. Programas de valorização da imagem – exemplos para o Brasil

Quando governos locais transformam as vantagens imediatas e de curto prazo trazidas por uma Copa do Mundo – crescimento das taxas de ocupação, incremento nos fluxos de turistas, investimentos em infraestrutura física, visibilidade internacional e boas oportunidades de autopromoção – em políticas duradouras (conjunto que se convencionou chamar de "legado"), cria-se o círculo virtuoso capaz de converter um evento esportivo em verdadeira alavanca para o crescimento sustentável e o desenvolvimento. O caso da Coreia, em especial, comprovou que a equação admite – ou exige – fatores não estritamente econômicos: a boa impressão deixada pela capacidade de organização, os recursos técnicos e humanos empregados, a hospitalidade, o comportamento das torcidas locais dentro e fora dos estádios, as manifestações culturais e até o desempenho da seleção de futebol anfitriã transformam-se em elementos significativos para a construção da credibilidade internacional e da autoestima interna necessárias para estimular a economia.

Cultura e futebol são elementos formadores de uma imagem nacional positiva que, por sua vez, contribuirá para os tão esperados benefícios materiais. O Brasil reúne condições para ganhar ainda mais com a exposição conjunta de sua cultura e de seu futebol. Nenhuma outra nação do mundo é associada, de forma tão natural, a esse esporte e à música, por exemplo. Conforme visto no Capítulo 3 da Parte II, a pesquisa de opinião tomada como ponto de partida para a campanha de reforço de imagem do Brasil, conduzida pela empresa Media Consulta Deutschland GmbH, revelou que a maior parte do público local associava o País a conceitos esportivos, culturais e turísticos. A tríade "futebol-samba-praia", com suas variações ("carnaval", "Copacabana", "bossa nova", "alegria", "culto ao corpo" etc.), domina o imaginário mundial em torno do Brasil. Também se afirmou aqui, ainda assim, que a participação do Brasil em Copas do Mundo não

desperta automaticamente o interesse e a atenção gerais para aspectos não relacionados ao futebol, como a cultura. As oportunidades que se abrem são valiosas, mas exigem ações concretas e planejadas de difusão e divulgação.

A volta da Copa do Mundo ao Brasil, 64 anos depois, ampliará essas oportunidades, mas não eximirá o governo de lançar programas que mostrem ao mundo a realidade complexa do País, muito além das ideias preconcebidas que, se em um primeiro momento ajudam a atrair a atenção universal para a cultura brasileira, também contribuem para perpetuar pontos de vista superficiais. O fato de que os jogos de 2014 serão vistos por bilhões de pessoas, cumulativamente, e de que o "país do futebol" poderá atrair mais visitantes e espectadores que a África do Sul ou a Coreia do Sul e o Japão, países pouco associados ao esporte, não facilitará a missão dos agentes públicos de superar os clichês ligados ao "futebol-samba-praia". O relato das atividades culturais organizadas pelo governo sul-coreano em 2002 releva que muito teve de ser feito nesse sentido:

> The World Cup was possibly a once-in-a-lifetime opportunity for every community to show visitors the cultural wealth of the nation, and this was exploited to the fullest at Korean venues. In each of the 10 cities that hosted games in newly built stadiums, the diverse events and festivals organized by local governments and cultural groups gave football fans and international media front-row seats to the best in Korean culture[241].

A percepção das autoridades sul-africanas foi semelhante. Estava em jogo não apenas a imagem de um país em desenvolvimento, mas também a reputação do mais pobre e conturbado dos continentes, que organizava pela primeira vez um torneio esportivo de primeira grandeza. Enquanto a preocupação da Coreia em 2002 era projetar a

241 ANDERSON, Michael. Harmony Marks Opening Ceremony in Seoul. In: COREIA do Sul. Op. cit., pp. 99-100.

sua própria imagem de país moderno e estável – inclusive no que se referia à maneira com que manejava suas nada simples relações com os vizinhos, em especial o Japão –, uma das prioridades da África do Sul foi associar o êxito doméstico a um êxito continental. Em nota oficial de apresentação do programa African Legacy, o governo resumiu sua preocupação:

> Hosting an African World Cup means that South Africa will work with its sister countries in Africa, with FIFA, with the African Union and with Africa's regional economic communities to make the continent's first World Cup a truly African one – one from which the continent as a whole benefits[242].

O programa African Legacy foi, assim, lançado em 2007, por ocasião da Cúpula da União Africana em Addis Abeba, com o objetivo de materializar as pretensões locais de transformar a Copa do Mundo, ainda que simbolicamente, em um grande evento regional. As diretrizes do programa demonstram o quanto o país-sede levou em consideração a necessidade de melhorar sua imagem:

> (i) Support the realisation of African renaissance objectives, including programmes of the African Union such as NEPAD[243];
>
> (ii) Ensure maximum and effective African participation at the 2010 World Cup;
>
> (iii) Strenghten, develop and advance African football;
>
> (iv) Improve Africa's global image and combat Afro-pessimism[244].

O Ministério de Artes e Cultura da África do Sul implementou ações de natureza estritamente cultural durante o período da Copa do

242 Página eletrônica oficial da Copa de 2010, seção "African Legacy". Disponível em: <http://www.sa2010.gov.za/en/african-legacy>.

243 The New Partnership for Africa's Development, programa criado pela União Africana para a implementação de medidas de estímulo ao desenvolvimento sustentável no continente.

244 Ver nota 242.

Mundo, dentro e fora da esfera do programa African Legacy. Os 21 projetos independentes contemplaram os espetáculos de abertura e encerramento da Copa, festivais de teatro e música, iniciativas para o resgate do patrimônio e valores nacionais comuns e, sobretudo, atividades visando à inclusão cultural de populações carentes e rurais. Segundo fontes oficiais, estima-se que o governo central tenha investido cerca de USD 73 milhões em cultura, comunicação social e estímulo ao legado esportivo da competição[245].

Não cabe aqui avaliar resultados concretos dessa e de outras iniciativas implementadas pela África do Sul à margem da Copa de 2010, já que os efeitos duradouros de projetos como o African Legacy apenas agora começam a ser sentidos. De qualquer maneira, a prioridade estratégica dada pelos governos dos países-sede a campanhas de reforço de sua imagem permitiria concluir que:

(i) Os programas incluem, necessariamente, projetos culturais de grandes dimensões, mas não se restringem a eles; seu alcance abrange atividades de toda natureza capazes de estimular e divulgar a imagem positiva do País, incluindo aspectos tão distintos quanto desempenho esportivo, ciência e tecnologia, infraestrutura, turismo e índole do público;

(ii) Os esforços não se limitam a países emergentes como a Coreia, África do Sul ou o Brasil em 2014: a Alemanha, por exemplo, apresentou ao mundo em 2006 um competente programa cultural à margem da Copa e, ao mesmo tempo, uma das mais expressivas e abrangentes campanhas de valorização de imagem de sua história, o programa "Alemanha – País das Ideias" (*Deutschland – Land der*

245 Detalhes sobre os 21 projetos culturais encontram-se disponíveis na página oficial de informações do governo sul-africano (disponível em: <http://www.info.gov.za/speeches/2010/10060315451002.htm>); dados sobre as estimativas de investimentos podem ser consultados na seção "The Legacy of the 2010 FIFA World Cup" da página eletrônica da Copa de 2010 (disponível em: <http://www.sa2010.gov.za>).

> *Ideen*). O Reino Unido organizou o Festival Londres 2012, um ambicioso programa cultural com centenas de eventos realizado antes, durante e depois dos Jogos Olímpicos, paralelamente à campanha internacional "*Britain is Great*".

Estas generalizações poderiam ser consideradas pelo governo e comitê organizador da Copa do Mundo no Brasil, no sentido de orientar a concepção de um plano piloto de promoção da imagem do País – contemplando, inclusive, a realização de uma "Copa da Cultura doméstica".

1.3. O programa artístico e cultural da Copa do Mundo de 2006

A Alemanha foi o "primeiro país a realizar, no âmbito de um Campeonato Mundial de Futebol da FIFA, um programa artístico-cultural tão diverso e de nível tão elevado". A afirmação, constante da informação oficial à imprensa sobre a iniciativa[246], revelou a grande expectativa do governo alemão com o conjunto de 51 eventos culturais, em todos os gêneros artísticos, apresentados de meados de 2005 a agosto de 2006. A Fundação Cultural da Federação Alemã de Futebol (DFB-Kulturstiftung) foi criada, em 2003, para coordenar o programa, desde o período de inscrição e seleção dos projetos até sua execução. O diretor artístico foi o conceituado produtor austríaco André Heller.

As estatísticas divulgadas pelo *Relatório final do Governo Federal – Copa do Mundo de 2006* são impressionantes: € 31 milhões de orçamento, 45 cidades alemãs contempladas e um total de 3,5 milhões de visitantes[247]. A divulgação internacional do programa foi feita pela

246 Tradução livre.

247 GOVERNO da República Federal da Alemanha. *Fussball WM 2006*: Abschlussbericht der Bundesregierung. Berlim, 2006, pp. 26, 83-5. A estimativa sobre o público, entretanto, contabiliza as centenas de milhares de visitas ao *Fussballglobus* ("Globo do Futebol"), uma gigantesca esfera de vidro que circulou pelas 12 cidades-sede da Copa, de 2003 a 2006.

rede de Institutos Goethe e representações diplomáticas alemãs em 40 países.

As manifestações culturais organizadas pelo governo alemão constituíram bom complemento às atividades da Copa da Cultura: mais dispersas pelo país, menos numerosas e tematicamente atreladas ao futebol, confundiram-se em grande parte com o programa "Alemanha – País das Ideias", a ser descrito a seguir. Dois dos projetos contaram com participação de artistas brasileiros: o espetáculo de dança *Maracanã*, criado e interpretado pela Companhia Deborah Colker[248], e a exposição de cartazes artísticos oficiais da Copa do Mundo – um dos 14 finalistas foi a artista plástica Beatriz Milhazes.

1.4. Alemanha – País das Ideias

A campanha Deutschland – Land der Ideen foi lançada em fins de 2005, aproveitando a grande visibilidade proporcionada pela Copa do Mundo, e se estende até os dias de hoje. Concebida pelo governo alemão e pela poderosa Federação das Indústrias Alemãs (BDI), é financiada com recursos públicos e privados na base de 50% por setor, o que reflete a sua natureza híbrida e interinstitucional. O alcance do programa manifesta-se na variedade de temas e áreas de atuação: comércio, pesquisa em inovação, ciência, turismo, cultura, esporte, resgate histórico, meio ambiente e comunicação são promovidos por um conjunto de projetos-chave, alguns já concluídos, outros em andamento.

O Ministro do Interior da Alemanha, Wolfgang Schäuble, definiu com clareza e objetividade, no prefácio do livro *Germany – Land of Ideas*: A Travel Guide, as metas do programa:

> "Germany, Land of Ideas". The phrase describes how our nation, and how we, the German people, would like to be perceived by the world.

248 Dez apresentações em Hamburgo (janeiro e fevereiro de 2006) e quatro em Colônia (fevereiro de 2006).

> In this year of the FIFA World Cup 2006, our campaign is designed to present to the world a Germany that is progressive, open-minded, and full of ideas."[249]

A declaração, mais do que simples retórica, revela a lacuna existente entre a visão "do outro" e a visão que cada sociedade constrói de si mesma, condizente com seus anseios de ser percebida e julgada de forma às vezes mais positiva do que a realidade, às vezes simplesmente fiel a ele. O comunicado à imprensa divulgado logo após a cerimônia de apresentação do programa, em junho de 2005, incluiu expressões como "*polish up Germany's image*" e atribuiu à Copa do Mundo a melhor oportunidade para um lançamento de impacto, capaz de revelar ao exterior uma imagem renovada e distinta do país.

1.4.1. Os projetos-chave

Uma das mais inovadoras características do programa "Alemanha – País das Ideias" tem sido o dinamismo: a mudança contínua de muitos dos projetos-chave, com a consequente alteração dos patrocinadores, tanto entre as entidades privadas quanto no seio do governo federal, garante a alternância das áreas prioritárias e a renovação do interesse junto aos diferentes setores da sociedade alemã e à opinião pública estrangeira. Enquanto um projeto como o Walk of Ideas começou e terminou em 2006, por exemplo, 365 Marcos no País das Ideias vem acompanhando o programa desde o início. São os seguintes os principais projetos, passados e presentes:

249 GOVERNO da República Federal da Alemanha. Ministério do Interior da República Federal da Alemanha. *Germany – Land of Ideas. A Travel Guide – 365 Landmarks and Events*. Ostfildern: Dumont Reiseverlag, 2006, Prefácio.

365 Marcos no País das Ideias (365 Orte im Land der Ideen)

O principal projeto da campanha surgiu em 2006 com a proposta de identificar 365 locais, em toda a Alemanha, palcos de grandes "ideias" produzidas no país, passadas e presentes – um local por dia do ano, exibido com a devida celebração e divulgação pela imprensa. A seleção dos "marcos" é feita por um júri, encarregado de eleger os melhores candidatos de um concurso nacional, realizado anualmente. O pleito reúne uma quase ilimitada variedade de temas e lugares, representativos de uma Alemanha rica em criatividade. Os critérios de escolha dos vencedores são: (i) a orientação para o futuro, sem prejuízo da escolha de locais históricos; (ii) a originalidade e a surpresa; (iii) o caráter de utilidade social e/ou comunitária; e (iv) a revelação de aspectos únicos, novos e inesperados sobre a Alemanha.

O marco que inaugurou a primeira edição do projeto, em 1º de janeiro de 2006, foi a Ópera Estatal de Berlim, onde se realizou concerto de Ano Novo com a Orquestra da Capela Estatal de Berlim, a mais antiga da Alemanha. Encerrou-se naquele ano, em 31 de dezembro, com o Dia da Invenção no Museu das Comunicações de Berlim, que incluiu mostras especiais e palestras. O projeto destacou outros 363 locais em centenas de cidades alemãs, chamando a atenção do público e da imprensa, locais e estrangeiros, para museus e academias, universidades, parques naturais, monumentos históricos e arquitetônicos, indústrias, centros tecnológicos, pontos de irradiação de cultura, instituições esportivas, hospitais e feiras.

Antes do início de cada ano, é lançado no mercado um guia turístico, pela editora Dumont, especializada em publicações de viagens, com o cronograma e a descrição dos marcos selecionados.

Welcome to Germany

A campanha de promoção de uma "Alemanha hospitaleira" foi lançada em outubro de 2005 nas embaixadas e consulados alemães em todo o mundo, com o intuito de apresentar informações gerais e disseminar a imagem de um país pronto para receber as centenas de milhares de turistas atraídos pelo Campeonato. Uma segunda etapa do projeto incluiu, também, a recepção dos visitantes nos aeroportos, estações ferroviárias e centros urbanos em toda a Alemanha. Em 2012, o AA lançou um filme promocional intitulado *Willkommen in Deutschland – Das Land für Ihre Ideen* (*Bem-vindos à Alemanha – O País para suas Ideias*).

Walk of Ideas

Estendeu-se de março a setembro de 2006 e consistiu na instalação de seis grandes esculturas em Berlim, junto a pontos de interesse para a história da formação de ideias na capital alemã. As esculturas representaram uma "moderna chuteira de futebol", a "pedra fundamental da medicina", o "automóvel", a "prensa moderna", as "obras-primas da música" e a "teoria da relatividade". Os pontos formavam um roteiro turístico a ser percorrido a pé ou visitado virtualmente pela internet.

The Power of Ideas

O projeto de um foro de discussão sobre problemas globais realizou-se paralelamente à Cúpula dos países do G8 em Heiligendamm, de 6 a 8 de junho de 2007. Exclusivo para jornalistas acreditados no encontro, contou com a participação de 22 renomados cientistas e

economistas alemães, que apresentaram ideias e propostas sobre os principais temas da agenda da reunião dos líderes: energia sustentável, mudanças climáticas, crises financeiras, desenvolvimento do continente africano etc.

Minha Ideia para a Alemanha (Meine Idee für Deutschland)

Reuniu em um livro homônimo as propostas de 62 personalidades, alemãs e estrangeiras, em torno das questões: "Como será a Alemanha do futuro e quais ideias e ideais devem nos guiar?" Lançado em 27 de setembro de 2009, por ocasião das celebrações dos 20 anos da queda do Muro de Berlim, o livro incluiu contribuições em forma de artigos, ensaios, fotografias e desenhos.

Alemanha e China: Juntos em Movimento (Deutschland und China: Gemeinsam in Bewegung)

Seis cidades chinesas foram selecionadas para abrigar a maior campanha de divulgação da Alemanha já realizada no exterior. Tratou-se, também, da iniciativa mais cara no contexto do programa País das Ideias, lançada durante visita oficial da Chanceler Angela Merkel, em 2007, e concluída com a Exposição Mundial de 2010 em Xangai. Contou com o patrocínio do AA e de grandes empresas alemãs como BASF, DHL, Allianz e Daimler. Dividiu-se em seis etapas, todas de caráter multidisciplinar, incluindo apresentações culturais, eventos de promoção comercial e mostras de ciência e tecnologia, além de conferências sobre temas como desenvolvimento sustentável e urbanismo: Semanas Alemãs em Nanquim (setembro/outubro de 2007), Semanas Alemãs em Chongqing (maio de 2008), Alemanha e China: Juntas em Cantão (setembro a novembro de 2008), Alemanha:

Modelo para a Transformação da Infraestrutura no Noroeste Chinês em Cheniang (maio de 2009), Semanas Alemãs em Wuhan (outubro de 2009) e Expo 2010 em Xangai (1º de maio a 30 de junho de 2010)[250].

Chamou a atenção a dimensão do projeto, tanto pela duração de três anos quanto pela quantidade de eventos e recursos despendidos, públicos e privados. O programa, pela sua natureza de intercâmbio, contou também com vultoso financiamento do governo chinês. O número de visitantes foi estimado em 3,1 milhões, 1,8 milhão apenas na Expo Xangai, onde se montou o maior pavilhão de exposições já construído pela Alemanha no exterior.

Invest in Germany 2006

A Copa do Mundo constituiu oportunidade para o lançamento, em 2006, de projeto de atração de investimentos junto a alguns países industrializados, no âmbito do programa País das Ideias. A campanha foi apresentada pela modelo Claudia Schiffer e incluiu a distribuição de cartazes e anúncios em estações de metrô e veículos de comunicação de Londres, Nova York e Tóquio.

1.4.2. Relevância para o Brasil

Como se depreende da análise de seus projetos-chave, o programa "Alemanha – País das Ideias" foi concebido com um duplo objetivo: o primeiro, de efeito interno, buscou fortalecer, junto à população alemã, a autoestima e conhecimento de seu próprio país e sociedade; o segundo, a melhoria da imagem da Alemanha no exterior. A campanha deriva de uma visão ainda parcialmente negativa do

250 O programa foi interrompido durante o período de realização dos Jogos Olímpicos de Pequim, em agosto de 2008.

país, provocada pela Segunda Guerra Mundial. Frequentemente resgatado por estrangeiros e lembrado pelos alemães como motivo de permanente autocrítica, o nazismo acaba por contaminar, de um modo geral, a imagem do país moderno, defensor de ideais pacifistas e ambientalistas, receptivo a turistas e investidores que seus governos procuram, há décadas, transmitir ao exterior.

Os problemas de imagem do Brasil são de outra natureza: corrupção, pobreza, desigualdade, violência urbana, crimes ambientais e, conforme identificou o Embaixador Luiz Felipe de Seixas Corrêa no caso específico da opinião pública alemã, uma associação à superficialidade e ligeireza, sobretudo quando se trata de cultura. Apesar das diferenças – o Brasil desfruta de simpatia universal graças aos seus clichês – ambos os países sofrem com uma percepção ainda negativa sobre muitos de seus aspectos, no plano tanto interno quanto externo: o pessimismo e descrença do brasileiro com relação a sua própria nação, denunciados por Nelson Rodrigues nos anos 1950, são fenômenos cíclicos e costumam acompanhar as curvas do desempenho econômico e crises políticas[251].

Programas destinados à melhoria da imagem do Brasil deveriam, portanto, considerar dois tipos de público-alvo: o doméstico, com sua autoestima recente e imperfeita, e o estrangeiro, alimentado, como afirma o Embaixador Samuel Pinheiro Guimarães, por "percepções subjetivas", nascidas de "julgamentos de valor e estereótipos", muitas vezes com forte conteúdo político-ideológico[252].

Eventual campanha brasileira inspirada no modelo alemão do País das Ideias poderia valer-se da excepcional oportunidade de uma Copa do Mundo, estendendo-se por meses ou anos, na medida das possibilidades orçamentárias e dos resultados de suas ações.

251 Os discursos do Presidente Lula da Silva revelavam uma preocupação constante com a autoestima do brasileiro: "Está introjetado na cabeça de cada um de vocês e na cabeça da universidade, na cabeça dos governantes: ah, nós somos pobres" (encontro com o Conselho Diretor do Banco do Brasil, em 20 set. 2009). A percepção de pobreza e subdesenvolvimento equilibra-se de maneira instável com a constatação dos avanços socioeconômicos recentes.

252 GUIMARÃES NETO, Samuel Pinheiro. *O impacto das imagens dos países nas relações internacionais*. Brasília: FUNAG/IPRI, 1983, p. 16.

A renovação do programa, com a inclusão de novos projetos e a continuidade daqueles bem-sucedidos, *é* um dos fatores de seu sucesso, mas exigiria investimentos de monta do governo e da iniciativa privada – a qual, como se recorda, garante metade do financiamento do País das Ideias. Essa capacidade de planejamento e a segurança na aplicação dos recursos sob o modelo de parceria público-privada dificilmente seria viável durante longo período no Brasil, tendo em vista a instabilidade orçamentária e a débil tradição de participação empresarial em investimentos públicos em cultura – exceto quando por meio dos usuais mecanismos de renúncia fiscal.

Uma particularidade histórica, entretanto, poderia reverter esses entraves estruturais: a realização dos Jogos Olímpicos em 2016. Ao inaugurar "Alemanha – País das Ideias", o governo alemão aproveitou-se da oportunidade proporcionada pela Copa do Mundo, mas a iniciativa desvencilhou-se, mais tarde, da conexão. A continuidade do programa dependeria, como mencionado, de grande montante de recursos e de um ímpeto de continuidade que extrapolaria o próprio conceito de um projeto relacionado intimamente com o Mundial de Futebol – a solução, reitere-se, seria incluir a Copa da Cultura no contexto mais amplo de um grande programa de divulgação do Brasil, como a Alemanha conseguiu realizar em seus projetos-chave no âmbito do País das Ideias. A ponte de dois anos entre a Copa do Mundo e as Olimpíadas favoreceria a concepção de um programa de maior extensão – as condições e oportunidades são inigualáveis e não se repetirão.

Assim como o processo de formação da imagem externa de qualquer país resulta de um lento acúmulo de informações repetidas e digeridas, a transformação dessa imagem, decorrente das próprias transformações da realidade ao longo do tempo, é igualmente lenta, demandando doses regulares, eficientemente aplicadas, de novos dados capazes de neutralizar os efeitos provocados pelos antigos. As mudanças dessa imagem não se limitam, como é óbvio, aos efeitos da propaganda: a complexidade da realidade de uma nação, em um mundo

transparente e interconectado, reflete-se nas dificuldades inerentes aos esforços eficazes de autoexposição. Daí o papel de um programa de longo prazo e de caráter multidisciplinar. Uma eventual Copa da Cultura doméstica em 2014 chamaria a atenção do mundo, talvez de forma inédita, para o patrimônio cultural do Brasil e constituiria uma das vertentes decisivas da estratégia de transformação sustentada da imagem global do País – mas não a única. A experiência alemã deveu muito de seus até agora bem-sucedidos resultados à junção dos projetos de difusão cultural com campanhas de promoção e divulgação do país em outras áreas: do turismo à tecnologia, do desempenho no esporte aos produtos comerciais, da defesa de temas globais à produção científico-acadêmica.

Considerações finais

Programas de promoção cultural durante Copas do Mundo: por que realizá-los?

A poucas semanas do início da Copa do Mundo de 1962, o Embaixador do Brasil no Chile, Fernando Ramos de Alencar, foi informado pela Secretaria de Estado das Relações Exteriores, no Rio de Janeiro, sobre o projeto de realização, até meados daquele ano, de cinco exposições de artes visuais com obras de artistas brasileiros. Trata-se da primeira menção a um programa cultural de consideráveis dimensões a ser planejado e financiado pelo governo do Brasil por ocasião do torneio. A intenção do Departamento Cultural e de Informações do Itamaraty era inaugurar a mais importante delas, uma mostra de arquitetura paisagística de Roberto Burle Marx, "durante o campeonato mundial de futebol, a partir da segunda quinzena de junho"[253].

Em resposta oficial, ponderou o Embaixador:

> Tendo em vista justamente o Campeonato Mundial de Futebol, julgo inoportuna a realização da exposição paisagística Roberto Burle Marx

253 Carta-telegrama nº 56, de 8 mai. 1962, para a Embaixada em Santiago.

> na segunda quinzena de junho. Será dificílimo estabelecer os contatos necessários, uma vez que todas as atenções estarão voltadas para o referido certame[254].

