

Indicadores Culturais e Comunicação Pública¹

Tiago Costa MARTINS²

Joel Felipe GUINDANI³

Marcela Guimarães e SILVA⁴

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

O presente artigo problematiza o reconhecimento dos indicadores como um instrumento de comunicação pública. Para tanto, seleciona os indicadores culturais como argumento em consequência da aplicação de políticas públicas à cultura e sua relação com os dados públicos de acesso à informação. Assim, inicialmente, há um breve panorama dos indicadores culturais, apresentando a articulação histórica entre eles e a comunicação. Após, uma descrição de comunicação pública para apresentar o “problema” brasileiro na articulação entre os temas do trabalho. Como conclusão, sugere-se que disponibilizar informação por meio de indicadores reforçará a transparência dos atos públicos e que a configuração de indicadores é a comunicação pública transformando informação em conhecimento plausível de compreensão social.

PALAVRAS-CHAVE: Política cultural; controle social; economia da cultura.

Introdução

Num esforço empreendido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Ministério da Cultura, o Brasil, somente em 2004, conseguiu criar o seu primeiro Sistema de Informações e Indicadores Culturais. Construção recente em se tratando da diversidade cultural brasileira e, mesmo que tímido, dos investimentos estatais e da mobilização econômica do setor em todo o território nacional.

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa – mestrado profissional da Universidade Federal do Pampa. Integrante do Observatório Missionário de Atividades Criativas e Culturais, email: tiagomartins@unipampa.edu.br.

³ Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa – mestrado profissional da Universidade Federal do Pampa. Integrante do Observatório Missionário de Atividades Criativas e Culturais, email: joelguindani@unipampa.edu.br.

⁴ Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa – mestrado profissional da Universidade Federal do Pampa. Integrante do Observatório Missionário de Atividades Criativas e Culturais, email: marcelasilva@unipampa.edu.br.

Curiosamente, as informações do Sistema de Informações e Indicadores Culturais para o período 2007-2010 apontou o protagonismo dos municípios (prefeituras) no desenvolvimento de políticas culturais. Segundo o IBGE (2013), a participação total na despesa com cultura, segundo as esferas de governo, em 2010, foi a seguinte: Federal 0,1%; Estadual 0,5%; Municipal 1,1%. O dispêndio de recursos municipais em cultura destaca o protagonismo das prefeituras. Mas, novamente, coloca em relevo a dificuldade em contar com dados primários em cultura que possam se transformar em indicadores confiáveis sobre a realidade cultural brasileira na esfera municipal.

Aqui há uma implicação em reconhecer que a transformação dos dados em significados compreensíveis é um entendimento adequado para indicadores. Assim como dizer que os indicadores são elementos que devem ser considerados como comunicação pública. A existência de um ente público que disponibiliza dados de sua gestão aponta para o acesso à informação. Mas a existência de informação não significa compreensão adequada, comunicação eficiente. “Informação é apenas a nascente do processo que vai desaguar na comunicação viabilizada pelo acesso, pela participação, cidadania ativa, diálogo” (DUARTE, 2010, p.04). Nesse sentido, os indicadores podem ser reconhecidos como elos que vão conectar a informação pública com a possibilidade de compreensão por parte da sociedade. São elementos de publicização das ações públicas, aliando conhecimento da realidade (social e da gestão pública) com transparência nas ações governamentais.

O presente estudo pretende problematizar o reconhecimento dos indicadores como uma ferramenta de publicização dos dados públicos, ferramenta de comunicação pública. Para tanto, seleciona os indicadores culturais como argumento, conectando com a aplicação de políticas públicas à cultura e sua relação com os dados públicos de acesso à informação. A primeira parte do artigo apresenta um breve panorama dos indicadores culturais ao reconhecer a articulação histórica entre eles e a comunicação. Em seguida, realiza uma breve descrição de comunicação pública para, na sequência, apresentar o “problema” brasileiro na articulação entre dados públicos, acesso à informação, comunicação pública e indicadores culturais. Por fim, ainda no mesmo tópico, aponta alguns princípios importantes para a configuração de indicadores culturais associados à comunicação pública.

Panorama dos indicadores culturais

É a partir de 1972 que o protagonismo da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), começa a discutir as estatísticas e os indicadores no campo da cultura. Em 1979 (Viena), há uma proposição das características básicas dos indicadores culturais. Em 1980 (México), já numa primeira associação com o campo da comunicação, ocorre na *International Conference on Communication* uma sessão intitulada “Os indicadores culturais