A exposição acabou adiada, bem como três dos outros eventos considerados, em razão da falta de tempo hábil – a primeira comunicação à Embaixada datava de 5 de abril, menos de dois meses antes da partida inaugural, em 30 de maio – e dos argumentos apresentados pelo diplomata brasileiro. Quarenta e oito anos depois, o MinC foi forçado a uma drástica redução nos planos de executar uma reedição da Copa da Cultura na África do Sul, nos moldes da programação organizada na Alemanha, em 2006. Como se viu anteriormente, a DRI/MinC avaliou que o país africano não constituía mercado prioritário para a divulgação e exportação de bens culturais brasileiros. Além disso, não se enquadraria no modelo de intercâmbio adotado pelo MinC em grandes programas culturais[255]. Somou-se a esses fatores a necessidade de agir com antecedência, a fim de construir uma programação cultural representativa, durante um período mais longo que os 30 dias de Mundial.

A falta de planejamento – ou o planejamento tardio – pode ser identificada como problema comum às Copas de 1962 e 2010. Em ambos os casos, argumentos de princípio surgiram paralelamente como entraves à realização dos projetos: no Chile, a avaliação de que eventos culturais não teriam condições de "competir" com o futebol e, na África do Sul, o entendimento de que a Copa da Cultura não seria aplicável a todos os lugares e circunstâncias. Os Mundiais do Chile e da África são dois exemplos explícitos, mas de modo algum solitários, da existência de vozes contrárias a iniciativas como a da Copa da Cultura – afinal, o fato de que poucas edições do torneio receberam programas relevantes de difusão cultural brasileira já demonstra que, por um motivo ou outro, a ideia não se concretizou com facilidade.

254 Carta-telegrama nº 116, de 18 mai. 1962, da Embaixada em Santiago.

255 Item 4.2, Capítulo 4, Parte II.

Recorde-se que mesmo a Copa da Cultura foi criticada ao longo de todo o processo de gestação e de execução: o programa custou mais de R$ 12 milhões aos cofres públicos brasileiros, sem contar o que foi gasto pela parte alemã e iniciativa privada; o tratamento dado pela imprensa, brasileira e alemã, oscilou de uma cobertura efusiva em certos momentos à negligência; e o mesmo pode ser dito sobre a recepção do público. Problemas de gestão orçamentária e planejamento foram identificados durante a realização do programa, com reflexos sentidos nos meses seguintes ao seu término, prejudicando relações pontuais do governo brasileiro com instituições alemãs; a comunidade brasileira residente na Alemanha criticou a falta de oportunidades de participação; a programação oficial incorporou grande número de projetos sem a devida avaliação sobre sua conveniência, dando a impressão de dispersão e falta de clareza nos objetivos do programa; e, por fim, faltaram estudos conclusivos sobre ganhos para a economia da cultura e a imagem do Brasil, tanto na Alemanha quanto no mundo, já que a Copa da Cultura pretendeu chamar a atenção de todo o globo, por meio do potencial de repercussão do torneio e da cobertura de imprensa ao seu redor.

Seria possível sintetizar o conjunto de críticas da seguinte forma: a Copa da Cultura, ou outros programas semelhantes, demanda investimentos de grande monta, financeiros e humanos, que se revelariam inócuos diante de um retorno insuficiente em termos de projeção externa e realização de interesses econômicos e políticos. Em outras palavras, a iniciativa não ofereceria uma relação adequada de custo-benefício.

As duas ponderações de princípio apresentadas no Chile e na África do Sul poderiam, por sua vez, ser assim generalizadas:

(i) atividades culturais realizadas durante o torneio não despertariam o interesse local, em virtude da "competição" exercida pelo futebol. Restariam, desse modo, as

alternativas de executar a programação antes do início do Mundial ou limitá-la a eventos de grande impacto de público e mídia, capazes de contrabalançar ou complementar a atração exercida pelos jogos;

(ii) a Copa da Cultura produziria resultados apenas em determinados mercados, nos quais a repercussão nos meios de comunicação locais ganhasse efeito multiplicado e o poder econômico do país-sede fosse capaz de atender às demandas da economia da cultura.

Um terceiro argumento contrário, de caráter genérico, poderia ser aqui apresentado:

(iii) eventos ou programas de difusão cultural, mesmo os de grande impacto, beneficiam-se de repercussão limitada no tempo, perdendo-se na memória do público e dos formadores de opinião estrangeiros.

O exemplo da Copa de 1962 poderia ser retomado para ilustrar, de forma muito representativa e atual, a complexidade da discussão. Naquele mesmo ano, o Embaixador Ramos de Alencar defendeu a promoção comercial de produtos de exportação brasileiros, como o mate e o café:

> Em palestra comigo [...] foi abordada a questão da propaganda do mate no Chile, especialmente agora que se aproxima o início do Campeonato Mundial de Futebol. Creio ser desnecessário tecer comentários sobre a importância, a conveniência e a oportunidade que se nos apresenta para fazer, durante o transcurso daquele certame internacional, uma extensa campanha de propaganda desse tradicional produto brasileiro e, bem assim, de outros artigos nossos[256].

256 Cartas-telegrama nº 76, de 9 mar. 1962, da Embaixada em Santiago, e nº 42, de 9 abr. 1962, para a Embaixada em Santiago.

A promoção de ambos os produtos na ocasião esbarrou na expressa falta de interesse do governo e de entidades produtoras. O Chile estava fora da lista dos países prioritários para investimentos com o mate, em consideração a fatores previamente identificados, como "poder aquisitivo da população, interesse já demonstrado e capacidade de mercado", que redundaram em "resultados nulos ou negativos" das campanhas de propaganda efetuadas no passado naquele país[257].

As observações do Embaixador Ramos de Alencar sobre o mate, por um lado, e a exposição de Burle Marx, por outro, não seriam necessariamente contraditórias, tendo em vista a profunda diferença entre a promoção de produtos comerciais e a difusão cultural: a primeira, com o auxílio da propaganda, pode ser aplicada em qualquer momento e em qualquer lugar, inclusive dentro dos estádios de futebol. A segunda demandaria espaço específico, tempo e interesse por parte do público. No entanto, a argumentação do diplomata a favor de uma campanha do mate no Chile evidencia de forma transparente sua sensibilidade quanto às *circunstâncias particulares* de então, que não deveriam ser comparadas a experiências anteriores, por mais negativas que tenham sido. Mesmo entre as vozes opostas à realização de programas culturais como a Copa da Cultura, parece haver uma unanimidade em torno das oportunidades inigualáveis proporcionadas pelo torneio. A *forma* seria, portanto, o grande desafio de iniciativas desse tipo – em outras palavras, como transformar as oportunidades em programas eficazes e bem-sucedidos. Não custa recordar que a programação da HKW foi capaz de atrair cerca de 55 mil pessoas, em plena Copa do Mundo, para eventos de alto nível artístico e, frequentemente, pouco apelo popular. Além disso, como se viu no Capítulo 3 da Parte II, a fase de mais intensa cobertura de imprensa ocorreu entre meados de maio e 9 de julho, quando o entusiasmo pelo futebol brasileiro acabou por despertar o interesse do público e dos meios de comunicação para outros aspectos da realidade do País.

257 Carta-telegrama nº 42, de 9 abr. 1962, para a Embaixada em Santiago.

A segunda crítica, relativa à seleção de mercados e países "prioritários" como cenários para a Copa da Cultura, dependerá, em primeiro lugar, do peso a ser atribuído pelo governo brasileiro à dimensão econômica de sua política cultural no exterior. Assim como o conceito tridimensional de cultura adotado pelo MinC não se limita ao aspecto econômico (as vertentes "simbólica" e "cidadã" ocupam os demais lados do triângulo)[258], a política externa brasileira, em especial nos últimos anos, vem atribuindo à cultura importância instrumental para a projeção de espaço político e a valorização da imagem do País. Estes dois objetivos foram fundamentais para a concepção da Copa da Cultura: o projeto seria impensável se criado unicamente para satisfazer interesses econômico-comerciais, ainda que considerando a importância da economia da cultura. Não faria sentido, tampouco, buscar motivação econômica direta em iniciativas como o jogo de futebol entre as seleções brasileira e haitiana em Porto Príncipe, em agosto de 2004, ou a realização de um grande festival de MPB em Cabo Verde, por ocasião do aniversário de independência do país, patrocinado pelo Brasil[259]. O fato de Haiti e Cabo Verde constituírem exemplos de parceiros prioritários não eximiria os países-sede das Copas do Mundo de tratamento similar. Nas nove últimas edições do torneio, todos mantinham relações estreitas ou diferenciadas, sob algum ponto de vista, com o Brasil: Argentina, Espanha, México, Itália, Estados Unidos, França, Coreia do Sul, Japão, Alemanha e África do Sul.

No que se refere à África do Sul, as limitações na capacidade de irradiação da cobertura de imprensa, o baixo poder aquisitivo da população e a falta de conhecimento mútuo – barreiras locais – poderiam ser neutralizados pela própria dinâmica particular de uma Copa do Mundo, com seu incomparável poder de atração e disseminação de notícias. Tampouco deveria ser esquecido que campanhas de promoção cultural podem contar como importante fator de distensão

258 Ver Capítulo 1 da Parte I.

259 Realizado em 3 de junho de 2010.

ou de aproximação quando aplicadas em países com os quais se cultiva um processo de aprofundamento ou reavivamento das relações. É emblemático o exemplo da investida cultural brasileira empreendida na Argentina em fins dos anos 1970, um dos períodos mais tensos na história do relacionamento entre os dois países[260].

A terceira crítica parte do pressuposto de que uma política cultural se diferencia, em sua natureza, de políticas de eventos. Estas não são eficientes em termos de resultados de longo prazo, porque empregam grande volume de recursos em atividades de caráter eventual. Políticas culturais, por sua vez, embora naturalmente não possam prescindir dos eventos, distinguem-se por duas características principais: (i) são constituídas por *programas*, em lugar de sucessões irregulares de manifestações isoladas; e (ii) quando aplicadas no exterior, são complementadas ou conduzidas por outros mecanismos de inserção cultural *latu sensu* – por exemplo, por uma eficiente rede de promoção e difusão da língua e de estudos acadêmicos, como fazem muitos países europeus.

Na avaliação do autor, programas como o Ano do Brasil na França e a Copa da Cultura são parte vital das políticas culturais no exterior: eles têm capacidade de transmitir os elementos essenciais que compõem a identidade nacional, com sua enorme diversidade de matrizes. A utilização da cultura como fator de poder e como meio de transformar a imagem do País só se materializa eficientemente por meio de tais programas: eventos isolados, por maior que seja seu alcance, perdem-se no tempo; as sempre recomendáveis políticas de difusão da língua e de estudos brasileiros, por outro lado, ainda que bem aplicadas, defrontam-se com a realidade de um interesse limitado

260 Em artigo intitulado "Un Vasto Plan de Difusión Cultural", publicado em 31 de maio 1978 no diário *La Opinión*, o escritor Jorge Lafforgue comenta, a respeito do programa cultural da Embaixada do Brasil em Buenos Aires: "*Estamos ante una sabia ofensiva del Itamaraty para descalabrar las vallas de prejuicios e incomunicación que, en el terreno cultural (y otros, obviamente), se oponen a una armónica y necesaria interrelación entre las dos grandes naciones sudamericanas*" (reproduzido pelo telegrama nº 1.779, de 2 jun. 1978, da Embaixada em Buenos Aires). Já foi aqui mencionada, igualmente, a avaliação do Embaixador do Brasil em Bonn sobre os efeitos do concerto de Baden Powell em Düsseldorf, em 1974 (Parte I).

pelo português. Em outras palavras, sua implementação não será fácil nem parece próxima.

A realização de programas culturais no contexto de Campeonatos Mundiais de Futebol expõe incertezas discutidas há décadas. Para tentar esclarecê-las, duas frentes de análise foram aqui propostas: a dos problemas verificados antes, durante e depois da Copa da Cultura e dos principais argumentos levantados contra a sua realização. Trata-se, naturalmente, de exercício fadado a renovar a incerteza, já que o legado deixado é, em boa parte, imensurável. A equação é injusta: recordando o comentário do Embaixador Edgard Telles Ribeiro, os custos são quantificáveis, mas os resultados, não[261]. Seria possível, no entanto, arriscar pelo menos uma conclusão: confrontados com as vantagens alcançadas, os problemas e críticas ao programa de 2006 concentram-se, em grande medida, no "como", não no "por quê".

A última seção destas Considerações finais será dedicada a um esforço de consolidar algumas propostas para a realização de edições futuras da Copa da Cultura. Os Mundiais de 1998 e 2010 também foram cenário de tentativas, coordenadas pelo governo brasileiro, de difundir sua cultura de modo mais ou menos organizado; contudo, a forma como se implementaram, o alcance e as dimensões limitadas dos eventos, além da ausência mais flagrante de resultados concretos (em espacial no caso sul-africano) não recomendariam utilizá-las como modelo. Ainda assim, muitas das sugestões elencadas a seguir poderiam ser aplicadas em programas não relacionados a eventos esportivos.

Fontes de financiamento: prenúncio de futura polêmica?

Uma das preocupações recentes levantadas por gestores culturais, dentro e fora da esfera pública, refere-se ao uso indiscriminado de

261 RIBEIRO, Edgard Telles. Op. cit., p. 157.

recursos provenientes da renúncia fiscal para o financiamento de programas de grandes dimensões. Os dois casos do intercâmbio com a França foram emblemáticos: o Ano do Brasil custou aos cofres do MinC aproximadamente R$ 41 milhões, mais R$ 9,1 milhões provenientes de patrocínio de empresas brasileiras, sob o amparo da Lei Rouanet[262]. Os gastos totais do lado brasileiro com o Ano da França, em 2009, ultrapassaram R$ 40 milhões, dos quais R$ 31,69 milhões (R$ 4,41 milhões de empresas francesas no Brasil) originaram-se de mecanismos de mecenato[263]. Ao anunciar o Ano da Alemanha no Brasil em 2013-4, o governo alemão indicou que pretende fazer uso da renúncia fiscal como instrumento importante de financiamento de suas atividades.

A Copa da Cultura foi, sob esse aspecto, *sui generis*: o uso de patrocínios representou pequena porção das despesas totais, concentrando-se em alguns projetos aprovados pelo Edital de Divulgação e em poucos eventos adicionais incluídos na programação. Apesar disso, eventual Copa da Cultura doméstica, em 2014, poderá utilizar grande volume de recursos por meio de leis de renúncia fiscal, sejam elas federais, estaduais ou municipais – é importante considerar que o Mundial compreenderá 12 cidades-sede, em todas as regiões do País. A necessidade de corrigir distorções no uso desses mecanismos (concentração geográfica, desproporção entre eventos de massa ou de grande repercussão e eventos de menor apelo) poderá acarretar mudanças futuras, em especial a partir da possível aprovação do Projeto de Lei nº 6.722/2010, a instituir o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura (Procultura) e revogar, entre outras, a Lei Rouanet (1991).

O fato é que o uso maciço dessa modalidade de financiamento, agregado aos investimentos diretos de grande monta por parte do MinC e de outros órgãos públicos, tem provocado discussões sobre outro tipo de desequilíbrio: como lidar com o fato de que grandes projetos

262 AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit., p. 59.

263 Segundo a DRI/MinC.

de promoção cultural são altamente dispendiosos se comparados com programas domésticos de longo prazo ou com mecanismos regulares de cooperação cultural realizados com países prioritários?[264] A manutenção de leitorados brasileiros na Universidade Livre de Berlim custou USD 19,6 mil ao DC/MRE em 2009, dez vezes menos que o montante gasto apenas pelo Itamaraty na Copa da Cultura[265]. A natureza esporádica de programas de eventos justificaria o volume de tais investimentos – o governo brasileiro não teria condições de manter anualmente dez leitorados na Alemanha. De qualquer maneira, as discussões levantam a sempre polêmica questão do uso de recursos públicos em cultura, no Brasil e no exterior.

Planejamento orçamentário e o alcance do programa no tempo: quando começar e quando terminar?

Duas categorias de problemas apresentam-se no momento da concepção de um programa cultural de grandes dimensões: os desafios de ordem material (técnico-logísticos, burocráticos, orçamentários) e conceitual (em grande medida relativos à criação de uma programação). É praticamente impossível separar as duas categorias, uma vez que o orçamento e a burocracia, por exemplo, influenciam diretamente as decisões sobre a "filosofia" do projeto e o perfil de sua agenda de eventos – e vice-versa. Daí a necessidade de unir o planejamento dos recursos com a orientação sobre a extensão temporal do programa. A questão financeira está também intimamente ligada ao conteúdo da programação, a ser tratado no próximo item.

O volume orçamentário utilizado na Copa da Cultura foi, no final, suficiente para que se cumprisse a programação a contento. O MinC,

264 Os programas Livro Aberto, de incentivo à leitura por meio da instalação ou ampliação de bibliotecas, e Brasil Patrimônio Cultural, de conservação do patrimônio histórico e cultural brasileiro, custaram ao MinC, em 2009, R$ 19 milhões e R$ 22 milhões, respectivamente.

265 DC/MRE.

na qualidade de coordenador e principal investidor do programa, empenhou cerca de R$ 12 milhões e, contando com os importantes aportes da HKW e do Itamaraty (além de contribuições pontuais de outras instituições, como o Instituto Goethe e a Apex Brasil), comprovou que foi possível realizar uma sucessão de eventos ao longo de 12 meses com muito menos verba pública do que, por exemplo, os Anos do Brasil na França ou da França no Brasil. As principais falhas decorreram, assim, da imprevisibilidade e insegurança na disponibilização dos recursos: como se viu, a aprovação da Lei Orçamentária pelo Congresso é passível de atrasos (assim como o processo posterior de contingenciamento pelo MPOG), o que impossibilitou o MinC de lidar com alguns dos compromissos assumidos. Duas soluções viáveis para esse problema seriam: (i) prever os eventos inaugurais em um período mais próximo do início do Campeonato Mundial – a partir, por exemplo, de maio; ou (ii) celebrar possíveis compromissos com parceiros ao final do exercício anterior, a fim de garantir a realização de eventos nos primeiros meses do ano. Esta segunda opção teria a vantagem de aproveitar o clima de expectativa e euforia em torno de uma Copa do Mundo, que geralmente se inicia com o sorteio dos grupos (em dezembro) e é sempre muito favorável ao Brasil, como se percebeu em 2006 e 2010[266].

É também sensível a questão dos editais públicos, que desempenham papel cada vez mais importante no processo de democratização de programas culturais no Brasil e no exterior. Ao lançar o Edital de Divulgação nº 1 nos primeiros dias de janeiro de 2006, o MinC não conseguiu, em inúmeros casos, liberar recursos a tempo para os 43 projetos premiados[267]. Este foi o maior motivo

266 Ver Capítulo 3, Parte II. Em 2005, recorde-se, o MinC previu aporte de R$ 1,5 milhão, destinado a cobrir eventos isolados em dezembro e janeiro, mas não todos. O concerto inaugural da Copa da Cultura, por exemplo, foi financiado pelo Itamaraty, bem como a primeira das exposições de artes plásticas no Espaço Cultural da Embaixada em Berlim.

267 As primeiras ordens de pagamento aos proponentes, de acordo com os processos de prestação de contas, começaram a ser feitas em fins de maio, para projetos em sua maioria previstos para junho e julho. Algumas remessas chegaram aos beneficiários apenas em novembro, como no caso da cantora Célia Mara (ver programação detalhada da Copa da Cultura, no Apêndice).

de queixa dos proponentes privados: muitos foram obrigados a prorrogar as datas de seus compromissos com parceiros locais (tarefa extremamente difícil em um país como a Alemanha) ou adiantar os recursos por meios próprios. Houve pelo menos um cancelamento[268]. A fim de solucionar parcialmente o problema, o MinC tem lançado editais no ano anterior, com base nas previsões orçamentárias constantes dos Planos Plurianuais (PPAs). Apesar da previsibilidade sinalizada pelos aumentos sucessivos no orçamento do Ministério, nem sempre há garantias de que os recursos previstos nos editais sejam disponibilizados – em particular no caso de custosos programas de difusão cultural no exterior.

Caso haja recursos suficientes para estender o programa além do período de realização da Copa do Mundo (como foi o caso em 2006), o ponto mais sensível torna-se a capacidade de divulgação: apesar de encerrada em dezembro (com extensões até março de 2007), a Copa da Cultura não contou com eficiente assessoria de comunicação social que pudesse transmitir uma ideia de continuidade à imprensa ou ao público[269]. Restariam, ainda assim, dúvidas sobre o *sentido* dessa continuidade: conviria denominar "Ano do Brasil" uma Copa da Cultura com dois semestres de duração? No caso de uma edição doméstica, seria relevante mantê-la após o apito final?[270]

Em resumo, o planejamento de longo prazo – não apenas orçamentário, mas de conteúdo, capaz de antecipar providências logísticas e burocráticas para o ano fiscal anterior, acompanhadas de uma projeção realista da futura programação de eventos – parece ser a condição mais importante para o êxito de iniciativas dessa natureza.

268 O projeto da ópera infantil *Bagunça*, proposto pela diretora carioca Karen Acioly.

269 Ver Item 3.3, Capítulo 3, Parte II.

270 O programa cultural do governo alemão para a Copa de 2006, por exemplo, foi finalizado em agosto daquele ano.

Conteúdo da programação – o que mostrar, onde mostrar?

A programação da Copa da Cultura foi elaborada com grande senso de equilíbrio pela equipe de curadores. A agenda reuniu alguns poucos eventos de "massa" e muitas manifestações de menor apelo popular, respeitando, na maioria das vezes, os padrões de elevada qualidade artística e variedade temática esperados de um programa desse alcance[271].

Três tipos de equívoco foram cometidos, entretanto, transformando a programação da Copa da Cultura, em determinados momentos, em um conjunto excessivamente ambicioso e disperso de atividades: algumas das manifestações revelaram-se inconvenientes para as circunstâncias; e outras, de elevado potencial de repercussão, não receberam atenção adequada da imprensa ou monitoramento por parte dos organizadores. Muitas, além disso, acabaram incorporadas à agenda de forma pouco criteriosa, durante o andamento do programa. Esses problemas poderiam ser contornados com a adoção das seguintes medidas:

(i) a elaboração de uma programação "realista": o fato de que programas como a Copa da Cultura devem refletir a *diversidade* da produção cultural brasileira, em todos os gêneros artísticos e níveis de atratividade, não isenta o curador da tarefa de avaliar, caso a caso, as condições de recepção dos eventos: exemplos em 2006 foram as sessões de leitura com escritores brasileiros não traduzidos para o alemão no IAI de Berlim[272]. A inclusão de projetos durante a realização do programa, respondendo a todo o tipo de demandas intempestivas, deveria ser evitada ou, pelo

271 Já se discutiu, na Parte I, a dificuldade de diferenciação entre cultura popular e erudita, em especial no Brasil, onde as duas categorias podem encerrar, indistintamente, manifestações de alto nível artístico.

272 Ver Item 3.3, Capítulo 3, Parte II.

menos, conduzida de forma muito cuidadosa – obedecendo, mais do que nunca, à responsabilidade e ao bom senso dos curadores;

(ii) uma eficiente campanha de divulgação. Como se recorda, a Copa da Cultura não contou com uma assessoria de imprensa unificada: cada instituição desempenhou essa função isoladamente, com resultados desiguais[273]; e

(iii) o monitoramento e acompanhamento das atividades previstas pelos organizadores. Essa exigência demandaria recursos humanos e um trabalho ativo por parte das produtoras privadas contratadas e da assessoria de imprensa, uma vez que, no caso da Alemanha, nem o MinC nem a Embaixada dispunham de estrutura física e recursos financeiros para cumprir a função.

As ponderações anteriores permitem indicar que caminhos poderiam ser tomados quando da elaboração de uma programação realista e representativa.

O que mostrar? A agenda de eventos da Copa da Cultura cobriu praticamente todos os gêneros artísticos e uma ampla gama de manifestações culturais. A experiência foi positiva e despertou interesse do público e meios de comunicação locais tanto para festivais de teatro e dança contemporânea, concertos de música de câmara e exposições de vanguarda, quanto para *shows* de MPB. Viu-se, no Capítulo 3 da Parte II, que as programações do Ano do Brasil na França e da Copa da Cultura incluíram uma porção substancial de manifestações de alto nível artístico destinadas a um público numeroso, como grandes exposições, festivais de teatro e concertos, abrigando, ao mesmo tempo, toda a sorte de eventos menos visíveis.

273 Ver Item 3.1.2, Capítulo 3, Parte II.

A repercussão da Copa da Cultura dependeu, em grande parte, da capacidade dos organizadores de mobilizar o público e os meios de comunicação. A programação da HKW, concebida com o respaldo de uma curadoria responsável e eficiente política de comunicação, demonstrou que o critério da *seletividade* deve ser considerado com especial atenção durante as semanas de realização de uma Copa do Mundo: a Casa das Culturas organizou, nesse período, eventos de grande apelo, como os *shows* de música popular, e exposições carregadas de simbolismo em torno do Brasil, como Tropicália. Já ao longo de uma Copa do Mundo doméstica, mostras sobre futebol seriam a melhor opção. Nos dias anteriores ao torneio, por outro lado, a HKW reservou espaço para a agenda menos "popular" (festival de dança e *performance* In Transit, ciclo de palestras sobre cultura brasileira).

Restaria um comentário sobre a abordagem do futebol em sua dimensão simbólica e artística: a concepção original da Copa da Cultura, como se recorda, previa uma programação concentrada no futebol; da mesma forma, o programa cultural do governo alemão para 2006 limitou-se a manifestações relacionadas ao esporte. Impor esse tipo de restrição significa projetar uma das dimensões mais conhecidas do Brasil em detrimento da riqueza e da complexidade do universo cultural brasileiro. O clichê, resultado de uma leitura superficial e deformada – embora não necessariamente falsa – da realidade, não deve ser negado; é a realidade, contudo, que deve ser tomada como ponto de partida para a compreensão de uma sociedade, não o clichê.

Onde mostrar? A questão vem a reboque da disponibilidade orçamentária e do conteúdo da programação: o alcance territorial encerra menos dúvidas conceituais que o alcance temporal, na medida em que não se associa a certas variantes determinadas pelo advento da própria Copa do Mundo. Se o período de duração de uma Copa da Cultura é capaz de pôr em jogo o próprio sucesso do programa – viu-se, aqui, como o início da programação depende do calendário

orçamentário e como o fim da programação encontra-se de certa forma atrelado ao término dos jogos –, a escolha dos locais onde os eventos se realizarão depende da quantidade de recursos previstos e do que se deseja mostrar.

As experiências da África do Sul e de algumas Copas passadas demonstraram que, em situações de escassez de tempo e recursos, os alvos prioritários de programas de promoção e divulgação do Brasil – e não apenas cultural – devem ser as cidades-sede. No caso da Alemanha, onde houve mais recursos e tempo de preparação, as atividades dispersaram-se por 48 cidades, muitas raramente ou nunca contempladas por programas patrocinados pelo governo brasileiro. O resultado foi positivo: os relatórios elaborados pelos proponentes dos projetos premiados no Edital registram a quase onipresente cobertura de jornais locais. Não por acaso, os organizadores do Ano do Brasil na França realizaram parte importante da programação no interior do país e o Instituto Goethe promoveu a Kulturfest, em 2007-8, em várias cidades brasileiras de porte médio[274].

O desafio da divulgação

Os três maiores programas de promoção cultural do Brasil em Copas do Mundo, nas últimas décadas (França em 1998, Alemanha em 2006 e África do Sul em 2010), revelaram deficiências na divulgação. Os testemunhos de funcionários do MinC e de diplomatas lotados nas Embaixadas em Paris, Berlim e Pretória são muito semelhantes entre si, relatando o desperdício de recursos em eventos de grande qualidade e potencial de repercussão, mas ignorados por boa parte da imprensa e público. Ao mesmo tempo, entidades privadas que organizavam manifestações paralelas conseguiam atrair milhares de espectadores

274 Blumenau, Campina Grande, Florianópolis, Ribeirão Preto, São Luís e Sobral, além das maiores metrópoles do país.

com atrações apelativas e de baixo nível artístico. A solução, como se afirmou repetidas vezes ao longo deste livro, passaria pela contratação de uma assessoria profissional nas áreas de interação com a imprensa, *marketing* e comunicação social.

A empresa contratada deveria atender ao requisito essencial de efetuar uma cobertura unificada de toda a programação, a fim de evitar o que se verificou na Alemanha: a ação desordenada de muitas entidades, algumas extremamente eficientes, lado a lado com parceiros inoperantes, agindo de forma amadora ou confiando na limitada capacidade de difusão do MinC e da Embaixada.

Diante da necessidade de contratação por meio de licitação pública, é comum que a empresa de comunicação seja brasileira, sem experiência suficiente para atuar no exterior. As representações diplomáticas do Brasil raramente dispõem de recursos para contratar serviços dessa natureza, mas poderiam ajudar a identificar assessorias de imprensa locais, sejam elas pertencentes a instituições parceiras do programa, sejam empresas terceirizadas.

O papel do Itamaraty nas futuras edições da Copa da Cultura

O MinC foi o idealizador e coordenador da Copa da Cultura na Alemanha e do Ano do Brasil na França. Além de principal investidor, o Ministério responsabilizou-se pela elaboração das agendas de eventos, por meio de parcerias firmadas com entidades locais e da contratação de equipes de curadores. Em virtude da disponibilidade muito superior de recursos e de sua estrutura especializada – a capacidade do Itamaraty de financiar programas no exterior limitar-se-ia ao orçamento do DC, pouco superior a R$ 35 milhões em 2012 e dedicado à difusão cultural do Brasil em mais de 200 Postos –, o MinC não deixará de ser o protagonista das edições futuras da Copa da Cultura, ainda que no exterior. O papel do Itamaraty, contudo, poderia ser ampliado, a fim

de contribuir para o êxito do projeto em alguns dos aspectos que se revelaram mais sensíveis no passado.

Já se fez menção à possível utilização da rede de postos no exterior para a identificação de empresas de comunicação social locais, capazes de auxiliar os serviços licitados pelo MinC. No que se refere à elaboração da programação, a contratação da equipe de curadores brasileiros, em 2006, revelou-se como uma iniciativa boa, mas não evitou que certos eventos fossem realizados fora de contexto. O conhecimento das circunstâncias locais e a experiência das representações diplomáticas brasileiras com as especificidades do público e das instituições estrangeiras – potenciais parceiras – recomendariam a participação mais ativa dos postos no processo de gestação da agenda. Apesar de a Embaixada ter se tornado o segundo pilar mais importante da programação da Copa da Cultura em Berlim, os eventos que sediou resultaram, em sua maioria, de um "pacote" apresentado pela curadoria – o poder do Itamaraty limitou-se ao veto ou a sugestões de algumas manifestações isoladas. De qualquer maneira, essa nova atribuição das embaixadas e alguns consulados deveria contemplar o programa como um todo, sem se restringir àquelas atividades previstas em suas instalações.

O modelo do comissariado adotado no Ano do Brasil na França fez sentido no caso específico de um programa de caráter binacional, organizado pelos dois governos em igualdade de condições. Em 2006, o principal parceiro local do Brasil era a HKW, autarquia que responde apenas financeiramente à Kulturstiftung des Bundes, por sua vez uma fundação federal; a falta de equivalência institucional não prejudicou, como se atestou ao longo de todo o presente trabalho, a capacidade de interlocução entre os agentes ou os resultados da Copa da Cultura; no entanto, a participação da Embaixada e do DC/MRE em toda a fase de preparativos foi crucial: entre suas atribuições *ad hoc* estavam a identificação e negociação com possíveis parceiros no Brasil e na Alemanha, prospecção de fontes de recursos, apoio logístico às missões

prospectivas, contatos com artistas, levantamento de informações sobre as peculiaridades locais etc. Todo esse conjunto de funções teria legitimado o Itamaraty a assumir, à época, papel politicamente mais destacado na coordenação da Copa da Cultura – em especial diante do fato de ter sido o único órgão público brasileiro, além do MinC, a participar regularmente das reuniões do GT. A presença do MRE nas instâncias decisórias do projeto não seria apenas recomendável, mas instrumental – inclusive na hipótese de uma Copa da Cultura doméstica –, já que o programa teria como alvos importantes a mídia e os turistas estrangeiros.

Legado – complementação com programas ou políticas de longo prazo

Na Parte III discorreu-se, de forma resumida, sobre as políticas de autopromoção conduzidas por Coreia do Sul, em 2002, Alemanha, em 2006, e África do Sul, em 2010, quando das respectivas Copas do Mundo. O país asiático combinou um conjunto de manifestações culturais (centradas em apresentações folclóricas) com campanhas de promoção comercial e valorização de seu sofisticado parque tecnológico; a Alemanha lançou um programa cultural associado ao futebol e uma extraordinária campanha de longo prazo para o reforço de sua imagem; a África do Sul, por fim, concebeu projetos multidisciplinares – não obstante a forte recessão e limitações orçamentárias – que reuniram cultura, promoção do turismo e inclusão social, com vistas ao cumprimento de três metas fundamentais: o desenvolvimento socioeconômico, a construção da confiança no continente africano e o fortalecimento do espírito de união nacional, este último um dos passos mais importantes para a melhoria da imagem do país nos planos doméstico e externo.

Apesar das semelhanças com a África do Sul, o Brasil é unido pela língua e religião, desconhece grandes traumas recentes e não enfrenta riscos importantes de confrontação entre grupos étnicos ou sociais. A visão do País, ainda relativamente desfavorável no exterior, tem sido lentamente superada pelos avanços obtidos no combate às suas causas: menores índices de pobreza extrema e desigualdade de renda, bom desempenho macroeconômico, estabilidade institucional, condução responsável do déficit ambiental e uma política externa ativa, que se fizeram acompanhar, na última década, pelo crescimento da autoestima e do reconhecimento internacional. Mudanças de percepção, no entanto, são lentas e travadas por ideias preconcebidas fortemente arraigadas – daí a importância de esforços de promoção da imagem, destinados a mudar em menos tempo o andamento natural das transformações. Embora concebido por um país altamente desenvolvido e marcado por problemas de imagem de outra natureza, o programa "Alemanha – País das Ideias" poderia inspirar o Brasil a buscar seu próprio modelo de autopromoção. As dificuldades no planejamento de longo prazo e a instabilidade na formação de parcerias entre os setores público e privado poderiam ser neutralizadas por uma rara conjunção de oportunidades: a realização sucessiva da Copa do Mundo e Jogos Olímpicos[275].

De 2014 a 2016, uma ampla e ininterrupta campanha multidisciplinar de divulgação, beneficiada pelo ambiente favorável de captação de investimentos e estimulada pelas atenções de todo o mundo, seria ferramenta inigualável de transformação da imagem do Brasil. A coroação da campanha, pela visibilidade e potencial de exposição, deveria ser a Copa da Cultura: inaugurada em fins de 2013 ou nas primeiras semanas de 2014, estender-se-ia idealmente pelo primeiro semestre, nas 12 cidades-sede do Mundial, com uma programação

275 México (1968-70), Alemanha (1972-4) e Estados Unidos (1994-6) foram os únicos países, além do Brasil, a receber Jogos Olímpicos e Copas do Mundo em sequência.

diversa, abrangente e de alta qualidade – como foi, em geral, a de sua única edição anterior. Seja no Brasil em 2014, na Rússia em 2018 ou no Catar em 2022, a Copa da Cultura tem condições de consolidar-se como a mais representativa amostra de toda a diversidade cultural do "país do futebol".

REFERÊNCIAS

Fontes secundárias

Bibliografia

AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. *O Ano do Brasil na França*: Um modelo de intercâmbio cultural. Brasília: LII CAE, FUNAG/IPRI, 2007.

ARRUDA, Sergio de Souza Fontes. *Divulgação e diplomacia cultural*: algumas reflexões a propósito da experiência brasileira. Brasília: FUNAG/IPRI, 1983.

BADER, Wolfgang (org.). *Deutsch-Brasilianische Kulturbeziehungen*: Bestandaufnahme, Herausforderungen, Perspektiven. Frankfurt am Main: Vervuert Verlag, 2010.

BARZUN, Jacques. *Da alvorada à decadência*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BOTELHO, Isaura. Dimensões da Cultura e Políticas Públicas. In: *São Paulo em Perspectiva*, vol. 15, nº 2. São Paulo: SciELO Brasil, 2001.

CAVES, Richard E. *Creative Industries*: Contracts Between Art and Commerce. Cambridge/Londres: Harvard University Press, 2000.

DIAS, Maurício Cozer; VITALIS, Aline; FERREIRA, Rodrigo Moraes; PEREIRA, Fábio Barbosa. Direito Autoral. In: *Cadernos de Políticas Culturais*, vol. 1. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

FARIAS, Eduardo da Costa. *Difusão cultural e política externa brasileira*: uma proposta de instrumentação. Brasília: FUNAG/IPRI, 1992.

FRANCO, Afonso Arinos de Melo. *O espírito e a ação*. Rio de Janeiro: Academia Brasileira de Letras, 2005.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. *A dança dos deuses*: futebol, sociedade, cultura. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GARCIA, Cícero Martins. *Importância e formas de aprimoramento da atividade de difusão cultural como instrumento da política externa brasileira*. Brasília: FUNAG/IPRI, 2003.

GATSIOUNIS, Ioannis. The China Dream. *Newsweek*, 16 ago. 2010, pp. 20-23.

GUIMARÃES NETO, Samuel Pinheiro. *O impacto das imagens dos países nas relações internacionais*. Brasília: FUNAG/IPRI, 1983.

HOLANDA, Sergio Buarque de. *Visão do paraíso*: os motivos endêmicos no descobrimento e colonização do Brasil. São Paulo: Publifolha: Brasiliense, 2000.

HOWKINS, John. *The Creative Economy*: How People Make Money from Ideas. Londres: Penguin Books, 2007.

JAGUARIBE, Helio. *Brasil, mundo e homem na atualidade*. Brasília: FUNAG, 2008.

LAFER, Celso. *Mudam-se os tempos*: Diplomacia Brasileira 2001-2002. Brasília: FUNAG/IPRI, 2002.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura*: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

MARTINS, Estevão C. de Rezende. *Cultura e poder*. São Paulo: Saraiva: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2007.

MATO, Daniel. *Cultura, Política y Sociedad*: Perspectivas Latinoamericanas. Buenos Aires: CLACSO, 2001.

MAXWELL, Richard. *Culture works*: the political economy of culture. St. Mary: University of Minnesota Press, 2001.

NASCIMENTO, Alberto Freire. Política Cultural no Brasil: do Estado ao Mercado. Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (ENECULT), 3, 23 a 25 de maio de 2007. *Anais*... Salvador: UFBa, 2007.

NYE JR., Joseph S. *Soft Power*: The Means to Success in World Politics. Nova York: Public Affairs, 2004.

ONFRAY, Michel. *Teoria da viagem*. Porto Alegre: L&PM, 2009.

ONFRAY, Michel. *The Paradox of American Power.* Nova York: Oxford University Press, 2002.

RIBEIRO, Edgard Telles. *Difusão cultural*: uma alternativa a serviço da política externa brasileira. Brasília: FUNAG/IPRI, 1987.

RODRIGUES, Nelson. *O berro impresso das manchetes*: crônicas completas da *Manchete Esportiva* 55-59. Rio de Janeiro: Agir, 2007.

SILVA, Frederico A. Barbosa da. *Política cultural no Brasil 2002-2006*: acompanhamento e análise. Brasília: Ministério da Cultura e IPEA, 2007. (Cadernos de Políticas Culturais, Volume 2.)

SILVA, Frederico A. Barbosa da. *Economia e política cultural*: acesso, emprego e financiamento. Brasília: Ministério da Cultura: IPEA, 2007. (Cadernos de Políticas Culturais, 3.)

SILVA, Frederico A. Barbosa da; MIDLEJ, Suylan. *Políticas públicas culturais*: a voz dos gestores. Brasília: IPEA, 2011.

SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional Positivo*. São Paulo: Malheiros, 1992.

VASCONCELLOS, Douglas Wanderley de. *Esporte, poder e relações internacionais*. Brasília: FUNAG, 2008.

TOURAINE, Alain. *Um novo paradigma*: para compreender o mundo de hoje. Petrópolis: Vozes, 2005.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

WISNIK, José Miguel. *Veneno remédio*: O futebol e o brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

Estudos, artigos e publicações de órgãos oficiais

ÁFRICA do Sul. Counting the World Cup Benefits. 6 jul. 2010. Disponível em: <http://www.southafrica.info/2010/benefits-020710.htm>.

ÁFRICA do Sul. Unpacking the World Cup Legacy. 26 jul. 2010. Disponível em: <http://www.southafrica.info/2010/wordcupgdp-260710.htm>.

BRASIL. Governo Federal. *Carnaval*: Economia do Carnaval. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/sobre/cultura/carnaval/economia-do-carnaval>.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística; Ministério da Cultura; Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. *Sistema*

de informações e indicadores culturais IBGE 2003-2005. Rio de Janeiro; Brasília: IBGE: Ministério da Cultura: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, 2006.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Cultura em números*: anuário de estatísticas culturais 2009. Brasília: Ministério da Cultura, 2009.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Por que aprovar o Plano Nacional de Cultura*: conceitos, participação e expectativas. Brasília, abr. 2009.

BRASIL. Ministério da Cultura; Câmara dos Deputados. *Plano Nacional de Cultura*: diretrizes gerais. 2ª ed. Brasília, agosto de 2008.

BRASIL. Ministério da Cultura; Fundação João Pinheiro. *Diagnóstico dos investimentos em cultura no Brasil*. Brasília; Belo Horizonte: Ministério da Cultura: Fundação João Pinheiro, 1998.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Estudo da demanda turística internacional 2004-2008 e estatísticas básicas de turismo*. Ministério do Turismo, Brasília, 2010.

GOVERNO DA REPÚBLICA FEDERAL DA ALEMANHA. *Die Welt war zu Gast bei Freunden – Bilanz der Bundesregierung zur FIFA Fu*ßball-Weltmeisterschaft 2006. Berlim, 2006

GOVERNO DA REPÚBLICA FEDERAL DA ALEMANHA. *Fussball WM 2006*: Abschlussbericht der Bundesregierung. Berlim, 2006.

GOVERNO DA REPÚBLICA FEDERAL DA ALEMANHA. *Germany – Land of Ideas*: A Travel Guide – 365 Landmarks and Events. Ostfildern: Dumont Reiseverlag, 2006.

KOREAN Information Service, Korean Information Agency. *Korean Experience with the World Cup*. Seul, 2002.

NADER, Luís Carlos Pini. *A legislação com impacto na economia da cultura*. Brasília: Ministério da Cultura, Programa Monumenta, 2010.

PASCHOAL, Erlon José; ODENTHAL, Johannes (ed.). *Copa da Cultura*: Verão da Cultura na Casa das Culturas do Mundo. Ministério da Cultura e Casa das Culturas do Mundo, 2006.

Internet e artigos na imprensa

Fontes primárias

Documentos

Documentos internos do Ministério da Cultura.

MEDIA Consulta Deutschland GmbH. *Development of a Strategy for an Image Campaign to Enhance the Image of Brazil in Germany*: Final Report. Colônia: 1998.

Legislação interna brasileira e atos internacionais

Série telegráfica do Itamaraty

Discursos de autoridades governamentais brasileiras

Entrevistas ao autor

- Sr. Juca Ferreira, Ministro da Cultura entre 2008 e 2010 (5 mar. 2010).

- Embaixador Luiz Felipe de Seixas Corrêa, Embaixador do Brasil em Berlim entre 2005 e 2009 (9 set. 2010).

- Embaixadora Eliana Zugaib, ex-Diretora do Departamento Cultural do Itamaraty (nov. 2009).

- Ministro Roberto Colin, Ministro-Conselheiro da Embaixada do Brasil em Berlim, responsável pela área cultural (6 set. 2010).

- Ministro Marcelo Otávio Dantas Loures da Costa, Diretor de Relações Internacionais do Ministério da Cultura (27 out. 2010).

- Conselheiro Durval Carvalho de Barros, Assessor Especial da Diretoria da Agência Nacional do Petróleo (22 dez. 2010).

- Conselheiro Felipe Costi Santarosa, Ministro-Conselheiro da Embaixada do Brasil em Pretória (23 nov. 2010).

- Secretário Fernando de Oliveira Sena, Chefe do Setor Político da Embaixada do Brasil em Pretória (27 dez. 2010).

- Secretária Mari Carmen Rial Gerpe, Chefe dos Setores Cultural e de Promoção Comercial da Embaixada do Brasil em Pretória (12 jan. 2011).

- Sr. Bruno Henrique Rodrigues de Melo, Gerente de Relações Bilaterais da Diretoria de Relações Internacionais do Ministério da Cultura (12 jan. 2011).

- Sra. Martha Mouterde, Assessora Internacional da Fundação Cultural Palmares (22 nov. 2010).

- Sr. Johannes Odenthal, ex-Diretor de Música, Dança e Artes Cênicas da HKW e Coordenador da Copa da Cultura na HKW (2006 e 2007).

APÊNDICE

Apresentação detalhada da programação

Observações metodológicas

A Copa da Cultura estendeu-se de 10 de janeiro a 14 de dezembro de 2006, embora algumas atividades tenham se prolongado até março do ano seguinte. A programação foi composta de 167 eventos[276] em 48 cidades alemãs e um total de 473 manifestações. Para se chegar a esse resultado procurou-se, sempre que possível, contabilizar cada atividade separadamente, ainda que realizada no âmbito de uma série. Assim, por exemplo, os *shows* do festival de MPB na Casa das Culturas do Mundo foram computados um a um, bem como o ciclo de concertos de câmara na Embaixada do Brasil e as exposições no âmbito da mostra Brasil+Berlin. As exceções foram as seguintes:

- manifestações repetidas, em qualquer gênero: exposições itinerantes, turnês de concertos, reapresentações de peças de teatro etc.

276 A *Avaliação de Resultados da Copa da Cultura* (Processo nº 01400.003363/2006-51), de 15 mai. 2007, elaborada pela Secretaria de Políticas Culturais do MinC, faz referência a 178 eventos. Como algumas informações constantes do documento são imprecisas (a respeito do contingente de visitantes, locais de realização de eventos, número de eventos aprovados pelo Edital etc.), o autor decidiu proceder à sua própria contabilidade.

- mostras de cinema: reapresentações, exibições de curta-metragens ou diferentes filmes em sequência na mesma sessão e alterações imprevistas nas programações recomendaram o cômputo simples de um evento por mostra. No caso de festivais de teatro ou dança, como o In Transit, cada apresentação foi considerada de forma isolada, exceto quando repetida;
- ciclos de palestras, seminários ou *workshops*;
- eventos de natureza híbrida, como a homenagem a Guimarães Rosa realizada paralelamente no Instituto Iberoamericano e na Universidade Livre de Berlim, que contou com manifestações tão diferentes quanto palestras, exibição de filmes e uma exposição de objetos pessoais do autor.

As informações sobre os eventos foram buscadas, sempre que possível, junto às fontes diretas: material de divulgação, relatórios publicados por entidades parceiras (como a publicação *Copa da Cultura*: Verão da Cultura na Casa das Culturas do Mundo, lançada pela HKW e pelo MinC) ou transmitidos na série telegráfica do Itamaraty e, no caso dos 43 projetos premiados pelo Edital público do MinC, os correspondentes processos de prestação de contas[277].

Utilizar-se-á o critério de classificação pelos pilares de programação descritos no Capítulo 2 da Parte II. A subdivisão cronológica por gênero artístico (artes cênicas, artes visuais, audiovisual, eventos acadêmicos, esporte, literatura, música de concerto, música popular e outros) facilitará, por sua vez, a análise da quantidade, qualidade e impacto das distintas categorias de eventos, fornecendo meios para a avaliação crítica constante do Capítulo 3 da Parte II.

277 Não há informações oficiais disponíveis sobre os sete projetos restantes, que receberam apenas o selo institucional da Copa da Cultura – com exceção do festival de gastronomia Brazilian Taste Festival, inaugurado na Embaixada.

A programação na Embaixada do Brasil (10 de janeiro a março)

1) Artes plásticas

Série de exposições de artes plásticas sob a curadoria do MinC

Luiz Camillo Osório, atual curador do Museu de Arte do Moderna do Rio de Janeiro (MAM), foi contratado pelo MinC para levar ao Espaço Cultural da Embaixada série de cinco exposições de artistas brasileiros contemporâneos, entre jovens promessas e nomes consagrados. O Ministério cobriu as despesas de pró-labore, diárias e passagens aéreas dos artistas, além do transporte e seguro das obras, em um total de R$ 450 mil. O DC/MRE, por sua vez, assumiu parte dos custos relativos à primeira exposição e financiou os coquetéis de inauguração, impressão e postagem de convites de todas as restantes.

- ***Esculturas de Afonso Tostes***

Período: 28 de fevereiro a 24 de março.

Descrição: O artista mineiro, radicado no Rio de Janeiro, expôs em Berlim cerca de 40 peças e instalações em madeira. Sua trajetória artística inclui participação na V Bienal do Mercosul (2005) e mostras no Paço Imperial e MAM do Rio de Janeiro.

Público estimado: 150 pessoas no *vernissage*.

- ***Obras de Franklin Cassaro***

Período: 4 de abril a 5 de maio.

Descrição: A exposição incluiu instalações, esculturas e gravuras do artista bioconcreto, uma das mais promissoras revelações da arte contemporânea brasileira nos anos 90. Cassaro participou das Bienais de São Paulo, Havana e Mercosul.

Público estimado: 150 pessoas no *vernissage*.

• ***Obras de José Rufino***

Período: 25 de julho a 26 de agosto.

Descrição: Desenhos e instalações do artista paraibano radicado no Rio de Janeiro. Rufino expôs na VI Bienal de Havana, em 1997 e participou de mostras coletivas nos Museus de Arte Contemporânea de São Paulo e Niterói, entre outros.

Público estimado: 150 pessoas no *vernissage*.

• ***Pinturas de Cristina Canale***

Período: 31 de agosto a 20 de outubro.

Descrição: A pintora carioca, radicada em Berlim desde os anos 1990, expôs em inúmeras mostras individuais e coletivas no Brasil e na Alemanha – incluindo a Bienal de São Paulo.

Público estimado: 170 pessoas no *vernissage*.

• ***Vivemos na Diversidade – Obras de Carlos Vergara***

Período: 26 de outubro a 1º de dezembro.

Descrição: Quinta e última exposição levada a Berlim pelo curador Luiz Camillo Osório. Carlos Vergara, gaúcho radicado no Rio de Janeiro desde os anos 1950, é um dos mais renomados artistas em atividade no Brasil, com participações na Bienal de São Paulo e mostras individuais no MAM do Rio de Janeiro e outros importantes museus. A exposição em Berlim incluiu fotografias, gravuras e pinturas.

Público estimado: 80 pessoas no *vernissage*.

Outras exposições de artes plásticas

- ***Os Onze***

Período: 23 de maio a 14 de julho.

Descrição: Exposição de pinturas dos artistas Antônio Peticov, Cláudio Tozzi, Ivald Granato, Jô Soares, José Roberto Aguilar, José Zaragoza, Maria Bonomi, Roberto Magalhães, Rubens Gerchman, Tomoshige Kusuno e Zélio Alves Pinto. Por iniciativa do curador Ivald Granato e do Setor Cultural da Embaixada em Berlim, cada artista foi convidado a produzir uma obra original sobre o tema do futebol. A inauguração contou com a presença de oito dos onze pintores, além de personalidades do meio cultural alemão. Após a Copa da Cultura, a exposição foi levada a Curitiba (Museu Brasileiro da Escultura – MuBE, em outubro e novembro) e, nos anos seguintes, a Santiago do Chile, Bruxelas e Roma. Os Onze participaram, igualmente, da Copa da Cultura na África do Sul, em 2010.

Patrocínio e custos: o MuBE e empresas públicas e privadas (DPZ, Petrobras, Serasa e Stilgraf, entre outras) financiaram quase integralmente o evento, com recursos obtidos por meio de renúncia fiscal. O MinC e o DC/MRE assumiram despesas pontuais, como o coquetel de inauguração e a impressão e postagem de convites. Os custos totais da exposição em Berlim foram orçados pelos organizadores em USD 180 mil.

Público estimado: 2.200 visitas, incluindo 400 no *vernissage*.

2) Cinema

Mostra Cinema Brasileiro Contemporâneo

A exibição dos 12 filmes indicados pelo curador do MinC Marcelo Cajueiro incorporou o formato do programa Cinema Brasileiro na

Embaixada, executado no Espaço Cultural da representação diplomática do Brasil desde o início de 2005, com boa receptividade do público local. O repertório foi selecionado de acordo com a atualidade dos filmes (todos a partir de 2002) e qualidade artística atestada por prêmios em festivais ou aclamação da crítica. O orçamento de R$ 60 mil, previsto pelo MinC, acabou em parte revertido para a programação de cinema na HKW, em virtude dos baixos custos exigidos: exibição em DVD, por meio de equipamento próprio da Embaixada, divulgação por via eletrônica, pequeno coquetel para uma média de público de 70 pessoas (em auditório com capacidade para 110 espectadores), ausência dos artistas.

- ***Cidade baixa*** **(Sérgio Machado, 2005)**

Data: 17 de janeiro.
Público estimado: n.d.

- ***Contra todos*** **(Roberto Moreira, 2004)**

Data: 21 de fevereiro.
Público estimado: 70 pessoas.

- ***Casa de areia*** **(Andrucha Waddington, 2005)**

Data: 2 de março.
Público estimado: 80 pessoas.

- ***Nina*** **(Heitor Dhalia, 2004)**

Data: 2 de maio.
Público estimado: n.d.

• ***Madame Satã*** **(Karim Aïnouz, 2002)**

Data: 15 de agosto.
Público estimado: 110 pessoas.

• ***Desmundo*** **(Alain Fresnot, 2003)**

Data: 12 de setembro.
Público estimado: 40 pessoas.

• ***Cabra cega*** **(Toni Venturi, 2005)**

Data: 14 de novembro.
Público estimado: 40 pessoas.

• ***Nelson Freire*** **(João Moreira Salles, 2003)**

Data: 4 de dezembro.
Público estimado: n.d.

Outras exibições de audiovisual

• ***Semana Nelson Rodrigues***

Ver descrição da Semana Nelson Rodrigues nas atividades relacionadas à literatura.

• ***O invasor*** **(Beto Brant, 2001)**

Ver descrição da apresentação de Marçal Aquino nas atividades relacionadas à literatura.

• ***João Guimarães Rosa: Sertãomundo – Mundosertão***

Ver descrição do projeto no item sobre a programação realizada com terceiras instituições.

3) Eventos acadêmicos

• ***Apresentação do livro "Tráfego de palavras"***

Data: 11 de maio.

Descrição: O livro, resultado da tese de doutorado da brasileira Rosa Cunha-Henckel, professora da Universidade de Jena, trata da influência da língua bantu no desenvolvimento do português brasileiro. A Prof. Yeda Pessoa de Castro, da UFBA, uma das maiores autoridades mundiais no tema, proferiu palestra na ocasião, diante de plateia formada por dezenas de acadêmicos alemães e brasileiros.

Patrocínio: A Fundação Joaquim Nabuco, de Recife, assumiu os custos de remessa de exemplares do livro para a Alemanha, muitos dos quais foram doados a bibliotecas locais. O DC/MRE custeou as despesas de impressão e remessa dos convites, além do coquetel.

Público estimado: 60 pessoas.

4) Literatura

• ***Semana Nelson Rodrigues***

Período: 24 a 30 de abril.

Descrição: A iniciativa da Embaixada de realizar semana de atividades em homenagem a um dos personagens centrais na história do futebol brasileiro, no ano do Mundial na Alemanha, foi incorporada pela Copa da Cultura e incluiu os seguintes eventos:

- leitura dramática da peça *A falecida* no teatro Volksbühne (ver a seção sobre programação realizada em parceria com terceiras instituições);
- exibição, no Espaço Cultural da Embaixada, de filmes sobre ou baseados na obra de Nelson Rodrigues: seis episódios da série *A vida como ela* é, da TV Globo; documentário *Fla x Flu*, da série *Os grandes duelos do esporte*, produzido pela rede de televisão franco-alemã ARTE; e longa-metragem *Toda nudez será castigada* (Arnaldo Jabor, 1973);
- Seminário sobre Nelson Rodrigues, com palestras proferidas por Ruy Castro (autor da biografia *O anjo pornográfico*), Henry Thorau (professor da Universidade de Trier, tradutor da obra dramática de Nelson Rodrigues para o alemão, tradutor do livro de crônicas *Goooooool!*), Uta Atzpodien (dramaturga alemã, autora do livro *Teatro brasileiro contemporâneo*), Paulo Soethe (professor das Universidades de Tübingen e Federal do Paraná), Marcel Vejmelka (doutor em literatura brasileira pela Universidade Livre de Berlim) e Ute Hermanns (especialista em cinema brasileiro);
- lançamento do livro *Goooooool!*, seleção de crônicas de Nelson Rodrigues, pela primeira vez traduzidas para o alemão (editora Suhrkamp, tradução de Henry Thorau).

Custos: USD 2.350,00 e passagens aéreas dos palestrantes, cobertos pelo DC/MRE. O MinC não participou do projeto.

Público estimado: 100 pessoas presentes ao Seminário, total de 140 nas exibições de audiovisual.

• ***Marçal Aquino***

Data: 4 de maio.

Descrição: A convite do curador Flávio Carneiro, do MinC, o romancista e roteirista Marçal Aquino realizou sessão de leitura e

breve palestra na Embaixada. Apesar de patrocinado pelo MinC no âmbito da programação de literatura da Copa da Cultura, o evento não se inseriu na série de encontros literários promovidos no Instituto Iberoamericano (ver seção sobre programação em terceiras instituições), em virtude da associação do autor com o cinema: foi exibido, na ocasião, o filme *O invasor* (Beto Brant, 2001), cujo roteiro é de autoria de Aquino.

Público estimado: 60 pessoas.

• ***A Descoberta do Mundo – Homenagem a Clarice Lispector***

Período: 7 de dezembro a março de 2007.

Descrição: Em homenagem aos 30 anos da morte da escritora, o Instituto Moreira Salles emprestou à Embaixada parte do seu acervo de fotografias e reproduções de manuscritos, que permaneceu exposto durante cerca de três meses no Espaço Cultural. O evento de inauguração incluiu leitura dramática de conto de Clarice Lispector, apresentado por Sarita Brandt (tradutora das obras da escritora para o alemão), com acompanhamento musical.

Patrocínio: O Instituto Moreira Salles foi responsável pelo transporte e seguro das peças expostas. O DC/MRE assumiu o custeio da montagem da exposição (USD 900,00), do pró-labore dos participantes da leitura dramática (USD 700,00) e da impressão e postagem de convites.

Público estimado: 150 pessoas na inauguração.

5) Música de concerto

• ***Série de concertos de câmara***

A curadoria de música de concerto da Copa da Cultura coube à violoncelista e produtora Fiorella Solares, que indicou 12 solistas

e conjuntos brasileiros com programas concentrados no repertório clássico brasileiro – 10 deles apresentaram-se na Embaixada. O MinC financiou os cachês, passagens aéreas e diárias dos músicos em oito dos 10 concertos, em um total de R$ 800 mil (cerca de € 299 mil). A exceção coube aos dois primeiros recitais, para os quais o Itamaraty contribuiu com USD 10 mil e USD 1,5 mil, respectivamente, cobrindo despesas de cachê, diárias e hospedagem. O DC/MRE também assumiu os custos operacionais de toda a série de concertos, como impressão e postagem de convites, aluguel de piano etc., além dos coquetéis e eventuais jantares oferecidos aos músicos.

- ***Antonio Meneses e Cristina Ortiz***

Data: 10 de janeiro.

Descrição: O primeiro concerto da série de música de câmara foi também o evento inaugural da Copa da Cultura. Contou com público recorde, aproveitando a exitosa experiência adquirida em concertos anteriores realizados na Embaixada, e recebeu importante crítica da imprensa local. O violoncelista Antonio Meneses e a pianista Cristina Ortiz foram os solistas brasileiros de maior destaque internacional a participar da programação da Copa da Cultura. O programa incluiu obras de Beethoven e Villa-Lobos.

Público estimado: 400 pessoas.

- ***Cristiano Alves e Tamara Ujakova***

Data: 2 de fevereiro.

Descrição: O clarinetista Cristiano Alves e a pianista Tamara Ujakova, músicos de pouca projeção internacional, mas sólida carreira no Brasil, apresentaram programa exclusivamente dedicado a compositores nacionais do século XX.

Público estimado: 300 pessoas.

• ***Cantos e encantos do Brasil***

Data: 7 de março.

Descrição: Recital com a *mezzo-soprano* Adriana Clis, o tenor Rubens Medina e o pianista Ricardo Ballestero, músicos de destaque na cena lírica e camerística nacional. O repertório pouco convencional de canções eruditas brasileiras foi muito bem recebido pelo público.

Público estimado: 170 pessoas.

• ***Elione Medeiros e Marco Antonio de Almeida***

Data: 20 de abril.

Descrição: Líder de naipe da Orquestra Petrobras Sinfônica e considerado o maior fagotista hoje em atividade no Brasil, Elione Medeiros apresentou, com o pianista Marco Antonio de Almeida, radicado na Alemanha, peças de compositores brasileiros do século XX.

Público estimado: 200 pessoas.

• ***Quarteto Rio de Janeiro e Carlos Prazeres***

Data: 30 de maio.

Descrição: O Quarteto Rio de Janeiro, integrado por músicos da Orquestra Petrobras Sinfônica, contou com a participação do oboísta Carlos Prazeres. O repertório incluiu obras de compositores brasileiros e estrangeiros. A significativa assistência ao concerto, realizado no auge da programação na HKW, confirmou o nível de excelência da música de câmara apresentada na Embaixada durante a Copa da Cultura.

Público estimado: 240 pessoas.

• ***Trio Porto Alegre***

Data: 13 de julho.

Descrição: Mais um conjunto formado por músicos de respeitada trajetória dentro do Brasil: Ney Fialkow (piano), Cármelo de los Santos (violino) e Hugo Pilger (violoncelo). O repertório foi exclusivamente dedicado a compositores brasileiros.

Público estimado: 150 pessoas.

• ***Sammy Fuchs, Alceu Reis e Paulo Porto Alegre***

Data: 10 de agosto.

Descrição: O flautista Sammy Fuchs, o violoncelista Alceu Reis e o violonista Paulo Porto Alegre prestaram, com essa formação instrumental pouco usual, homenagem ao compositor Radamés Gnattali, no ano do centenário de seu nascimento. O público apresentou-se mais uma vez em bom número, apesar do período pouco propício a eventos culturais.

Público estimado: 230 pessoas.

• ***Música a Cinco***

Data: 17 de outubro.

Descrição: Assim como no concerto anterior da série, a apresentação do quinteto de metais Música a Cinco incluiu arranjos de peças eruditas e populares do repertório brasileiro. Apesar do alto nível técnico e artístico, o conjunto talvez tenha destoado da programação pelas biografias menos destacadas de seus integrantes.

Público estimado: 140 pessoas.

• ***Engenho Barroco***

Data: 23 de novembro.

Descrição: Uma das mais destacadas orquestras de câmara do Brasil, o Engenho Barroco gravou CDs comerciais e apresentou-se em salas de concerto de prestígio como o Carnegie Hall, em Nova York. O conjunto atraiu a curiosidade do público alemão pelo repertório inédito, composto em parte de obras do repertório colonial brasileiro.

Público estimado: 200 pessoas.

• ***Quinteto Villa-Lobos***

Data: 14 de dezembro.

Descrição: A última atividade da Copa da Cultura, a exemplo do concerto inaugural em janeiro, foi reservada para artistas de consolidada reputação internacional. O pianista Nelson Freire, originalmente previsto, foi substituído pelo Quinteto Villa-Lobos, um dos mais respeitados conjuntos de sopros do mundo. O repertório incluiu obras de compositores eruditos brasileiros e transcrições de peças populares. A *mezzo-soprano* brasileira Adriane Queiroz, do elenco da Staatsoper de Berlim, presente na plateia, foi convidada a apresentar-se com o Quinteto em um dos extras.

Público estimado: 250 pessoas.

6) Outros eventos

• ***Brazilian Taste Festival***

Período: 6 a 16 de junho.

Descrição: Um dos projetos aprovados pelo Edital público lançado pelo MinC em janeiro, o evento de gastronomia foi concebido

pelo *chef* e editor brasileiro André Boccato. A abertura do Festival foi realizada na Embaixada, com a presença de jornalistas do ramo e empresários, e prosseguiu no Hotel Kempinski de Berlim, onde não alcançou a repercussão esperada junto à imprensa ou ao público.

Patrocínio: A iniciativa foi financiada com recursos de renúncia fiscal no Brasil. Recebeu o selo oficial da Copa da Cultura, mas não foi contemplada com prêmio em dinheiro.

Público estimado: 150 pessoas na inauguração.

A programação na Casa das Culturas do Mundo (25 de maio a 9 de julho)

1) Artes Plásticas

A HKW sediou duas exposições (Tropicália e Interventions) e, em virtude da falta de espaço adequado em sua sede, copatrocinou duas outras mostras em centros culturais de Berlim (A Imagem do Som e Brasil+Berlin). O MinC participou do financiamento do conjunto completo das exposições, com recursos da ordem de R$ 600 mil, cerca de dois terços dos gastos totais.

No que se refere ao número de visitantes, as estimativas da HKW indicam que sua programação contou com público total de 55 mil pessoas, embora a contabilidade inclua os concertos de música popular, sessões de cinema e transmissão ao vivo dos jogos que envolveram Brasil ou Alemanha. Como as duas exposições permaneceram abertas (e sem cobrança de ingressos) durante os horários em que a maior parte desses eventos se desenrolavam, aquela estimativa poderia também ser adotada para as visitas às mostras de artes plásticas.

- ***Tropicália, uma Revolução Cultural Brasileira (Tropicália, eine Brasilianische Kulturrevolution)***

Período: 10 de junho a 9 de julho.

Descrição: A exposição Tropicália reuniu obras centrais da produção artística brasileira nos anos 1960 e 1970, sob a curadoria de Carlos Basualdo, e experimentou em Berlim o mesmo êxito de sua etapa londrina, inaugurada pelo Presidente Lula em março de 2006. Embora não se disponha de números precisos, foi possivelmente a exposição de artes visuais mais visitada em toda a Copa da Cultura, atraindo milhares de pessoas para obras de Hélio Oiticica, Lygia Pape, Nelson Leirner, Rubens Gerchman e outros. A cobertura da imprensa local foi também das mais significativas.

Patrocínio: Parte substantiva das obras foi emprestada dos acervos dos Museus de Arte Contemporânea de Chicago e de Artes do Bronx, das Fundações Harris Family e Andy Warhol, da Pinacoteca do Estado em São Paulo e de outros. As referidas instituições participaram do financiamento e da organização da mostra.

- ***Interventions***

Período: 10 de junho a 9 de julho.

Descrição: Como sugere o título, a exposição, realizada simultaneamente com Tropicália, consistiu na distribuição de instalações pelo prédio e áreas externas da HKW. Sob a curadoria de Luiz Camillo Osório, participaram do projeto os artistas plásticos Nelson Leirner, Carla Guagliardi e Lúcia Koch, além do grupo Chelpa Ferro.

2) Cinema

O festival Pós-Cinema Novo realizou-se de 12 de junho a 9 de julho, sob a curadoria de Marcelo Cajueiro, também responsável pela programação de cinema na Embaixada do Brasil. As 19 sessões, exibidas em grandes telões, incluíram 17 longa-metragens de ficção, 13 documentários de longa duração e 11 curtas, alguns dos quais seguidos de debates com diretores ou produtores. Oito dos curtas foram exibidos no contexto do projeto Revelando os Brasis[278].

O MinC investiu cerca de R$ 180 mil, relativos à montagem, transporte dos filmes em 35mm, pró-labore, diárias para os convidados (R$ 100 mil) e legendas eletrônicas (R$ 80 mil). Não foi a atividade mais concorrida na programação da HKW, atraindo, em geral, público especializado.

- ***Pelé eterno*** **(documentário, Aníbal Massaini, 2004)**

Data: 12 de junho. Seguido de debate com o diretor.

- ***2 Filhos de Francisco*** **(Breno Silveira, 2005)**

Data: 15 de junho. Seguido de debate com o curador e o diretor.

- ***Especial Chico Buarque: Uma palavra e O futebol*** **(documentários, Roberto de Oliveira, 2005)**

Data: 16 de junho.

278 Ver, adiante, referência ao projeto na seção dos eventos realizados em parceria com outras instituições.

- ***Cinema, aspirinas e urubus*** **(Marcelo Gomes, 2005) e** ***Quase dois irmãos*** **(Lúcia Murat, 2004)**

Data: 18 de junho. Seguidos de debate com o curador e os diretores Marcelo Gomes e Georges Gachot.

- ***Maria Bethânia – música é perfume*** **(documentário, Georges Gachot, 2005)**

Data: 19 de junho. Seguido de debate com o diretor.

- ***Terra em transe*** **(Glauber Rocha, 1967) e** ***Glauber, o filme – labirinto do Brasil*** **(Documentário, Silvio Tendler, 2004)**

Data: 20 de junho.

- ***Cidade dos homens*** **– episódio "Sábado" (seriado, Globo Filmes) e** ***Ginga*** **(documentário, Hank Levine, Marcelo Machado e Tocha Alves, 2005)**

Data: 21 de junho.

- ***Palíndromo*** **(Phillipe Barcinski, 2001) e** ***Cidade de Deus*** **(Fernando Meirelles, 2002)**

Data: 22 de junho.

- ***Bicho de sete cabeças*** **(Laís Bodansky, 2000),** ***Iracema – uma transa amazônica*** **(Jorge Bodansky e Orlando Senna, 1976) e** ***Era uma vez Iracema*** **(documentário, Jorge Bodansky, 2005)**

Data: 25 de junho. Seguido de debate com Laís e Jorge Bodansky.

- ***A Saga de Castanha e Caju contra o Encouraçado Titanic*** **(curta-metragem, Walter Salles e Daniela Thomas, 2002),** ***O jardineiro fiel*** **(Fernando Meirelles, 2005) e** ***Diários de motocicleta*** **(Walter Salles, 2004)**

Data: 26 de junho.

- ***Visita íntima*** **(curta-metragem, Joana Nin, 2005) e** ***Durval Discos*** **(Anna Muylaert, 2002)**

Data: 27 de junho.

- ***O jaqueirão do Zeca*** **(documentário, Denise Moraes e Ricardo Bravo, 2004),** ***Mina de fé*** **(curta-metragem, Luciana Bezerra, 2004) e** ***A pessoa é para o que nasce*** **(documentário, Roberto Berliner, 2003)**

Data: 28 de junho. Seguido de debate com o diretor Roberto Berliner.

- ***Manguetown*** **(documentário, Pedro Paulo Carneiro, 2003) e** ***Amarelo manga*** **(Cláudio Assis, 2003)**

Data: 29 de junho.

- ***Clandestinidade*** **(Curta-metragem, Rodrigo Guéron, 2003),** ***O Outro Lado da Rua*** **(Marcos Bernstein, 2004) e** ***TV: Vaidade*** **(curta-metragem, Fabiano Maciel, 2002)**

Data: 2 de julho.

- ***Desirella*** **(curta-metragem, Carlos Eduardo Nogueira, 2004) e *Cafundó* (Paulo Betti e Clóvis Bueno, 2005)**

Data: 3 de julho.

- ***A espera*** **(curta-metragem, Ernesto Solis, 2003) e *Ônibus 174* (documentário, José Padilha e Felipe Lacerda, 2002)**

Data: 4 de julho.

- ***Onde Andará Petrucio Felker?*** **(curta-metragem, Allan Sieber, 2001) e *Justiça* (documentário, Maria Ramos, 2004)**

Data: 5 de julho.

- ***BMW vermelho*** **(curta-metragem, Reinaldo Pinheiro e Edu Ramos, 2001) e *O invasor* (Beto Brant, 2001)**

Data: 6 de julho.

- ***Tainá, uma aventura na Amazônia*** **(Sérgio Bloch e Tamia Lamarca, 2000) e *Tainá 2 – A aventura continua* (Mauro Lima, 2005)**

Data: 9 de julho. Seguidos de debate com a atriz Eunice Baía e a produtora Virgínia Limberger.

3) Dança e *performance*

Festival In Transit

O festival anual de dança e *performance* foi concebido em 2002 pelo Diretor de Música, Dança e Artes Cênicas da HKW, Johannes Odenthal, com o objetivo de reforçar, por meio de formato concentrado, as grandes linhas estéticas da instituição, baseadas no multiculturalismo e nas manifestações artísticas de vanguarda provenientes de países não europeus. In Transit teve foco no Brasil em 2006 e incluiu 14 espetáculos com 31 apresentações, além de sete palestras sobre cultura[279].

Os custos parciais para o MinC, obedecendo ao critério dos dois terços para a parte brasileira, foram de R$ 550 mil (R$ 200 mil relativos ao pró-labore e logística dos espetáculos; R$ 350 mil de diárias e hospedagem para os artistas e equipe técnica).

- ***Incarnat***

Período: 26 a 28 de maio.

Descrição: Concebido pela Cia. Lia Rodrigues (Rio de Janeiro), o espetáculo de dança baseado livremente em ensaio de Susan Sontag abriu a participação do Brasil no festival In Transit. A imprensa local divulgou críticas positivas sobre a apresentação.

- ***Sirva-se***

Período: 26 a 28 de maio.

Descrição: *Performance* dos coreógrafos Michel Groisman e Gabriela Duvivier, realizada no *foyer* da HKW.

279 O "foco no Brasil" não impediu os organizadores de incluírem eventos de Taiwan e países africanos, à revelia da parte brasileira. Telegrama nº 695, da Embaixada em Berlim, de 18 mai. 2006.

• ***As galinhas***

Período: 27 e 28 de maio.

Descrição: Os coreógrafos Ismael Ivo, Renée Gumiel e Dorothy Lenner reeditaram, com êxito de crítica, *performance* criada em 1980 em São Paulo. A direção coube ao japonês Takao Kusuno.

• ***Embodied* e *O corpo é a mídia da dança?***

Período: 30 e 31 de maio.

Descrição: Duas *performances* realizadas em sequência: a primeira foi concebida por Cristian Duarte (com Fabiana Dultra Britto, Peter Fol e Shani Granot), e a segunda foi uma apresentação solo de Vanilton Lakka.

• ***ImPermanências*, *Porta das mãos* e *O Banho***

Período: 1º a 3 de junho.

Descrição: Três *performances* solo (chamadas "instalações vivas") apresentadas simultaneamente, lado a lado, por Vera Sala, Michel Groisman e Marta Soares.

• ***Dances of the Abyss***

Período: 1º e 2 de junho.

Descrição: *Performance* do coreógrafo e dançarino Marcelo Gabriel.

• ***Um solo para dança e um violão***

Período: 2 e 3 de junho.

Descrição: *Performance* mesclando dança e música, interpretada pela coreógrafa mineira Dudude Herrmann e pelo violonista Renato Motha.

• ***Palavra, a poética do movimento***

Período: 2 e 3 de junho.

Descrição: Espetáculo de música, dança e poesia realizado pela companhia paulista Nova Dança 4.

• ***Pequenas frestas de ficção sobre realidade insistente***

Período: 3 e 4 de junho.

Descrição: Apresentação de dança do Grupo Cena 11, sob a direção de Alejandro Ahmed.

• ***Seis sentidos?* e *As 10+***

Data: 4 de junho

Descrição: *Performances* realizadas, respectivamente, pelos coreógrafos Diogo Granato e Cristiane Paoli Quito.

Debates no âmbito do Festival In Transit

• ***Cultura e desenvolvimento***

Data: 26 de maio.

Participantes: Gilberto Gil, Sarat Maharaj, Volker Hassemer e Johannes Odenthal.

• ***Os novos centros culturais***

Data: 26 de maio.

Participantes: Luiz Costa Lima e Sarat Maharaj

• ***Novos caminhos da produção artística***

Data: 26 de maio.
Participantes: Danilo Santos de Miranda, Hamilton Faria, Nelson Triunfo e Alejandro Ahmed

• ***O corpo político***

Data: 27 de maio.
Participantes: Lia Rodrigues e Johannes Odenthal.

• ***A relação corpo-mente***

Data: 29 de maio.
Participantes: Johannes Birringer, Fabiana Dultra Britto, Jayachandran Palazhy.

• ***Pensar a cultura através do corpo***

Data: 1º de junho
Participantes: Fabiana Dultra Britto, Cristiane Paoli Quito

• ***Novas indústrias culturais***

Data: 1º de junho.
Participantes: Daniel Haaksman, Ricardo Muniz Fernandes, DJ Dolores.

4) Música Popular

O Ministro Gilberto Gil selecionou pessoalmente os artistas que participaram do festival de música popular brasileira na HKW, seguindo

critérios de representatividade regional e equilíbrio entre nomes consagrados e promessas. A programação incluiu 25 apresentações de 31 artistas ou grupos, no que se configurou como o maior evento do gênero já realizado na Alemanha até então. Segundo estimativas da Casa das Culturas, 27.565 pessoas assistiram aos *shows*.

Os custos do festival foram cobertos pelo MinC e HKW, cabendo ao lado brasileiro o montante de R$ 1,1 mil (500 mil de cachês para 20 grupos e artistas e 600 mil relativos ao pagamento de diárias), aproximadamente dois terços das despesas totais.

- ***Gilberto Gil***

Data: 25 de maio.

Descrição: O concerto do Ministro da Cultura abriu a programação na HKW. Poucos eventos da Copa da Cultura reuniram tantas personalidades dos meios cultural e político alemão e despertaram tanto interesse por parte da imprensa local. O público esgotou a capacidade do auditório da Casa das Culturas (mil pessoas).

- ***Samba de Roda de Nicinha***

Data: 25 de maio.

Descrição: Realizada no *foyer* da HKW, a apresentação do grupo representante do samba de roda do Recôncavo Baiano, declarado patrimônio imaterial da UNESCO, contou com 14 músicos e dançarinos.

- ***Nelson Triunfo + Mamelo Sound System***

Data: 27 de maio.

Descrição: Um dos mais destacados músicos brasileiros de *hip-hop*, Triunfo apresentou-se diante de público modesto.

• ***DJ Dolores: Maracatu***

Data: 3 de junho.

Descrição: DJ Dolores, de Recife, mesclou ritmos eletrônicos e *rock* com maracatu e manifestações tradicionais do Nordeste, em festa-concerto no interior da HKW.

• ***Instituto***

Data: 10 de junho.

Descrição: Os oito músicos que formam o Instituto apresentaram-se na sequência da inauguração da exposição Tropicália.

• ***Nação Zumbi***

Data: 10 de junho.

Descrição: O grupo pernambucano apresentou-se no teatro da HKW em um dos dias de maior número de atividades na Casa. Cerca de mil pessoas assistiram ao *show*.

• ***Concerto com Gilberto Gil, AfroReggae, Sandra de Sá e Margareth Menezes***

Data: 12 de junho.

Descrição: O Ministro Gilberto Gil prometeu *show* extra ao ar livre, nos jardins externos da HKW, como oportunidade para o público que não obteve acesso ao concerto do dia 25 de maio. Cerca de 10 mil pessoas assistiram à apresentação gratuita, caracterizada como "extasiante e de uma beleza desconcertante" pelo diário *Der Tagesspiegel*[280].

280 Em matéria de 14 jun. 2006. Apud PASCHOAL, Erlon; ODENTHAL, Johannes (ed.). Op. cit., p. 83.

• ***Mart'nália***

Data: 16 de junho.

Descrição: O *show* da sambista carioca precedeu a apresentação de Chico Buarque no teatro da HKW e atraiu público considerável.

• ***Chico Buarque***

Data: 16 de junho.

Descrição: Em sua primeira apresentação pública em seis anos, Chico Buarque lotou o teatro da HKW, com capacidade para mil pessoas – apesar de relativamente pouco conhecido na Alemanha. Angariou críticas favoráveis por parte da imprensa local.

• ***DJ Dolores: Aparelhagem***

Data: 17 de junho.

Descrição: O DJ pernambucano apresentou seu projeto *Aparelhagem* no *foyer* da HKW, precedendo o *show* de Bebel Gilberto.

• ***Bebel Gilberto***

Data: 17 de junho.

Descrição: A apresentação da artista, mais conhecida na Alemanha que a maioria das demais estrelas do festival, lotou o teatro da HKW e repercutiu favoravelmente na imprensa local.

• ***DJ Marlboro***

Data: 22 de junho.

Descrição: O DJ, destacado pelo repertório de *funk* carioca, apresentou-se após a transmissão de partida de futebol no *foyer* da HKW, para público de cerca de 200 pessoas.

• ***Moreno Veloso, Domenico e Kassin***

Data: 23 de junho.

Descrição: O filho de Caetano Veloso, acompanhado dos cantores Domenico e Kassin, precederam a apresentação de Arnaldo Antunes.

• ***Arnaldo Antunes***

Data: 23 de junho.

Descrição: Em virtude do desconhecimento do artista no país, Arnaldo Antunes atraiu público relativamente reduzido e pouca atenção por parte dos meios de comunicação.

• ***Vitor Ramil***

Data: 24 de junho.

Descrição: O compositor e cantor gaúcho precedeu a apresentação de Jorge Ben Jor no auditório da HKW.

• ***Jorge Ben Jor***

Data: 24 de junho.

Descrição: Anunciado pela imprensa local com muita expectativa, Jorge Ben Jor apresentou-se diante de público significativo, formado em boa parte pela comunidade brasileira radicada em Berlim.

• ***José Miguel Wisnik, Ná Ozzetti e Jussara Silva***

Data: 29 de junho.

Descrição: O ensaísta e professor José Miguel Wisnik, que havia proferido palestra sobre futebol e cultura brasileira na véspera, apresentou suas composições no teatro da HKW, acompanhado das cantoras Ná Ozzetti e Jussara Silva.

• ***Trio Madeira Brasil***

Data: 30 de junho.

Descrição: Um dos mais destacados conjuntos de choro do Brasil, o Trio Madeira compensou o público limitado na HKW com as bem-sucedidas apresentações que realizou, posteriormente, no contexto do lançamento do documentário de longa-metragem *Brasileirinho*, de Mika Kaurismäki.

• ***Uakti***

Data: 30 de junho.

Descrição: O grupo mineiro de música experimental não despertou, infelizmente, especial interesse por parte de público e imprensa locais.

• ***Teresa Cristina e Grupo Semente***

Data: 1º de julho.

Descrição: Antecedendo o promissor *show* de Elza Soares, a cantora de samba e choro apresentou-se no palco externo da HKW.

• ***Elza Soares***

Data: 1º de julho.

Descrição: Na esteira de seu renascimento artístico, a cantora carioca atraiu público numeroso para o teatro da HKW. O *show* foi objeto de boa cobertura na imprensa.

• ***Axial***

Data: 7 de julho.

Descrição: O trio paulista de música experimental e eletroacústica abriu o *show* de Naná Vasconcelos.

• ***Naná Vasconcelos***

Data: 7 de julho.

Descrição: O consagrado percussionista, anunciado com euforia pela imprensa alemã, apresentou-se diante de público relativamente reduzido. Dias antes, havia realizado dois exitosos concertos em Hamburgo e no Instituto Iberoamericano de Berlim, no âmbito do projeto Trilogia do Carnaval (ver seção sobre eventos realizados por terceiros parceiros).

• ***Mestres da Guitarrada***

Data: 8 de julho.

Descrição: O quinteto de guitarras e voz interpretou obras do repertório tradicional da região Norte.

• ***Elba Ramalho***

Data: 8 de julho.

Descrição: O *show* de encerramento do festival de música popular brasileira, realizado na véspera da final da Copa do Mundo, atraiu cerca de mil pessoas ao teatro da HKW, com numerosa presença da comunidade brasileira radicada em Berlim.

5) Música de concerto

- ***Akanthus-Ensemble Berlin e Deutsches Symphonie-Orchester Berlin***

Data: 11 de junho.

Descrição: Durante os preparativos para a programação, a direção da HKW propôs concerto com a Deutsches Symphonie-Orchester (DSO), um dos melhores conjuntos sinfônicos alemães, dedicado a compositores brasileiros[281]. Os custos elevados de contratação da orquestra e aluguel de sala de concertos adequada levaram à redução da proposta para um concerto de câmara, nas instalações da HKW, com membros da DSO e do Akantus-Ensemble. O repertório concentrou-se em obras brasileiras do século XX.

Estimativa de público: cerca de 50 pessoas.

6) Palestras

O curador de literatura e teatro contratado pelo MinC, Flávio Carneiro, organizou três palestras sobre sociedade, cultura e futebol, no auditório da HKW.

- ***Pequena crônica sobre alguns sinais de transformação no imaginário urbano brasileiro***

Data: 10 de junho.

Palestrante: Heloísa Buarque de Holanda, professora da UFRJ.

Público estimado: 80 pessoas.

281 Telegrama nº 756, da Embaixada em Berlim, de 10 mai. 2005.

• ***Cultura contemporânea: redefinindo centro e periferia***

Data: 11 de junho.

Palestrante: Affonso Romano de Sant'Anna, poeta, ensaísta e professor.

Público estimado: 100 pessoas.

• ***O futebol como veneno e remédio***

Data: 28 de junho.

Palestrante: José Miguel Wisnik, músico, ensaísta e professor.

Público estimado: 50 pessoas.

A programação realizada em parceria com outras instituições (14 de janeiro de 2006 a 14 de janeiro de 2007)

1) Artes plásticas, arquitetura e *design*

- ***Fotografia Contemporânea Brasileira***

Período e locais: 14 de janeiro a 26 de fevereiro (Neuer Berliner Kunstverein, Berlim), 9 de abril a 11 de junho (Galeria da Cidade de Sindelfingen), 25 de junho a 16 de julho (Hallescher Kunstverein, Halle), 9 de agosto a 29 de outubro (Galeria da Cidade de Kiel) e 14 de novembro a 14 de janeiro de 2007 (Museu de Arte Dieselkraftwerk, Cottbus).

Descrição: A mais importante exposição de fotografia brasileira realizada nos últimos anos na Alemanha foi o segundo evento da Copa da Cultura, inaugurado em Berlim na sede da associação artística NBK. A mostra reuniu trabalhos de 12 fotógrafos contemporâneos, incluindo artistas de destaque como Caio Reisewitz, Emmanuel Nassar, Miguel Rio Branco e Rosângela Rennó, com a curadoria de Fernando Cocchiarale e Alfons Hug. Graças à rede de cooperação estabelecida entre a NBK e inúmeros centros culturais na Alemanha, foi uma das poucas exposições a ganhar turnê pelo país, levando a Copa da Cultura a quatro cidades pequenas e médias.

Patrocínio: O Instituto Goethe cofinanciou o evento, com o apoio de empresas privadas e das diferentes entidades culturais que acolheram a mostra.

Público estimado: 300 pessoas na inauguração em Berlim. Não há dados disponíveis sobre a visitação nos demais espaços culturais.

- ***Designmai***

Período: 17 a 21 de maio

Local: Berlim

Descrição: O Festival Internacional de *design* de Berlim, um dos mais importantes do mundo, dedicou espaço privilegiado ao Brasil em sua quarta edição, em 2006. Sob a curadoria de Kiko Farkas, Ethel Leon e Felipe Taborda, contratados pelo MinC, o estande brasileiro ocupou espaço de cerca de 400m². Foram expostos objetos, instalações e fotografias de *designers* brasileiros consagrados, como Lina Bo Bardi, Fernando Jaeger, Hugo França, Baraúna, Carlos Motta e Elvira de Almeida. Realizaram-se ainda, no âmbito do Festival, palestra com os curadores e exibição de filmes publicitários brasileiros.

Patrocínio: Os custos do estande brasileiro foram de € 70 mil, correspondentes à montagem e transporte e seguro das peças exibidas (€ 30 mil) e pró-labore e diárias dos curadores (€ 40 mil), integralmente cobertos pelo MinC.

Público estimado: 10 mil pessoas visitaram o Designmai ao longo dos cinco dias, segundo os organizadores.

- ***Frans Post – Pintor do Paraíso Perdido* (*Frans Post – Maler des Verlorenen Paradieses*)**

- ***Projeto Morrinho e Rosilene Ludovico***

Período: 2 de junho a 17 de setembro.

Local: Haus der Kunst, Munique.

Descrição: A exposição montada no Louvre em 2005, no âmbito do Ano do Brasil na França, foi levada a Munique no ano seguinte, agregando obras adicionais, no que se tornou a exibição mais completa do pintor holandês já reunida na Europa. Tratou-se, junto com Tropicália, da mostra de artes plásticas de maior valor artístico da Copa da Cultura, com boa repercussão na imprensa alemã e brasileira.

Foram também expostos desenhos da artista pernambucana Rosilene Ludovico e uma gigantesca maquete da Comunidade do Morro do Pereirão (Laranjeiras), montada por crianças e jovens do Projeto Morrinho do Rio de Janeiro.

Patrocínio: Fundação Cultural Ernst von Siemens, governo dos Países Baixos e Museu Etnográfico de Munique. A exposição de Rosilene Ludovico foi patrocinada pelo Instituto Goethe de Recife e pela Fundação Cultural da Renânia-Vestfália. O Projeto Morrinho, por sua vez, recebeu apoio financeiro do MinC, por meio do Edital[282], no valor de R$ 60 mil, da ONG carioca Associação Projeto Roda Viva, da Haus der Kunst e do escritório de arquitetura Baumgärtner+Aigner. O custo total do Projeto foi de R$ 163 mil.

Público estimado: n.d.

• ***Brasília Stories***[283]

Período: 8 de junho a 18 de agosto.

Local: Galeria da Verdi Haus, Berlim.

Descrição: Exposição fotográfica sobre Brasília da artista Gleice Mere e lançamento do livro *Brasília Stories* da autora alemã Carmen Stephan, publicado pela editora de arte Blumenbar. Gerou crítica extremamente favorável do jornal *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 25 mil, inteiramente cobertos pelo MinC.

Público estimado: cerca de 2.000 pessoas.

282 Processo MinC nº 01400.004910/2006-15, aberto em 1º jun. 2006.

283 Processo MinC nº 01400.005102/2006-75, aberto em 6 jun. 2006.

• ***Brasil+Berlin***

Período: 11 de junho a 9 de julho.

Locais: Galerias Blickensdorff, DNA, Kunstwerke, Nering+Stern, Schuster&Scheuermann e Weisser Elefant, em Berlim.

Descrição: A curadora Tereza de Arruda, radicada em Berlim, selecionou 24 jovens artistas brasileiros para exporem suas obras em seis galerias no centro da capital alemã, criando um roteiro de arte de vanguarda em contraponto às duas grandes exposições montadas paralelamente na HKW e na Igreja Sta. Elisabeth. Brasil+Berlin foi celebrada pelos críticos e pela imprensa como uma das mais importantes mostras de arte contemporânea brasileira realizadas na cidade nos últimos anos.

Patrocínio: Uma das três grandes exposições de artes visuais programadas pela HKW em conjunto com o MinC (ver seção sobre a programação de artes visuais na Casa das Culturas do Mundo). O Ministério financiou, por meio do Edital, cinco projetos individuais agregados a Brasil+Berlin. Foram eles:

- exposição de obras da artista Márcia.X.Bis[284] (R$ 25 mil);
- instalação Residuu, de autoria de Paulo Vivacqua[285] (R$ 6 mil);
- mostra de fotografia Milagres, de Orlando da Rosa Farya[286] (R$ 9 mil);
- mostra coletiva Urban Scapes, com obras de Marcelo Cidade, Lia Chaia, Odires Mlaszho, Chiara Banfi e Ding Musa[287] (R$ 25 mil);

284 Processo MinC nº 01400.004872/2006-09, aberto em 31 mai. 2006. A exposição incluiu duas instalações, dois vídeos e fotografias, na Galeria Weisser Elephant.

285 Processo MinC nº 01400.004859/2006-41, aberto em 31 mai. 2006. A instalação foi exposta na Galeria Weisser Elephant.

286 Processo MinC nº 01400.005528/2006-29, aberto em 16 jun. 2006. A mostra consistiu de cinco painéis fotográficos e foi realizada na Galeria Weisser Elephant.

287 Processo MinC nº 01400.004923/2006-94, aberto em 1º jun. 2006. Mostra realizada na Galeria DNA.

- mostra coletiva Água Corrente, com obras do grupo Linha Imaginária[288] (R$ 15 mil);
- exposição Tempo Limite, da artista Marlene Almeida[289] (R$ 15 mil).

Público estimado: Dados apenas disponíveis sobre os visitantes à Galeria Weisser Elephant, fornecidos pelos próprios artistas brasileiros: segundo as estimativas, 600 pessoas circularam pela galeria durante todo o período da exposição.

• ***Doppelpass – Passo Duplo***[290]

Período: 15 a 26 de junho.

Local: Museu Etnológico de Berlim.

Descrição: Videoinstalação do coreógrafo e artista plástico Aloisio Avaz, apresentada na exposição coletiva Ballarbeite, sobre futebol. Única obra de autor brasileiro na mostra, foi composta de 17 monitores apresentando simultaneamente depoimentos de jogadores de futebol amadores no Brasil. Aprovado no âmbito do Edital. Integrou o projeto Umbabarauma, cujas outras manifestações não foram incluídas na programação da Copa da Cultura.

Custos: R$ 20 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: 1.000 pessoas.

• ***The Image of Sound – Football***

Período: 16 de junho a 9 de julho.

Local: Igreja Sta. Elisabeth, Berlim.

288 Processo MinC nº 01400.004924/2006-39, aberto em 1º jun. 2006. Mostra exibida na Galeria Schuster & Scheuermann.

289 Processo MinC nº 01400.005010/2006-95, aberto em 5 jun. 2006. Exibida na Galeria Weisser Elephant.

290 Processo MinC nº 01400.005546/2006-19, aberto em 19 jun. 2006.

Descrição: O *designer* Felipe Taborda é criador do inovador projeto The Image of Sound, que reúne obras de arte originais inspiradas em canções de MPB, em torno de módulos temáticos específicos ("samba", "Tom Jobim" e "*rock* brasileiro" foram alguns dos anteriores). A edição levada a Berlim para a Copa da Cultura foi dedicada ao futebol e incluiu interpretações visuais de 30 canções por artistas plásticos convidados, incluindo Laura Vinci, Jarbas Lopes, Lia Menna Barreto, Rosa Magalhães e Alex Flemming. A exposição foi montada no interior de igreja abandonada no centro de Berlim.

Patrocínio: Uma das três grandes exposições de artes visuais programadas pela HKW em conjunto com o MinC (ver seção sobre a programação de artes visuais na Casa das Culturas do Mundo). O governo brasileiro destinou R$ 50 mil para a montagem da mostra e honorários ao curador e equipe de produção.

Público estimado: n.d.

• ***Exposição INTERCONNECT – Entre a atenção e a imersão***[291]

Período: 1º de setembro a 29 de outubro.

Local: Centro de Artes e Tecnologia da Informação (ZKM), em Karlsruhe.

Descrição: Exposição de obras de 12 artistas e grupos brasileiros vencedores de diversas edições do Prêmio Sérgio Motta de Arte e Tecnologia (Alice Miceli, André Parente, Caetano Dias, Daniela Kutschat/Rejane Cantoni, Grupo Poéticas Digitais, Gisela Motta/ Leandro Lima, Giselle Beiguelman, Kátia Maciel, Lucas Bambozzi, Luiz Duva, Raquel Kogan e Simone Michelin), produzidas com o uso da tecnologia, incluindo videoinstalações, instalações multimídia e *net art*. Resultado de convênio firmado entre o Instituto Sérgio Motta e o ZKM em 2004, foi a maior, mais cara e mais visitada exposição de

291 Processo MinC nº 01400.005631/2006-79, aberto em 21 jun. 2006.

arte contemporânea fora de Berlim. A cobertura de imprensa, contudo, limitou-se aos meios de comunicação locais. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: O custo total do projeto foi de cerca de R$ 574 mil, dos quais R$ 75 mil foram financiados pelo MinC.

Público estimado: 11 mil pessoas (estimativa dos organizadores brasileiros).

2) Audiovisual

- ***Projeto Animação***[292]

Período: 18 de maio, 10, 11, 17 e 18 de junho.

Local: Berlim.

Descrição: Exibição de filmes de animação para crianças, produzidos pelo Projeto Animação de Vitória, Espírito Santo. Os filmes foram apresentados em três cenários: no âmbito do Festival de Mídia Juvenil de Berlim, por meio do portal eletrônico Radijojo e no circo infantojuvenil Cabuwazi. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 19 mil, financiados pelo MinC. R$ 3,6 mil foram cobertos pelos proponentes.

Público estimado: Segundo os organizadores brasileiros, 1.600 pessoas assistiram ao Festival de Mídia Juvenil, e um total de 800 pessoas compareceram às quatro apresentações no Circo. As exibições *on-line* foram acessadas por cerca de 10.000 usuários.

292 Processo MinC nº 01400.005090/2006-89, aberto em 6 jun. 2006.

• ***Revelando os Brasis***[293]

Período e locais: 10 de junho a 9 de julho (HKW e Centro Cultural Pfefferberg, em Berlim), 21 e 22 de junho (Filmhaus de Colônia), 6 de outubro (Centro Cultural Klangfarben, em Regensburgo).

Descrição: Projeto de inclusão social através da produção de filmes digitais por alunos da rede pública em municípios com menos de 20 mil habitantes, promovido pela ONG Instituto Marlin Azul. Oito vídeos foram exibidos no contexto das mostras Pós-Cinema Novo, na HKW, e Brasil Plural 9, bem como em sessões isoladas em três cidades alemãs. Aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 35 mil, financiados pelo MinC, e R$ 7,7 mil, cobertos pelo Instituto Marlin Azul.

Público estimado: 50 pessoas no Centro Cultural Pfefferberg, em Berlim; 100 pessoas em Colônia; 200 pessoas em Regensburgo.

• ***Futebol na Lata***[294]

Período: 15 de junho a 3 de julho

Local: Cinema Babylon Mitte, em Berlim

Descrição: Mostra de 14 filmes brasileiros sobre futebol (em 38 sessões), realizada pela MC2 Produções. A programação incluiu documentários e ficção, de longa e curta metragem. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 50 mil, financiados pelo MinC

Público estimado: Os organizadores brasileiros contabilizaram, ao todo, 54 pessoas nas 38 sessões. Tratou-se da mostra de cinema menos visitada da Copa da Cultura.

293 Processo MinC nº 01400.005094/2006,67, aberto em 6 jun. 2006.

294 Processo MinC nº 01400.004840/2006-03, aberto em 30 mai. 2006.

- ***Lançamento do filme "Brasileirinho"* (Mikka Kaurismäki, 2004)**

Data: 2 de julho.

Local: Cinema Eiszeit, em Berlim.

Descrição: O documentário de longa-metragem *Brasileirinho*, sobre o choro, teve estreia mundial no Festival Internacional de Berlim de 2005, com calorosa recepção do público. O lançamento do filme em circuito comercial consumou-se no ano seguinte, em evento no cinema Eiszeit, em Berlim, que contou com apresentação do Trio Madeira Brasil.

Patrocínio: A distribuidora Cinex Films patrocinou o evento de lançamento.

Público estimado: 150 pessoas.

- ***Brasil Plural* 9**

Período e locais: Munique (11 a 22 de outubro, 18 e 19 de janeiro de 2007), Berlim (19 a 22 de outubro), Hamburgo (23 a 29 de outubro), Lüneburg (24 de outubro), Dortmund (17 a 22 de novembro), Frankfurt am Main (23 a 27 de novembro), Jena (28 e 29 de novembro), Freiburg (1º a 4 de dezembro), Colônia (7 a 10 de dezembro), Stuttgart (14 a 18 de dezembro), Bremen (4 de janeiro) e Bamberg (14 de janeiro).

Descrição: O Brasil Plural foi criado em 1998 e firmou, em 2003, um acordo de parceria com o Itamaraty e o MinC, o que possibilitou turnês anuais por países europeus de língua alemã. Concentrou-se na difusão da produção nacional de curta-metragens e documentários nacionais até sua reformulação em 2007, ano em que se transformou no Programa Cine Brasil. A 9ª edição do Brasil Plural foi incorporada à Copa da Cultura, com passagem por 12 cidades alemãs, além da Áustria e Suíça. O evento apresentou resultados modestos no que se refere à repercussão junto ao público alemão, meio especializado e imprensa.

Foram incluídas as seguintes atividades na programação de 2006:

- exibição de 15 curtas e cinco longa-metragens (dois documentários e três filmes de ficção);
- cinco vídeos no âmbito da mostra Revelando os Brasis[295];
- Brasil Mais Plural, ciclo de debates sobre a produção audiovisual de comunidades carentes no Brasil, com a participação do grupo Nós do Cinema, do Rio de Janeiro;
- *shows* de abertura em cada etapa da turnê, com artistas e conjuntos brasileiros convidados;
- encontro de coprodutores Brasil-Alemanha, realizado em Munique, em 18 e 19 de janeiro de 2007, com a participação do Instituto Goethe e de representantes da Ancine.

Patrocínio: Petrobras, por intermédio da Lei de Incentivo à Cultura (Ancine), MinC (com recursos diretos da ordem de USD 50 mil), DC/MRE (USD 30 mil) e cinemas e instituições que sediaram a mostra nas 12 cidades alemãs.

Público estimado: Média de 50 pessoas por sessão.

• ***Mostra de Cinema da Amazônia***[296]

Período e locais: 1º e 2 (Kino im Sprengel, em Hannover), 9 e 10 (Centro de Arte Independente de Berlim), 15 e 16 (Universidade de Frankfurt am Main), 18 e 19 (Universidade de Colônia) e 21 e 22 de dezembro (Nord-Süd Forum, Munique)

Descrição: Mostra de 20 curta-metragens (em 20 sessões), documentários e de ficção, produzidos em estados da região Norte.

295 Ver referência ao projeto Revelando os Brasis nesta seção.

296 Processo MinC nº 01400.004847/2006-17, aberto em 30 mai. 2006.

Projeto realizado pelo Instituto Cultural Amazônia Brasil, de Belém, e aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 27 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: n.d.

• ***Participação brasileira no Festival de Curtas InterFilm Berlin***[297]

Período e locais: 7 a 12 de novembro (cinemas Babylon Mitte e Hackescher Höfe, em Berlim) e 3 de dezembro (Festival Internacional de Curtas de Colônia).

Descrição: Mostra de 33 curta-metragens brasileiros, organizada pela associação Cachaça Cinema Clube, do Rio de Janeiro. As cinco sessões distintas (exibidas duas vezes cada), com uma hora e meia de duração, integraram a programação da 22ª edição do Festival InterFilm Berlin, o segundo maior da Alemanha. Uma seleção dos filmes foi exibida em Colônia, em dezembro, no contexto do 9º Festival de Curtas de Colônia (*Short Cuts Cologne* 2006). Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 30 mil, financiados pelo MinC. O Festival InterFilm apoiou o projeto com cerca de R$ 38 mil.

Público estimado: 1.223 espectadores em Berlim. Dados não disponíveis em Colônia.

3) Dança

•

• ***Like an Idiot* e *Homens***[298]

Período e locais: 17 e 18 de março (Tanzhaus NRW, em Düsseldorf), 15 de julho (DanceKiosk, em Hamburgo) e 11 e 12 de novembro (Fabrik Potsdam, em Potsdam).

297 Processo MinC nº 01400.005016/2006-62, aberto em 5 jun. 2006.

298 Processo MinC nº 01400.006124/2006-52, aberto em 3 jul. 2006.

Descrição: Turnê alemã dos espetáculos *Like an Idiot* (solo) e *Homens* (quatro artistas), realizados pela Companhia Cristina Moura, do Rio de Janeiro. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 23,5 mil, financiados pelo MinC, de um total de cerca de R$ 78 mil.

Público estimado: média de 400 pessoas por noite em Düsseldorf, 120 em Hamburgo, 150 em Potsdam.

- ***Brasil: Diversidade+Identidade***[299]

Período e local: 16 a 19 de agosto, na Internationale Tanzmesse NRW, em Düsseldorf.

Descrição: Estande brasileiro na Feira Internacional de Dança de Düsseldorf. As atividades do espaço incluíram apresentações de quatro companhias de dança contemporânea brasileira (Maria Alice Poppe, Ana Vitória Dança Contemporânea, Grupo Tápias e Ana Paula Bouzas), exibições de vídeos sobre a produção de artistas brasileiros e distribuição de material de divulgação. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 40 mil, financiados pelo MinC. Foram utilizados recursos do projeto Correios em Movimento 2006, realizado dias antes no Rio de Janeiro.

Público: O número total de visitantes da Feira foi estimado, pelos organizadores, em 10,5 mil pessoas.

- ***Dança em Foco***[300]

Período e local: 30 de novembro a 4 de dezembro, no Teatro Tanzbühne, em Halle.

Descrição: Exibição de quatro sessões de videodanças organizadas pelos coreógrafos Leonel Brum, Paulo Caldas, Regina Levy e Eduardo

299 Processo MInC nº 01400.004885/2006-70, aberto em 31 mai. 2006.

300 Processo MinC nº 01400.004860/2006-76, aberto em 31/5/2006.

Bonito. A iniciativa incluiu, também, oficina sobre a produção de videodanças e palestra. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 25 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: 200 pessoas.

• ***Via sem Regra***[301]

Período e locais: 13 a 21 de maio (Kunsthaus Rhenania, em Colônia) e 2 a 5 de junho (Tanzhaus NRW, em Düsseldorf).

Descrição: Proposta de integração cênica de pessoas portadoras e não portadoras de deficiências físicas, no âmbito do projeto Dance Meets Differences, trabalho conjunto da coreógrafa alemã Gerda Koenig com a companhia brasileira Incena 2.5. Via sem Regra integrou a programação dos festivais de dança KulturDifferenceTanz, em Colônia, e Crossings Dance Festival, em Düsseldorf, incluindo, além das apresentações, dos ensaios abertos ao público e da exibição de documentário. Aprovado no âmbito do Edital.

Custos totais: € 153.600, dos quais R$ 40 mil financiados pelo MinC.

Público estimado: 1.680 pessoas (Colônia), 2.280 pessoas (Düsseldorf).

4) Literatura

• ***Lançamento do livro "Gooool!"***

Data: 27 de fevereiro.

Descrição: Por iniciativa da Embaixada, a editora Suhrkamp, uma das maiores da Alemanha, firmou contrato com os herdeiros

301 Processo MinC nº 01400.005397/2006-80, aberto em 12/6/2006.

de Nelson Rodrigues para a publicação de coletânea de crônicas de futebol, inéditas no país. O conteúdo foi selecionado e traduzido pelo Prof. Henry Thorau, da Universidade de Trier, responsável também pela edição da obra dramática de Nelson Rodrigues nos anos 1970. O livro foi lançado durante a Feira do Livro de Leipzig, de 16 a 19 de março de 2006, e encontra-se até hoje disponível no mercado alemão.

Patrocínio: O DC/MRE financiou os honorários do tradutor, no montante de USD 3 mil. Todo o restante das despesas foi coberto pela editora Suhrkamp.

Encontros literários no Instituto Iberoamericano de Berlim, sob a curadoria do MinC

Os seis encontros com escritores brasileiros programados pelo escritor Flávio Carneiro, curador contratado pelo MinC, realizaram-se no Instituto Iberoamericano de Berlim (Iberoamerikanisches Institut – IAI), uma das instituições alemãs mais ativas na cooperação cultural com os países da América Latina. As atividades contaram com a participação de moderadores alemães, especialistas em literatura brasileira ou latino-americana. Muitos foram convidados pelo curador na qualidade de tradutores *ad hoc*, uma vez que apenas dois dos escritores possuíam obras já lançadas no mercado alemão.

Todos os custos relativos a cachês, diárias e passagens aéreas dos seis escritores foram cobertos pelo MinC, totalizando R$ 120 mil.

- ***João Gilberto Noll***

Data: 18 de abril.

Descrição: Leitura de trechos do premiado romance *Lorde*, até então não publicado na Alemanha.

• ***Luiz Fernando Veríssimo***

Data: 12 de junho.

Descrição: Leitura de trechos do livro *O opositor*, recém-lançado na Alemanha com o título *Meierhoffs Verschwöhrung* (Droemer/Knaur, 2006).

• ***Luiz Antônio de Assis Brasil***

Data: 14 de julho.

Descrição: Exibição do filme *Jakobine* (Jorge Bodanski/Wolf Gauer, 1978), baseado no romance *Videiras de cristal*, seguida de leitura de trechos da obra e debate sobre cultura brasileira, com a participação de acadêmicos alemães e brasileiros. Projeto aprovado no âmbito do Edital (sob o título "O Brasil de Assis Brasil", descrito a seguir).

• ***Sergio Sant'Anna***

Data: 19 de setembro.

Descrição: Leitura de trechos do romance *Um crime delicado*, traduzido na Alemanha como *Die Wahrheit über den Fall Antonio Martins* (Fischer Taschenbuch Verlag, 1997), seguida de exibição do filme homônimo (Beto Brant, 2005).

• ***Cinthia Moscovich***

Data: 9 de outubro.

Descrição: Leitura de contos e trechos de romances da autora gaúcha, especialmente traduzidos para a ocasião.

- ***Cláudia Roquette-Pinto***

Data: 16 de novembro.

Descrição: Leitura de poemas selecionados pela autora, traduzidos especialmente para a ocasião.

Outros eventos literários

- ***O Brasil de Assis Brasil***[302]

Período e locais: 10 de julho (*Brasilien-Zentrum* da Universidade de Tübingen) e 13 de julho (Casa do Livro de Leipzig).

Descrição: Ciclo de palestras sobre literatura e cultura brasileiras, seguidas de leituras de trechos do livro *Videiras de cristal*, com o escritor Luiz Antonio de Assis Brasil. Projeto também incluído na série de encontros literários no IAI.

Custos: R$ 10 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: 90 pessoas em Tübingen, 40 em Leipzig e 45 em Berlim.

- ***Guimarães Rosa de Todas as Artes***[303]

Período: 20 de outubro a 7 de novembro.

Locais: IAI de Berlim, Universidade Livre de Berlim e Embaixada do Brasil.

Descrição: Série de eventos em homenagem ao cinquentenário de publicação de *Grande Sertão*: Veredas. O projeto, aprovado no âmbito do Edital, careceu de divulgação adequada e relatório de prestação de contas por parte dos proponentes, apesar de ter recebido um dos maiores aportes financeiros pelo MinC. A programação incluiu:

302 Processo MinC nº 01400. 006110/2006-39, aberto em 3 jul. 2006.

303 Processo MinC nº 01400.006500/2006-17, aberto em 11 jul. 2006.

- pequena exposição de fotografias e documentos pessoais do autor no Instituto Latino-Americano da Universidade Livre;
- seminário no IAI, com a participação de acadêmicos e especialistas brasileiros e alemães;
- exibição dos filmes *A hora e a vez de Augusto Matraga* (Roberto Santos, 1965), no IAI, *Sagarana, o duelo* (Paulo Thiago, 1973) e *A terceira margem do rio* (Nelson Pereira dos Santos, 1994), na Embaixada.

Patrocínio: R$ 60 mil financiados pelo MinC. A produtora Arte Urbana Cultural e as demais instituições envolvidas assumiram o restante das despesas.

Público estimado: n.d.

5) Música de concerto

• ***Sergio Monteiro***

Data: 24 de janeiro.

Local: Konzerthaus de Berlim (*Kleiner Saal*).

Descrição: Um dos mais promissores talentos da nova geração de pianistas brasileiros, Sergio Monteiro realizou, na ocasião, seu primeiro recital comercial na Alemanha (o artista já havia se apresentado na Embaixada do Brasil, no ano anterior, com grande êxito). A prestigiosa Konzerthaus de Berlim copatrocinou o evento, mas, lamentavelmente, o desconhecimento do músico fora do Brasil prejudicou o comparecimento do público.

Custos: A Konzerthaus ofereceu gratuitamente uma de suas salas de concerto para o recital. O DC/MRE assumiu as despesas do cachê (USD 500,00) e da impressão e expedição dos convites.

Público estimado: 50 pessoas.

• ***Duo Pianístico da UFRJ***

Data: 2 de junho.

Local: Halle.

Descrição: O duo formado pelas pianistas Sonia Vieira e Maria Helena de Andrade, originalmente previsto para integrar a programação de câmara na Embaixada do Brasil, teve sua apresentação transferida para a cidade de Halle.

Custos: O MinC patrocinou o recital, incluído no pacote de música de câmara na Embaixada.

Público estimado: n.d.

• ***Volta às Raízes***[304]

Datas e local: 17 e 18 de junho, na Sala de Concertos Haus 19, da Universidade de Humboldt, em Berlim.

Descrição: Dois concertos solo da percussionista brasileira Cláudia Sgarbi, radicada na Alemanha. O programa incluiu exclusivamente obras contemporâneas brasileiras.

Custos: R$ 5,6 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: n.d.

• ***Jocy de Oliveira***[305]

Período e locais: 24 de junho (Abadia de Trombacher Hof, em Bad Kreuznach), 22 de outubro (Ballhaus Naunynstrasse, em Berlim) e 9 de dezembro (Pi-Haus, em Freiberg).

Descrição: Videoconcerto e dois concertos ao vivo com obras da compositora contemporânea Jocy de Oliveira: exibição em vídeo da estreia da ópera *Kseni – Die Fremde*, na Abadia de Trombacher Hof, e

304 Processo MinC nº 01400.006745/2006-36, aberto em 18 jul. 2006

305 Processo MinC nº 01400.005478/2006-80, aberto em 14 jun. 2006

versão de concerto na cidade de Freiberg, interpretada pela soprano alemã Sigune von Osten; e a estreia do ciclo de obras solo em Berlim, com a soprano Katia Guedes. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 40 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: n.d.

- ***Duo Percussão 2 em 1***[306]

Período e locais: 22 de setembro (*Volkshochschule* de Ulm), 23 de setembro (Festival de Percussão na *Reithalle* de Offenburg), 24 e 25 de setembro (*Spittalkirche* de Breisach), 27 de setembro (Sala Walpurgis na *Musikinsel* de Singen) e 28 de setembro (Festival de Música Contemporânea Musiklabor, no Auditório Carl Orff, em Munique).

Descrição: Turnê dos percussionistas brasileiros Paraguassu Abraão e Sérgio Naidin, integrantes da Orquestra Sinfônica do Theatro Municipal do Rio de Janeiro. O Duo realizou cinco concertos com repertório contemporâneo brasileiro e uma oficina para alunos e professores, em Breisach. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 55 mil, integralmente financiados pelo MinC.

Público estimado: 160 pessoas em Ulm, 340 em Offenburg, 106 nas duas apresentações em Breisach, 138 em Singen e 74 em Munique.

- ***Rosana Lanzelotte e Caíto Marcondes***[307]

Data e local: 30 de outubro, no Auditório do Instituto Iberoamericano (IAI), em Berlim.

Descrição: A consagrada cravista Rosana Lanzelotte apresentou obras de compositores europeus do período barroco e juntou-se ao percussionista Caíto Marcondes para interpretar arranjos de peças de Ernesto Nazareth, em proposta semelhante à do concerto Trilogia do

306 Processo MinC nº 01400.004925/2006-83, aberto em 1º jun. 2006.

307 Processo MinC nº 01400.005406/2006-32, aberto em 12 jun. 2006.

Carnaval[308]. Repetiu o êxito de público dos demais concertos realizados no IAI. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 20 mil, inteiramente pagos pelo MinC.

Público estimado: 750 pessoas.

• ***Duo Pontes***[309]

Período e locais: 15 de novembro (Sala de Concertos do Conservatório Heinrich Schütz, em Gera), 16 de novembro (Wandelhalle, em Bad Liebenstein), 18 de novembro (Saal am Palais, em Weimar), 19 de novembro (Gesellschaftshaus, em Magdeburgo), 22 de novembro (Conservatório de Dessau), 23 de novembro (Festsaal im Kurhaus, em Bad Schmiedeberg), 24 de novembro (Sala das Nações, em Hettstedt), 25 de novembro (Katharinensaal, em Wittemberg), 1º de dezembro (Igreja St. Nepomuk, em Chemnitz), 2 de dezembro (Castelo Moritzburg, em Zeitz), 3 de dezembro (Conservatório de Dessau), 8 de dezembro (Badisches Landesmuseum, em Karlsruhe)

Descrição: Turnê do Duo Pontes, integrado pelos premiados músicos Pedro Bielschowsky (violoncelo) e Sérgio Pontes (piano), com a participação da flautista alemã Mechthild Bier. O programa de todos os 12 concertos foi inteiramente dedicado a obras de compositores clássicos brasileiros. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 40 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: n.d.

308 Ver referência à Trilogia do Carnaval, no item "Música popular", desta seção.

309 Processo MinC nº 01400.008681/2006-16, aberto em 11 set. 2006.

6) Música popular

• ***Homenagem a Tom Jobim***[310]

Datas e locais: 16 de junho (Königstein) e 22 de junho (Dortmund).

Descrição: Duas apresentações do quarteto baiano de música instrumental Afro Bossa Nova (Armandinho, Nivaldo Ornelas, Gabriel Improta e Robertinho Silva), com repertório inteiramente dedicado a Tom Jobim. O alto nível dos músicos não foi acompanhado de merecida repercussão ou presença de grande público. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 50 mil, financiados pelo MinC. O Itamaraty concedeu duas passagens aéreas para o grupo.

Público estimado: n.d.

• ***Ser-Hum-Mano***[311]

Datas e locais: 18, 20, 23 e 28 de junho, 1º e 15 de julho (Festival ALTONALE, Museu Antropológico, *fan fest* da FIFA, Festival de Percussão de St. Pauli e parque Planten on Blomen, em Hamburgo), 8 de julho (Universidade de Tübingen) e 9 de julho (Bar Sur, em Stuttgart).

Descrição: Apresentações de rua do premiado percussionista e capoeirista Dinho Nascimento, com quatro acompanhantes. Incluiu ainda oficinas de capoeira e samba de roda em Hamburgo e na Universidade de Tübingen . Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 46 mil, dos quais R$ 29 mil financiados pelo MinC. O restante coube aos organizadores dos eventos alemães.

Público estimado: O artista aproveitou eventos com grande concentração de público para fazer suas apresentações. O concerto no

310 Processo MinC nº 01400.004819/2006-08, aberto em 30 mai. 2006.

311 Processo MinC nº 01400.004813/2006-22, aberto em 30 mai. 2006.

parque Planten on Blomen, em Hamburgo, foi visto por mil pessoas, segundo Dinho Nascimento.

• ***Digitaria***[312]

Datas: 23 de junho (Colônia), 24 de junho (Schanstedt), 29 de junho, 15 e 22 de julho, 9 de agosto (Berlim), 5 de julho (Munique), 7 de julho (Guben).

Locais: Discotecas e festas de música eletrônica.

Descrição: Turnê europeia do grupo mineiro de música eletrônica Digitaria no contexto do lançamento de seu primeiro álbum, pelo prestigiado selo alemão Gigolo Records. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 25 mil, financiados pelo MinC. Parte das despesas foi coberta pela gravadora.

Público estimado: 500 pessoas em Colônia, 800 em Schanstedt, 3.800 nas quatro apresentações em Berlim, 400 em Munique, 2.000 em Guben.

• ***Trilogia do Carnaval***[313]

Datas e locais: 2 de julho (Musikhalle de Hamburgo) e 3 de julho (Auditório do IAI, em Berlim).

Descrição: O pianista clássico Marcelo Bratke e o percussionista Naná Vasconcelos, acompanhados do jovem músico Lucas dos Prazeres (residente de um bairro carente da periferia de São Paulo), repetiram em Hamburgo e Berlim o sucesso obtido no Carnegie Hall, em Nova York, com a apresentação de arranjos para piano e percussão de peças de Villa-Lobos, Ernesto Nazareth e Darius Milhaud, além de composições originais de Vasconcelos. O concerto em Berlim foi um

312 Processo MinC nº 01400.004915/2006-48, aberto em 1º jun. 2006.

313 Processo MinC nº 01400.004907/2006-00, aberto em 1º jun. 2006.

dos maiores êxitos musicais da Copa da Cultura, tanto pela qualidade e originalidade do repertório quanto pela calorosa recepção do público. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: O MinC financiou a apresentação em R$ 70 mil. O restante das despesas, no valor de R$ 71 mil, foi coberto pelos próprios músicos e por patrocínios de empresas privadas. A Embaixada em Berlim e o IAI ocuparam-se da divulgação do evento.

Público estimado: 800 pessoas em Berlim, 400 em Hamburgo.

• ***Acústico Da Guedes***[314]

Datas: 13 de julho (Centro Cultural KUZ, em Mainz) e 15 de julho (Festival Viva Afro Brasil, nos jardins do castelo de Stuttgart).

Descrição: *Shows* acústicos do grupo de *hip-hop* Da Guedes, do Rio Grande do Sul, com a participação de instrumentistas de samba e choro. Em Mainz, o conjunto dividiu o palco com a bateria da escola de samba da Mangueira. Em Stuttgart, apresentou-se com Daniela Mercury, Gal Costa e Maria Rita. Apesar do peso dos artistas convidados, o Festival Viva Afro Brasil atraiu público reduzido e não repercutiu na imprensa. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 70,6 mil, dos quais R$ 65 mil cobertos pelo MinC.

Público estimado: 1.500 pessoas em Mainz, 1.000 pessoas em Stuttgart.

• ***Mapa Mundi – Samba and Poetry***[315]

Datas e locais: 14, 16 e 18 de julho, 13 de agosto, nos centros culturais Kulturbrauerei e Schokolade Fabrik, Embaixada do Brasil e Galeria Davide Gallo, em Berlim.

Descrição: Quatro apresentações da poeta, compositora e cantora paulista Beatriz Azevedo, reunindo leitura de poesia e *show* de MPB.

314 Processo MinC nº 01400.005007/2006-71, aberto em 5 jun. 2006.

315 Processo MinC nº 01400.005017/2006-15, aberto em 5 jun. 2006.

O evento na Embaixada não integrou a série de concertos de câmara nem recebeu apoio por parte do DC/MRE. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 50 mil, dos quais R$ 25 mil cobertos com recursos do MinC.

Público estimado: segundo a artista, cerca de 2 mil pessoas assistiram às quatro apresentações em Berlim (cerca de 300 na Embaixada).

- ***Viagens Musicais: o Boi no Telhado***

Data e local: 28 de setembro, no Auditório do IAI, em Berlim.

Descrição: O projeto Viagens Musicais, apresentado no Ano do Brasil na França e no Centro Cultural do Banco do Brasil no Rio de Janeiro, foi desenvolvido pelo musicólogo Manoel Aranha Corrêa do Lago e pelo violonista Paulo Aragão, que transcreveram o balé orquestral de Darius Milhaud para grupo de chorões. Complementou o programa do concerto a apresentação das peças originais populares que inspiraram a obra do compositor francês. Assim como no concerto Trilogia do Carnaval, também realizado no IAI, o êxito de público foi notável.

Patrocínio: O DC/MRE financiou as diárias, em um total de USD 6 mil, e as passagens aéreas para os cinco músicos. O IAI, por sua vez, cedeu o auditório e apoiou a Embaixada na divulgação do evento.

Público estimado: 500 pessoas.

- ***Bumba Boi Bate uma Bola***[316]

Período e local: 15 a 17 de setembro, no Festival das Culturas de Hamburgo.

316 Processo MinC nº 01400.006729/2006-43, aberto em 18 jul. 2006.

Descrição: Apresentação do bumba-meu-boi da cidade maranhense de Guimarães, com 17 membros, no Festival das Culturas de Hamburgo. O grupo se exibiu no *campus* da Universidade de Hamburgo e participou de desfile pelas ruas da cidade. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: Os R$ 55 mil financiados pelo MinC cobriram as passagens aéreas dos integrantes do grupo. O restante das despesas foi pago pelos organizadores do Festival.

Público estimado: n.d.

- ***Participação brasileira na feira Popkomm***

Período e local: 19 a 22 de setembro, no Pavilhão de Feiras e Exposições de Berlim.

Descrição: A Popkomm é a principal feira do mercado fonográfico na Alemanha e uma das mais importantes do mundo. Além de ponto de encontro das principais empresas e expositores do ramo (cerca de 800 em 2006, provenientes de 50 países), o evento reúne músicos de inúmeros países para apresentações em Berlim. O Brasil foi o país homenageado na edição de 2006 – o primeiro parceiro não europeu da Feira – por meio do estande "Música do Brasil", de 200m². Além da presença de cerca de 40 representantes de gravadoras brasileiras, as seguintes atividades foram incluídas na programação da Copa da Cultura:

- apresentações de 22 músicos brasileiros, segmentadas em quatro *shows* temáticos: festa inaugural (19/9), Brasil Plural (20/9), Brasil Global (21/9) e Brasil Digital (22/9). Entre os artistas de maior destaque, Yamandu Costa, Naná Vasconcelos, Carlos Malta, Chico César e Badi Assad;

- conferência *Diversidade cultural do Brasil no mercado internacional*, com a participação do Ministro Gilberto Gil.

Patrocínio: Não há informações precisas disponíveis sobre os valores desembolsados pelo MinC e sua principal parceira no evento,

a Apex Brasil. Sabe-se que a Apex – na qualidade de coordenadora do projeto de promoção da música popular brasileira no exterior, o Música do Brasil – cobriu as despesas de montagem do estande. O MinC assumiu os gastos relativos à participação dos músicos brasileiros, de aproximadamente R$ 900 mil.

Público estimado: Segundo os organizadores, a feira foi visitada por 15 mil profissionais do mercado fonográfico, e 65 mil pessoas que assistiram à programação cultural. Não há, contudo, estimativas sobre o público presente aos *shows* brasileiros.

• ***Célia Mara***[317]

Data e local: 12 de novembro, no centro cultural Estação Langendreer, em Bochum.

Descrição: Apresentação da cantora mineira de MPB Célia Mara, no contexto da série Matinée Funkhaus Europa, programa de concertos promovido pela rádio WDR. O *show* integrou turnê europeia de divulgação do disco *Bastardista*, lançado na Áustria com sucesso de crítica. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 19 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: 250 pessoas. O *show*, no entanto, foi transmitido ao vivo pela rádio Funkhaus Europa, da rede WDR, o que lhe garantiu boa repercussão.

7) Teatro e *performance*

Série de leituras dramáticas no teatro Volksbühne, sob a curadoria do MinC

A série de cinco leituras dramáticas no Volksbühne, um dos teatros mais tradicionais de Berlim (o outro palco histórico é o Berliner

317 Processo MinC nº 01400.006131/2006-54, aberto em 3 jul. 2006.

Ensemble), foi concebida pelo curador Flávio Carneiro. O MinC cobriu integralmente os custos envolvidos, correspondentes a R$ 60 mil. O pagamento ao Volksbühne, entretanto, transformou-se em um dos episódios de repercussão mais negativa na Copa da Cultura, evidenciando entraves burocráticos e outros problemas estruturais que prejudicaram a gestão financeira de muitas das atividades realizadas com terceiros parceiros[318].

- ***A falecida*** **(Nelson Rodrigues)**

Datas: 24 e 30 de abril.

Descrição: A primeira leitura dramática da série realizou-se no âmbito da Semana Nelson Rodrigues (ver descrição do evento na seção dedicada à programação na Embaixada do Brasil), dirigida pelo renomado Frank Castorf, com texto traduzido por Henry Thorau. A boa aceitação e forte presença do público levaram à reapresentação em 30 de abril.

Público estimado: 200 pessoas na estreia, 150 na reapresentação.

- ***O rei da vela*** **(Oswald de Andrade)**

Data: 5 de junho.

Descrição: Uma das duas participações do Teatro Oficina na Copa da Cultura (a outra foi a peça *O assalto*, no âmbito do festival Brasil em Cena). José Celso Martinez, célebre na Alemanha por sua presença regular em festivais teatrais no país, dirigiu a leitura dramática a convite da Volksbühne.

Público estimado: n.d.

318 Ver Item 3.4, Capítulo 3, Parte II.

• ***Auto da Compadecida*** **(Ariano Suassuna)**

Data: 15 de junho.
Descrição: A peça de Ariano Suassuna, levada à Alemanha pela primeira vez nesse formato, foi seguida de exibição do filme *Cidade baixa*, de Sérgio Machado.
Público estimado: n.d.

• ***Dois perdidos numa noite suja*** **(Plínio Marcos)**

Data: 28 de outubro.
Descrição: Direção de Gabriele Gysi.
Público estimado: n.d.

• ***Murro em ponta de faca*** **(Augusto Boal)**

Data: 27 de novembro.
Descrição: Direção de Jürgen Kuttner.
Público estimado: n.d.

• ***Agreste*** **(Newton Moreno)**

Data: 28 de novembro.
Descrição: Montagem de Dimiter Gotscheff.
Público estimado: n.d.

Brasil em Cena – Festival de Teatro Brasileiro Contemporâneo no Hebbel Theater am Ufer (HaU)

O complexo de três casas teatrais unidas sob o nome HaU tornou-se referência na cena contemporânea de Berlim, caracterizando-se por ser palco de montagens experimentais e vanguardistas. A relação do

HaU com o Brasil iniciou-se em 2003, com a exitosa primeira edição do festival de dança contemporânea Move Berlim. O Festival Brasil em Cena, concebido pelo MinC como ápice da programação teatral da Copa da Cultura, realizou-se na semana de 30 de maio a 7 de junho e alcançou grande sucesso de público e crítica. A curadoria ficou a cargo de Ricardo Muniz Fernandes, Kirsten Hehmeyer e Matthias Pees, que organizaram seis peças teatrais (em 12 apresentações) e quatro *performances*, com 10 companhias e grupos brasileiros.

Os custos foram parcialmente cobertos pelo MinC, em um total de R$ 810 mil, equivalentes a cerca de € 300 mil (R$ 350 mil relativos ao patrocínio às apresentações teatrais e palestras e R$ 460 mil correspondentes aos gastos de hotel e diárias dos artistas, produtores e palestrantes convidados).

- ***Ensaio Hamlet***

Datas: 30 de maio e 1º de junho.

Companhia e direção: Cia. dos Atores (Rio de Janeiro) e Enrique Diaz. Baseada em excertos da peça de Shakespeare. Seguida de mesa-redonda com o jornalista alemão Friedhelm Teicke.

Público estimado: 300 pessoas por noite.

- ***Agreste***

Datas: 31 de maio e 1º de junho.

Companhia e direção: Cia. Razões Inversas (São Paulo), Márcio Aurélio. Seguida de mesa-redonda com Ricardo Muniz Fernandes e o dramaturgo Newton Moreno, autor da peça.

Público estimado: 300 pessoas por noite.

• ***Tanque***

Data: 31 de maio.

Descrição: *Performance* de Marco Paulo Rolla e Dudude Hermann (Belo Horizonte).

Público estimado: n.d.

• ***Canibal***

Data: 1º de junho.

Descrição: *Performance* de Marco Paulo Rolla (Belo Horizonte).

Público estimado: n.d.

• ***Cavalo marinho revisitado***

Datas: 2 e 3 de junho.

Descrição: Apresentações de teatro de rua tradicional realizadas pela companhia Coletivo Pernambuco, formada pelos grupos Estrela de Ouro e Grial de Dança.

Público estimado: n.d.

• ***O assalto***

Datas: 3 e 4 de junho.

Companhia e direção: Teatro Oficina, Marcelo Drummond. Montagem de peça de Zé Vicente.

Público estimado: n.d.

• ***Futebol***

Datas: 3 e 4 de junho.

Descrição: *Performances* da Frente 3 de Fevereiro, seguidas de

mesa-redonda com os coreógrafos Michaela Schlagenwerth e Wagner Carvalho.

Público estimado: n.d.

• ***L.I.C.K. my Favela***

Data: 3 de junho.

Descrição: *Performance* e concerto do grupo TETINE (São Paulo/ Londres).

Público estimado: n.d.

• ***Por Elise***

Datas: 5 e 6 de junho.

Companhia e direção: Cia. Espanca! (Belo Horizonte) e Grace Passô.

Público estimado: n.d.

• ***Arena conta Danton***

Datas: 6 e 7 de junho.

Companhia e direção: Cia. Livre (São Paulo) e Cibele Forjaz. Baseada na peça *A morte de Danton*, de Georg Büchner. Seguida de mesa-redonda com Cibele Forjaz e membros da Companhia.

Público estimado: n.d.

Palestras no âmbito do festival de teatro Brasil em Cena

As palestras sobre a conjuntura política, social e cultural do Brasil contemporâneo foram organizadas com o apoio e copatrocínio da Fundação Heinrich Böll.

• ***Em um Outro Local deste Mundo – Brasil: Paradoxos e Crise***

Data: 1º de junho.

Palestrante: Laymert Garcia, professor de sociologia e filosofia da Unicamp.

• ***Favela Rising – Cultura e Resistência***

Data: 6 de junho.

Palestrantes: Anderson Sá (integrante do Grupo AfroReggae) e Heloísa Buarque de Holanda, professora de crítica cultural da UFRJ.

Outros eventos

• ***A vida na Praça Roosevelt***[319]

Período e locais: 21 a 24 de maio (Mülheim Theatertage, Festival Internacional de Teatro de Mülheim an der Ruhr), 26 e 27 de maio (Teatro Kammerspiele de Munique) e 29 e 30 de maio (Festival Authorentage, no Teatro Thalia, em Hamburgo).

Descrição: A peça, escrita pela dramaturga alemã Dea Loher e apresentada pelo festejado grupo Os Sátyros, descreve a vida dos moradores de rua ao redor da Praça Roosevelt, em São Paulo. Realizaram-se palestras e debates em torno das encenações. Resultou em crítica muito positiva do diário *Süddeutsche Zeitung*, em 26 de maio. Aprovado no âmbito do Edital.

Custos: De um total de R$ 173 mil, R$ 60 mil foram financiados pelo MinC e o restante por instituições alemãs, como o Instituto Goethe e o Festival de Mühlheim.

319 Processo MinC nº 01400.005380/2006-22, aberto em 12 jun. 2006.

Público estimado: Total de 1200 pessoas nas apresentações teatrais e 250 nas palestras e debates.

• ***Festival Udigrudi***[320]

Período e local: 29 de julho a 3 de agosto no Festival Insel Circus 2006, na ilha de Sylt.

Descrição: Sete apresentações de dois espetáculos (*Ovo* e *Lixaranga*) pela Companhia Circo Teatro U de Grude, de Brasília. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 35 mil, inteiramente pagos pelo MinC.

Público estimado: 3.500 pessoas assistiram às sete apresentações, segundo estimativa da Companhia.

• ***Regurgitofagia***[321]

Período e locais: 25 e 26 de agosto (Café Hahn, em Koblenz) e 4 e 5 de setembro (Teatro Ballhaus Ost, em Berlim).

Descrição: O monólogo do ator carioca Michel Melamed, êxito de crítica no Brasil, atraiu boa cobertura de imprensa local, em especial na cidade de Koblenz. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 30 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: média de 80 pessoas por noite em Koblenz, 70 em Berlim.

• ***Boa Companhia na Copa 06: Mr. K e os Artistas da Fome***[322]

Período e locais: 21 a 23 de outubro, nos Teatros Raw-Tempel e Studiobühne da Universidade Livre de Berlim, em Berlim.

320 Processo MinC nº 01400.004886/2006-14, aberto em 31 mai. 2006.

321 Processo MinC nº 01400.004916/2006-92, aberto em 1º jun. 2006.

322 Processo MinC nº 01400.006390/2006-85, aberto em 7 jul. 2006.

Descrição: Apresentação da peça *Mr. K e os artistas da fome*, baseada em conto de Kafka, pela Associação Cultural Boa Companhia, de Campinas. O programa incluiu, também, oficinas e duas palestras na Universidade Livre. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 30 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: n.d.

• ***Sonho de uma noite de verão***[323]

Datas e local: 13 e 14 de novembro, no Festival Internacional de Teatro de Ludwigshafen (Teatro Im Pfalzbau).

Descrição: Adaptação da peça de Shakespeare pelo grupo Bando de Teatro de Olodum, de Salvador. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 57 mil foram financiados pelo MinC, de um total de R$ 235,9 mil (R$ 160 mil pagos pela produtora alemã).

Público estimado: n.d.

8) Eventos acadêmicos

• ***Copa da Cultura no ZIS de Mainz***

Período e local: 12 a 14 de julho, no Centro de Estudos Interculturais (ZIS) da Universidade de Mainz.

Descrição: Aproveitando o impacto causado pela Copa da Cultura em Berlim, a Universidade de Mainz organizou ciclo de debates sobre cultura contemporânea, com ênfase no Brasil:

323 Processo MinC nº 01400.005104/2006-64, aberto em 6 jun. 2006.

- *Pesquisas Alemãs sobre Interculturalidade*, com a participação do Profº Anton Escher, Diretor do ZIS (13 de julho);
- *Transferências Culturais*, com o Profº Franz Hamburger (Universidade de Mainz) e representantes do MinC, Instituto Goethe e Ministério do Exterior alemão (13 de julho);
- mesa-redonda com a participação de representantes de instituições culturais na Alemanha (14 de julho).

Patrocínio: Universidade de Mainz. Os participantes brasileiros tiveram suas despesas cobertas pelo MinC.

Público estimado: n.d.

9) Etnografia

- ***Publicação "Um panorama da viagem de von Martius"***[324]

Período e locais: 21 de junho a 11 de outubro, no Museu Etnográfico de Munique (local da pesquisa) e Feira do Livro de Frankfurt.

Descrição: Levantamento de dados e de material, com posterior publicação em catálogo, do acervo etnográfico integral coletado por Carl Friedrich von Martius em suas viagens pelo Brasil, no período de 1817 a 1820. Muitas das peças e documentos encontravam-se em reserva técnica nos depósitos no Museu Etnográfico de Munique. O livro foi lançado pela Editora Colofon (Petrópolis) na Feira do Livro de Frankfurt, em 2006. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 46,8 mil, dos quais R$ 40 mil financiados pelo MinC.

Público estimado: n.d.

324 Processo MinC nº 01400.005398/2006-24, aberto em 12 jun. 2006.

10) Outros eventos

• ***Projeto WerkStadt, em Sindelfingen***

Período e local: 9 de abril a 11 de junho, em Sindelfingen.

Descrição: Realização, na pequena cidade de Sindelfingen, de eventos multidisciplinares dedicados anualmente a um diferente país ou tema. A exposição itinerante Fotografia Brasileira Contemporânea (ver descrição do evento nesta seção), exibida na cidade, foi acompanhada de *workshops* de dança e capoeira.

Patrocínio: As atividades paralelas à exposição de fotografia foram financiadas pela empresa Daimler AG.

Público estimado: n.d.

• ***Futebol Clube Kapokball no Carnaval das Culturas de Berlim***[325]

Período: 4 de junho. Oficinas em fevereiro, março, maio e junho, na Escola Neues Tor de Berlim.

Descrição: Desfile de carro alegórico ostentando uma grande bola de futebol, no mais tradicional carnaval de rua da capital alemã. O projeto, concebido por associação de pais brasileiros da escola pública Neues Tor, previu também oficinas de percussão, coreografia infantil e confecção de adereços carnavalescos. Recebeu dois prêmios de melhor apresentação no desfile do Carnaval. Aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 14 mil, financiados pelo MinC.

Público estimado: o Carnaval das Culturas é assistido por cerca de 800 mil pessoas, ao longo de quatro dias.

325 Processo MinC nº 01400.005391/2006-11, aberto em 12 jun. 2006.

- ***Estação Pelé* (*Pelé Station*)**

Período e local: 8 de junho a 9 de julho, na Estação de metrô de Potsdamer Platz, em Berlim.

Descrição: Desenvolvida pela empresa Prime Licensing, detentora exclusiva da marca Pelé no mundo, a Estação Pelé foi absorvida tardiamente pela programação da Copa da Cultura e atraiu público considerável. Cenários virtuais e interativos, apresentações em multimídia e objetos pertencentes ao jogador foram dispostos em espaço de 3,5 mil m², desenhado pelo cenógrafo Marcello Dantas em setor ocioso da estação de metrô de Potsdamer Platz, no centro da capital alemã. O próprio Pelé participou da inauguração, em 8 de junho. A exposição atraiu público considerável, embora não haja números disponíveis.

Patrocínio: Prime Licensing, Puma e Mastercard investiram cerca de € 2,5 milhões na exposição. O MinC, por sua vez, cobriu o aluguel do espaço, correspondente a R$ 500 mil. A Embaixada apoiou a divulgação e os trâmites burocráticos para a execução da montagem, como desembaraço da carga junto à alfândega.

Público estimado: n.d.

- ***MemóriAntônia – Alma dos Edifícios***[326]

Período e local: 12 de outubro a 3 de novembro, no IAI, em Berlim.

Descrição: Evento multidisciplinar concebido pelos artistas Fúlvia Maria Molina, Horst Hoheisel e Andreas Knitz em alusão aos protestos contra a ditadura ocorridos em frente ao edifício Maria Antônia, na USP, em 1968. A programação incluiu exposição de fotografias, exibição de quatro documentários (três brasileiros e um alemão) e mesa-redonda

326 Processo MinC nº 01400.005039/2006-77, aberto em 5 jun. 2006.

intitulada *O movimento estudantil de 1968 dos pontos de vista brasileiro e alemão*, com a participação dos acadêmicos Sérgio Costa (Universidade Livre de Berlim), Cathérine Iffly (Universidade Livre de Berlim), Laízio de Oliveira e outros. Projeto aprovado no âmbito do Edital.

Custos: R$ 25 mil financiados pelo MinC, de um total de R$ 58,7 mil.

Público estimado: n.d.

ANEXOS

Anexo A

Artigo "A Copa da Cultura no futebol", por Gilberto Gil e Sérgio Sá Leitão

Publicado no jornal O Globo*, edição de 5 de setembro de 2004*

Gilberto Gil e Sérgio Sá Leitão*

O futebol tem muitas dimensões que se entrelaçam, formando um mosaico amplo, variado e global. Ele pode ser encarado como espetáculo, competição, ritual, metáfora, celebração, síntese, catarse. E tudo isso ao mesmo tempo. Mas não há apenas um futebol. Embora o conjunto de regras, o palco e a base do repertório sejam comuns, cada sociedade tem o seu modo próprio de jogar e de torcer, resultado de sua história e de sua cultura, e da interação de sua história e de sua cultura com as outras. O futebol tem, portanto, uma dimensão que integra as demais: trata-se de uma construção cultural. Abordá-lo enquanto fenômeno cultural, em suas relações múltiplas com o conjunto de signos e de expressões artísticas locais e planetárias, pode ser ao mesmo tempo uma experiência significativa e reveladora, em especial quando se prepara uma nova Copa do Mundo.

Tome-se, por exemplo, o caso do Brasil, país essencialmente sincrético e mestiço, seja racialmente, seja culturalmente, em que o futebol se transformou no esporte nacional. O jogo de bola com os pés aportou em São Paulo na última década do século XIX, cerca de 45

* Gilberto Gil é Ministro da Cultura. Sérgio Sá Leitão é assessor do Ministro.

anos após a instituição, na Inglaterra, do livro de regras do Football Association, iniciativa que perdura até hoje, capaz que foi de resumir e otimizar centenas e centenas de anos de experiências diversas de futebol, em países e contextos tão diferentes quanto a China dos imperadores e a Itália medieval. O novo esporte chegou na mala de um jovem aristocrata e logo se tornou, ao lado do *cricket*, o esporte predileto da elite branca, restrito aos clubes sociais. Assim teria continuado, se os descendentes de escravos e índios não tivessem identificado na brincadeira semelhanças com a sua cultura.

Mais precisamente, com suas danças (como a embolada), suas lutas (como a capoeira) e todo o simbolismo de uma expressão própria da língua portuguesa que identifica tanto um movimento desconcertante de corpo, que permitia aos fracos perseguidos livrar-se de seus fortes perseguidores, enganando-os, quanto uma atitude, uma postura, um modo de ser, pensar e sentir: a ginga. O futebol se joga com os pés, as pernas e a cintura, e boa parte das manifestações culturais que se formaram no Brasil a partir da mistura de negros, índios e europeus se baseia nos movimentos de pés, pernas e cintura. E na ginga. Foram necessários menos de 20 anos para os mestiços se apropriarem do futebol inglês, mesclarem aqueles movimentos, transformarem a ginga em drible e criarem o futebol arte, expressão com que o mundo consagra o modo brasileiro de jogar.

O futebol que emerge a partir desta apropriação, deste exercício de antropofagia cultural aplicada, da ressignificação de um credo estrangeiro, é ao mesmo tempo a síntese de uma construção cultural e uma metáfora desta mesma cultura e da sociedade que a criou. Assim como o modo de torcer. Apesar da globalização e do crescente processo de homogeneização cultural de hoje, ainda se pode ver no futebol brasileiro o jeito (e os jeitos) de ser, pensar e sentir dos brasileiros. Suas festas, seus vetores culturais mais peculiares e marcantes, suas fraquezas, suas qualidades. Sua cultura. E assim é na Argentina, em Camarões, no México, na Austrália, no Japão e, claro, na Europa.

Há semelhanças, há mimetismos, há compartilhamentos. Mas há sobretudo identidade. E diversidade.

Nada mais natural, portanto, do que pensar (e mostrar) o futebol como fenômeno cultural, de um lado, e como objeto de diversas expressões artísticas, de outro. São tantos os elos com as manifestações culturais paralelas à sua afirmação como esporte mais praticado e mais visto no mundo, que não raro encontramos o futebol nas artes visuais, na música, na dança, na literatura, no cinema e na dramaturgia, em todas as partes do globo. E também na chamada "cultura popular", ou seja, nas formas não canonizadas e não consagradas de expressão da subjetividade de indivíduos e grupos que não alcançam o status de "artistas", embora sejam "artistas". O que há de criadores arte no próprio futebol? Quem são os grandes de jogadas? O que há de ritual, de credo, de espetáculo, de dança, de luta? E o que há de futebol na arte? Na ficção? Na vida?

A partir desta visão do futebol, dos contatos preliminares já feitos entre autoridades culturais do Brasil e da Alemanha e da constatação de um desejo comum de agregar à Copa de 2006 uma programação cultural relacionada ao futebol, o Ministério da Cultura do Brasil acaba de propor a formação de um grupo de trabalho bilateral para criar o projeto Copa da Cultura e identificar fontes de financiamento.

Este grupo pode se abrir a todos os países que queiram se juntar à iniciativa de celebrar o futebol como fenômeno cultural, experiência sensorial e obra de arte, no choque e na sintonia das múltiplas culturas que hoje procuram demarcar espaço e se conectar na democracia e na economia globais. O evento terá exposições interativas, mostras de cinema, instalações e outras formas vivas de abordagem do tema, com ênfase na pluralidade de origens e linguagens.

Anexo B

Edital público da Copa da Cultura

Secretaria de Políticas Culturais
Edital de Divulgação nº 1, de 5 de janeiro de 2006

Programa Copa da Cultura/ Prêmio Brasil na Alemanha 2006
Diversidade e Identidade/ Seleção Pública de Projetos

O Ministério da Cultura, através da Secretaria de Políticas Culturais, torna público o presente Edital e convoca artistas, grupos e produtores culturais brasileiros legalmente constituídos a inscrever projetos no processo de seleção do Prêmio Brasil na Alemanha 2006 - Diversidade e Identidade, que se inscreve no Programa Copa da Cultura, uma iniciativa de intercâmbio cultural entre Brasil e Alemanha com atividades ao longo de 2006, ano da Copa do Mundo de Futebol.

1 – Informações gerais

O presente Edital visa a selecionar projetos culturais e artísticos nos segmentos de Teatro, Dança, Audiovisual, Música, Artes Visuais,

Cultura Popular, Design, Literatura, Festas, Internet e Patrimônio Histórico Material e Imaterial, incluindo shows, debates, mostras, festivais, espetáculos, exibições, exposições e publicações, entre outras expressões artísticas e culturais, a serem apresentados na Alemanha, ao longo do ano de 2006.

1.1 Objetivo e diretrizes

O objetivo deste Edital e do Programa Copa da Cultura é promover a difusão da cultura brasileira na Alemanha e na Europa, com ênfase na qualidade, na diversidade e no potencial de exportação, aproveitando a Copa do Mundo. Suas diretrizes são: ampliar o mercado internacional para os produtos culturais e artistas brasileiros; fortalecer a marca Brasil e afirmar uma imagem plural e positiva do país, impactando o turismo e outras atividades econômicas; diversificar a percepção do Brasil, da sociedade e da cultura brasileira no exterior, indo além dos estereótipos; e intensificar as relações comerciais, políticas e culturais entre Brasil e Alemanha.

1.2 Público-alvo

Podem se inscrever pessoas físicas (brasileiros natos ou naturalizados, ou estrangeiros com residência permanente no Brasil) que comprovadamente já realizaram trabalhos culturais; e pessoas jurídicas de natureza cultural sediadas no Brasil ou na Alemanha, desde que constituídas em sua maioria por brasileiros natos ou naturalizados, e devotadas à difusão da cultura brasileira.

1.3 Projetos e prêmios

Serão recebidos e avaliados projetos culturais que se inscrevam nos segmentos mencionados na introdução deste artigo, que realizem o objetivo e as diretrizes descritos no parágrafo 1.1 acima e se enquadrem em uma das categorias abaixo:

A) Continuidade de projetos de cultura brasileira já realizados previamente na Alemanha;

B) Realização na Alemanha de projetos culturais já apresentados no Brasil;

C) Demais projetos a serem realizados na Alemanha em 2006.

Os projetos selecionados farão jus a dois tipos de prêmio:

1 – Prêmio em dinheiro, para cobrir parte dos custos previstos (o valor não poderá ser superior a 50%, nem inferior a 25% do custo total informado);

2 – Inclusão na Programação Oficial do Programa Copa da Cultura e menção nos materiais de divulgação, como programas e catálogos.

Os projetos inscritos nas categorias A e B podem aspirar ao prêmio em dinheiro e/ou à inclusão na Programação Oficial, de acordo com opção a ser feita no ato da inscrição; os projetos inscritos na categoria C podem aspirar apenas à inclusão na Programação Oficial. No ato da inscrição, o proponente deverá indicar em qual categoria seu projeto concorre, indicando ainda a que tipo de prêmio aspira. No caso das categorias A e B, os projetos inscritos não podem ser inéditos, devendo a sua realização prévia em território nacional ser comprovada no ato de inscrição, através da apresentação de matérias de mídia impressa, eletrônica ou digital, ou do envio de fotografias, vídeos ou relatos pormenorizados.

1.4 Cronograma

Período de inscrições: 11/01/ a 24/02/2006
Publicação do resultado: 27/03/2006

1.5 Recursos financeiros

Os recursos financeiros para o apoio em dinheiro, oriundos do Orçamento do Ministério da Cultura, serão repassados aos proponentes dos projetos selecionados sob a forma de prêmio, até um total de R$ 1,5 milhão.

2 – Inscrição

2.1 Endereço

O proponente deverá encaminhar o formulário de inscrição preenchido, com o termo de responsabilidade devidamente assinado, e a documentação exigida, até 24 de fevereiro de 2006, impreterivelmente, considerando a data de postagem.

SECRETARIA DE POLÍTICAS CULTURAIS
EDITAL nº 001/2006
Caixa Postal 9622 - Brasília/DF
CEP 70.312-970

2.2 Formulário

O formulário de inscrição encontra-se disponível no site do Programa Copa da Cultura (www.copadacultura.gov.br).

2.3 Documentos exigidos

2.3.1 Do projeto

Apresentação, contendo Descrição, Equipe, Objetivo, Justificativa, Adequação ao Programa Copa da Cultura, Público-Alvo, Alcance Estimado e Orçamento Detalhado; Plano de viabilização financeira, destacando estratégia de captação, recursos já existentes e possíveis fontes complementares de recursos; Descrição detalhada de como serão usados os recursos do prêmio, se for o caso; Cartas de apoio de eventuais parceiros alemães; Confirmação da reserva de espaço para a realização do projeto; Comprovação da realização prévia do projeto no Brasil, nas categorias A e B.

2.3.2 Do proponente

2.3.2.1 Pessoa física

Cópia autenticada da carteira de identidade e do CPF; Duas cartas de recomendação versando sobre o trabalho e as qualificações profissionais do proponente, firmadas por profissionais da sua área de atuação, com identificação dos signatários: nome completo, indicação do número da carteira de identidade e CPF, profissão e instituição de trabalho; Currículo, destacando as principais atividades na área de atuação, com anexos comprobatórios de formação, prêmios recebidos, catálogos, material de imprensa, programas de apresentações realizadas e outros.

2.3.2.2 Pessoa jurídica de natureza cultural

Cópia autenticada do estatuto ou contrato social e posteriores alterações; Cópia autenticada do termo de posse do dirigente da instituição ou ata de eleição da diretoria, no caso de instituições sem fins lucrativos; Cópia do CNPJ ou equivalente; Cópia autenticada da carteira de identidade e CPF do dirigente principal; Duas cartas de recomendação versando sobre o trabalho e as qualificações do proponente, firmadas por profissionais da sua área de atuação, com identificação dos signatários: nome completo, indicação do número da carteira de identidade e CPF, profissão e instituição de trabalho; Currículo, destacando as principais atividades na área de atuação, com anexos comprobatórios de prêmios recebidos, catálogos, material de imprensa, programas de apresentações realizadas e outros.

2.4 Observações

Os documentos relacionados devem ser apresentados obedecendo à sequência acima determinada. A falta de apresentação de quaisquer dos itens citados no item ou a apresentação em desacordo com o estabelecido no Edital implicará a desclassificação do proponente. Não serão aceitos formulários e/ou documentos encaminhados por fax, e-mail, incompletos ou ilegíveis. Todos os documentos em língua estrangeira deverão estar acompanhados de tradução, com a devida identificação do tradutor (nome completo e indicação do número da carteira de identidade, CPF e instituição de trabalho). O Ministério da Cultura acusará o recebimento da documentação e informará ao proponente o número de protocolo para acompanhamento do processo. Cada proponente poderá inscrever apenas 1 (um) projeto. As inscrições feitas após 24 de fevereiro de 2006 serão sumariamente invalidadas. A inscrição encaminhada implica a prévia e integral concordância

com as normas deste Edital. O ônus da participação neste Edital é de exclusiva responsabilidade dos proponentes. Os projetos inscritos deverão acontecer a partir de abril de 2006.

3 – Avaliação e seleção

3.1 Comissão

A avaliação e a seleção dos trabalhos será realizada por uma Comissão de Avaliação constituída pelo Ministério da Cultura, através da Secretaria de Políticas Culturais, a quem caberá a presidência e o voto de qualidade. A decisão da Comissão será final, não cabendo recursos. Esta Comissão de Avaliação será formada por um membro do Ministério da Cultura, indicado pela Secretaria de Políticas Culturais, e por 7 especialistas nas áreas de música popular, música clássica, artes cênicas, letras, cinema, artes visuais e design, que não sejam servidores do MinC.

3.2 Processo

No caso da seleção para prêmios em dinheiro, a Comissão de Avaliação determinará o número de projetos selecionados, assim como o valor do prêmio para cada um, conforme o caso, observando o valor total disponibilizado para este Edital. O prêmio em dinheiro não poderá exceder 50% do valor total do custo do projeto, nem poderá ser inferior a 25% deste valor. Serão selecionados um mínimo de 10 projetos para receberem prêmios em dinheiro, desde que a pontuação obtida por cada um supere a pontuação mínima determinada a seguir.

A seleção incidirá somente sob aqueles projetos que comprovarem prévio agendamento, pauta e negociação mantidos com instituições culturais da Alemanha, de modo a oferecer garantia de realização

participação no país ao longo de 2006. No relatório de trabalho do qual constará sua decisão final, a Comissão de Avaliação indicará que projetos receberão prêmios em dinheiro, com o respectivo valor; e que projetos serão incluídos na Programação Oficial do Programa Copa da Cultura. Na seleção dos projetos, a Comissão de Avaliação observará o equilíbrio na distribuição regional do apoio e o volume de demanda de cada unidade da federação e região geográfica, assim como de segmento.

3.3 Critérios e pontuação

Os projetos inscritos serão avaliados e pontuados de acordo com os seguintes quesitos e respectiva pontuação:

Adequação ao objetivo estratégico e às diretrizes do Programa Copa da cultura: 0 a 10

Demonstração da qualidade técnica do objeto e do reconhecimento prévio de público e crítica (do projeto e/ou do autor ou executante): 0 a 10

Demonstração da condições objetivas de realização do projeto e de sua aceitação por parceiros alemães: 0 a 10

Grau de relevância e representatividade: 0 a 10

Grau de transparência, rigor e adequação a valores de mercado na Apresentação e no Orçamento do projeto: 0 a 10

A pontuação mínima exigida para classificação será de 25 pontos, sendo arquivados os projetos com pontuação inferior. Os projetos serão classificados conforme a ordem decrescente de pontuação. Em caso de empate, terá preferência o projeto que, na seguinte ordem:

Seja de segmento com menor número de projetos selecionados;

For oriundo de região com menor número de projetos selecionados;

Apresente o menor custo total;

Atinja o maior número de cidades alemãs.

3.4 Resultado

Ministério da Cultura publicará, no Diário Oficial da União, a relação dos proponentes e dos projetos selecionados pela Comissão de Avaliação, de acordo com a classificação obtida, indicando a categoria e o prêmio obtido.

4 – Cancelamento de participação no projeto

A constatação, em qualquer tempo, de falsidade documental, inadimplência do proponente junto aos órgãos federais, inviabilidade da execução do projeto ou de fato cuja gravidade incorra em prejuízo ao objetivo proposto, ensejará o cancelamento da participação do projeto selecionado no Programa Copa da Cultura.

5 – Obrigatoriedades

O proponente de projeto premiado é obrigado a cumprir os objetivos declarados no formulário de inscrição, bem como prestar contas do apoio recebido e disponibilizar material visual e informativo sobre seu projeto, autorizando a inclusão nos produtos e eventos de difusão do Programa Copa da Cultura. É obrigatória a inserção da logomarca do Programa Copa da Cultura e do Ministério da Cultura em todas as peças promocionais relativas ao projeto e nas próprias obras ou locais de realização, conforme Manual de Identidade Visual do Programa Copa da Cultura, disponibilizado no site www.copadacultura.gov.br, bem como menção ao apoio recebido em entrevistas. O premiado deverá promover a difusão e a disponibilização ao público alemão e brasileiro dos conteúdos abordados no projeto, em especial através da internet.

6 – Prestação de contas

Proponente de projeto premiado deverá enviar relatório completo sobre a realização do projeto, apontando e comprovando como o recurso do prêmio foi empregado (se for o caso); e se e como o objetivo estratégico e as diretrizes do Programa Copa da Cultura foram atingidos; deverá, ainda, apresentar avaliação de impacto de público e mídia e documentação que comprove a apresentação do trabalho (fotografias, cartazes, catálogos, matérias etc.), até 30 (trinta) dias após a última data de execução. No caso de não apresentação ou não aprovação da prestação de contas, o beneficiado será incluído na condição de inadimplente junto ao Ministério da Cultura e estará obrigado a restituir à União os valores despendidos, acrescidos de correção monetária e juros de mora, dentre outras penalidades legais relacionadas.

7 – Disposições finais

Apoio aos projetos selecionados está condicionado à existência de disponibilidade orçamentária e financeira do Ministério da Cultura, caracterizando a seleção como expectativa de direito dos candidatos. Será reservado o percentual de 5% dos recursos disponíveis para a seleção de projetos apresentados por pessoas portadoras de deficiência, observadas as outras condições previstas no presente Edital. Caso o número de projetos selecionados apresentados por pessoas portadoras de deficiência não atinja aquele percentual, os recursos remanescentes serão utilizados para a concessão de prêmios a outros candidatos classificados. Os casos omissos serão decididos pela Comissão de Avaliação. É vedado que os premiados tenham grau de parentesco com os membros da Comissão de Avaliação e/ou sejam servidores do

Ministério da Cultura ou de qualquer órgão governamental reconhecido como "Parceiro Governamental" pelo Programa Copa da Cultura.

Sérgio Sá Leitão
Secretário

Lista das Teses de CAE publicadas pela FUNAG

1. **Luiz Augusto Saint-Brisson de Araújo Castro**
   O Brasil e o novo Direito do Mar: mar territorial e a zona econômica exclusiva (1989)

2. **Luiz Henrique Pereira da Fonseca**
   Organização Marítima Internacional (IMO). Visão política de um organismo especializado das Nações (1989)

3. **Valdemar Carneiro Leão Neto**
   A crise da imigração japonesa no Brasil (1930-1943). Contornos diplomáticos (1990)

4. **Synesio Sampaio Goes Filho**
   Navegantes, bandeirantes, diplomatas: aspectos da descoberta do continente, da penetração do território brasileiro extra-tordesilhas e do estabelecimento das fronteiras da Amazônia (1991)

5. **José Antonio de Castello Branco de Macedo Soares**
   História e informação diplomática: tópicos de historiografia, filosofia da história e metodologia de interesse para a informação diplomática (1992)

6. **Pedro Motta Pinto Coelho**
   Fronteiras na Amazônia: um espaço integrado (1992)

7. **Adhemar Gabriel Bahadian**
   A tentativa do controle do poder econômico nas Nações Unidas: estudo do conjunto de regras e princípios para o controle das práticas comerciais restritivas (1992)

8. **Regis Percy Arslanian**
   O recurso à Seção 301 da legislação de comércio norte-americana e a aplicação de seus dispositivos contra o Brasil (1993)

9. **João Almino de Souza Filho**
Naturezas mortas. A filosofia política do ecologismo (1993)

10. **Clodoaldo Hugueney Filho**
A Conferência de Lancaster House: da Rodésia ao Zimbábue (1993)

11. **Maria Stela Pompeu Brasil Frota**
Proteção de patentes de produtos farmacêuticos: o caso brasileiro (1993)

12. **Renato Xavier**
O gerenciamento costeiro no Brasil e a cooperação internacional (1994)

13. **Georges Lamazière**
Ordem, hegemonia e transgressão: a resolução 687 (1991) do Conselho de Segurança das Nações Unidas, a Comissão Especial das Nações Unidas (UNSCOM) e o regime internacional de não-proliferação de armas de destruição em massa (1998)

14. **Antonio de Aguiar Patriota**
O Conselho de Segurança após a Guerra do Golfo: a articulação de um novo paradigma de segurança coletiva (1998)

15. **Leonilda Beatriz Campos Gonçalves Alves Corrêa**
Comércio e meio ambiente: atuação diplomática brasileira em relação ao Selo Verde (1998)

16. **Afonso José Sena Cardoso**
O Brasil nas operações de paz das Nações Unidas (1998)

17. **Irene Pessôa de Lima Câmara**
Em nome da democracia: a OEA e a crise haitiana 1991-1994 (1998)

18. **Ricardo Neiva Tavares**
As Organizações Não-Governamentais nas Nações Unidas (1999)

19. **Miguel Darcy de Oliveira**
Cidadania e globalização: a política externa brasileira frente à emergência das ONGs como novos atores internacionais (1999)

20. **Fernando Simas Magalhães**
Cúpula das Américas de 1994: papel negociador do Brasil, em busca de uma agenda hemisférica (1999)

21. **Ernesto Otto Rubarth**
A diplomacia brasileira e os temas sociais: o caso da saúde (1999)

22. **Enio Cordeiro**
Política indigenista brasileira e programa internacional dos direitos das populações indígenas (1999)

23. **Fernando Paulo de Mello Barreto Filho**
O tratamento nacional de investimentos estrangeiros (1999)

24. **Denis Fontes de Souza Pinto**
OCDE: uma visão brasileira (2000)

25. **Francisco Mauro Brasil de Holanda**
O gás no Mercosul: uma perspectiva brasileira (2001)

26. **João Solano Carneiro da Cunha**
A questão de Timor Leste: origens e evolução (2001)

27. **João Mendonça Lima Neto**
Promoção do Brasil como destino turístico (2002)

28. **Sérgio Eduardo Moreira Lima**
Privilégios e imunidades diplomáticos (2002)

29. **Appio Cláudio Muniz Acquarone**
Tratados de extradição: construção, atualidade e projeção do relacionamento bilateral brasileiro (2003)

30. **Susan Kleebank**
Cooperação judiciária por via diplomática: avaliação e propostas de atualização do quadro normativo (2004)

31. **Paulo Roberto Campos Tarrisse da Fontoura**
O Brasil e as operações de manutenção da paz das Nações Unidas (2005)

32. **Paulo Estivallet de Mesquita**
Multifuncionalidade e preocupações não-comerciais: implicações para as negociações agrícolas na OMC (2005)

33. **Alfredo José Cavalcanti Jordão de Camargo**
Bolívia: a criação de um novo país (2006)

34. **Maria Clara Duclos Carisio**
A política agrícola comum e seus efeitos para o Brasil (2006)

35. **Eliana Zugaib**
A Hidrovia Paraguai-Paraná (2006)

36. **André Aranha Corrêa do Lago**
Estocolmo, Rio, Joanesburgo: o Brasil e as três conferências ambientais das Nações Unidas (2007)

37. **João Pedro Corrêa Costa**
De decasségui a emigrante (2007)

38. **George Torquato Firmeza**
Brasileiros no exterior (2007)

39. **Alexandre Guido Lopes Parola**
A ordem injusta (2007)

40. **Maria Nazareth Farani de Azevedo**
A OMC e a reforma agrícola (2007)

41. **Ernesto Henrique Fraga Araújo**
O Mercosul: negociações extra-regionais (2008)

42. **João André Lima**
A Harmonização do Direito Privado (2008)

43. **João Alfredo dos Anjos Júnior**
José Bonifácio, primeiro Chanceler do Brasil (2008)

44. **Douglas Wanderley de Vasconcellos**
Esporte, poder e Relações Internacionais (2008)

45. **Silvio José Albuquerque e Silva**
Combate ao racismo (2008)

46. **Ruy Pacheco de Azevedo Amaral**
O Brasil na França (2008)

47. **Márcia Maro da Silva**
Independência de Angola (2008)

48. **João Genésio de Almeida Filho**
O Fórum de Diálogo Índia, Brasil e África do Sul (IBAS): análise e perspectivas (2009)

49. **Paulo Fernando Dias Feres**
Os biocombustíveis na matriz energética alemã: possibilidades de cooperação com o Brasil (2010)

50. **Gilda Motta Santos Neves**
Comissão das Nações Unidas para Consolidação da Paz: perspectiva brasileira (2010)

51. **Alessandro Warley Candeas**
Integração Brasil-Argentina: história de uma ideia na visão do outro (2010)

52. **Eduardo Uziel**
O Conselho de Segurança e a inserção do Brasil no Mecanismo de Segurança Coletiva das Nações Unidas (2010)

53. **Márcio Fagundes do Nascimento**
A privatização do emprego da força por atores não-estatais no âmbito multilateral (2010)

54. **Adriano Silva Pucci**
O estatuto da fronteira Brasil – Uruguai (2010)

55. **Mauricio Carvalho Lyrio**
A ascensão da China como potência: fundamentos políticos internos (2010)

56. **Carlos Alfonso Iglesias Puente**
A cooperação técnica horizontal como instrumento da política externa: a evolução da Cooperação Técnica com Países em Desenvolvimento – CTPD – no período 1995-2005 (2010)

57. **Rodrigo d'Araujo Gabsch**
Aprovação interna de tratados internacionais pelo Brasil (2010)

58. **Michel Arslanian Neto**
A liberalização do comércio de serviços do Mercosul (2010)

59. **Gisela Maria Figueiredo Padovan**
Diplomacia e uso da força: os painéis do Iraque (2010)

60. **Oswaldo Biato Júnior**
A parceria estratégica sino-brasileira: origens, evolução e perspectivas (2010)

61. **Octávio Henrique Dias Garcia Côrtes**
A política externa do Governo Sarney: o início da reformulação de diretrizes para a inserção internacional do Brasil sob o signo da democracia (2010)

62. **Sarquis J. B. Sarquis**
Comércio internacional e crescimento econômico no Brasil (2011)

63. **Neil Giovanni Paiva Benevides**
Relações Brasil-Estados Unidos no setor de energia: do Mecanismo de Consultas sobre Cooperação Energética ao Memorando de Entendimento sobre Biocombustíveis (2003-2007). Desafios para a construção de uma parceria energética (2011)

64. **Luís Ivaldo Villafañe Gomes Santos**
A arquitetura de paz e segurança africana (2011)

65. **Rodrigo de Azeredo Santos**
A criação do Fundo de Garantia do Mercosul: vantagens e proposta (2011)

66. **José Estanislau do Amaral**
Usos da história: a diplomacia contemporânea dos Estados Bálticos. Subsídios para a política externa brasileira (2011)

67. **Everton Frask Lucero**
Governança da internet: aspectos da formação de um regime global e oportunidades para a ação diplomática (2011)

68. **Rafael de Mello Vidal**
A inserção de micro, pequenas e médias empresas no processo negociador do Mercosul (2011)

69. **Bruno Luiz dos Santos Cobuccio**
A irradiação empresarial espanhola na América Latina: um novo fator de prestígio e influência (2011)

70. **Pedro Escosteguy Cardoso**
A nova arquitetura africana de paz e segurança: implicações para o multilateralismo e para as relações do Brasil com a África (2011)

71. **Ricardo Luís Pires Ribeiro da Silva**
A nova rota da seda: caminhos para presença brasileira na Ásia Central (2011)

72. **Ibrahim Abdul Hak Neto**
Armas de destruição em massa no século XXI: novas regras para um velho jogo. O paradigma da iniciativa de segurança contra a proliferação (PSI) (2011)

73. **Paulo Roberto Ribeiro Guimarães**
Brasil – Noruega: construção de parcerias em áreas de importância estratégica (2011)

74. **Antonio Augusto Martins Cesar**
Dez anos do processo de Kimberley: elementos, experiências adquiridas e perspectivas para fundamentar a atuação diplomática brasileira (2011)

75. **Ademar Seabra da Cruz Junior**
Diplomacia, desenvolvimento e sistemas nacionais de inovação: estudo comparado entre Brasil, China e Reino Unido (2011)

76. **Alexandre Peña Ghisleni**
Direitos Humanos e Segurança Internacional: o tratamento dos temas de Direitos Humanos no Conselho de Segurança das Nações Unidas (2011)

77. **Ana Maria Bierrenbach**
O conceito de responsabilidade de proteger e o Direito Internacional Humanitário (2011)

78. **Fernando Pimentel**
O fim da era do petróleo e a mudança do paradigma energético mundial: perspectivas e desafios para a atuação diplomática brasileira (2011)

79. **Luiz Eduardo Pedroso**
O recente fenômeno imigratório de nacionais brasileiros na Bélgica (2011)

80. **Miguel Gustavo de Paiva Torres**
O Visconde do Uruguai e sua atuação diplomática para a consolidação da política externa do Império (2011)

81. **Maria Theresa Diniz Forster**
Oliveira Lima e as relações exteriores do Brasil: o legado de um pioneiro e sua relevância atual para a diplomacia brasileira (2011)

82. **Fábio Mendes Marzano**
Políticas de inovação no Brasil e nos Estados Unidos: a busca da competitividade – oportunidades para a ação diplomática (2011)

83. **Breno Hermann**
Soberania, não-intervenção e não-indiferença: reflexões sobre o discurso diplomático brasileiro (2011)

84. **Elio de Almeida Cardoso**
Tribunal Penal Internacional: conceitos, realidades e implicações para o Brasil (2012)

85. **Maria Feliciana Nunes Ortigão de Sampaio**
O Tratado de Proibição Completa dos Testes Nucleares (CTBT): perspectivas para sua entrada em vigor e para a atuação diplomática brasileira (2012)

86. **André Heráclio do Rêgo**
Os sertões e os desertos: o combate à desertificação e a política externa brasileira (2012)

87. **Felipe Costi Santarosa**
Rivalidade e integração nas relações chileno-peruanas: implicações para a política externa brasileira na América do Sul (2012)

88. **Emerson Coraiola Kloss**
Transformação do etanol em commodity: perspectivas para uma ação diplomática brasileira (2012)

89. **Elias Antônio de Luna e Almeida Santos**
Investidores soberanos: implicações para a política internacional e os interesses brasileiros (2013)

90. **Luiza Lopes da Silva**
A questão das drogas nas Relações Internacionais: uma perspectiva brasileira (2013)

91. **Guilherme Frazão Conduru**
O Museu Histórico e Diplomático do Itamaraty: história e revitalização (2013)

92. **Luiz Maria Pio Corrêa**
O Grupo de Ação Financeira Internacional (GAFI): organizações internacionais e crime transnacional (2013)

Formato	15,5 x 22,5 cm
Mancha gráfica	12 x 18,3cm
Papel	pólen soft 80g (miolo), cartão supremo 250g (capa)
Fontes	Frutiger 55 Roman 16/18 (títulos), Chaparral Pro 12/16 (textos)

Em setembro de 2004, o então Ministro da Cultura, Gilberto Gil, apresentou em Berlim a proposta de um ambicioso projeto cultural brasileiro por ocasião da Copa do Mundo, que a Alemanha organizaria dois anos mais tarde: "o objetivo fundamental é uma inédita exposição do Brasil; as possibilidades são ilimitadas", declarou para uma audiência de altos funcionários do governo alemão e representantes de instituições culturais. O resultado foi a Copa da Cultura, um programa de promoção cultural de proporções inéditas na história das relações entre o Brasil e a Alemanha. Ao longo de todo o ano de 2006, o Ministério da Cultura, o Itamaraty e a Casa das Culturas do Mundo, com a colaboração de inúmeros parceiros brasileiros e alemães, públicos e privados, realizaram 167 eventos, desdobrados em 473 manifestações, em 48 cidades alemãs. Estimativas indicam que 250 mil pessoas assistiram a pelo menos um dos eventos ao vivo. Autoridades alemãs e brasileiras apontam a Copa da Cultura como marco no relacionamento cultural entre os dois países, responsável por um sensível aumento nos canais de cooperação na área e seu desdobramento em uma série de programas bilaterais de relevo nos anos seguintes. A presente obra se propõe a apresentar uma descrição crítica dos processos de concepção e execução da Copa da Cultura, com vistas à sua possível reedição em futuros eventos esportivos.

ISBN 857631437-1
9 788576 314370

INSTITUTO RIO BRANCO

FUNDAÇÃO ALEXANDRE DE GUSMÃO
www.funag.gov.br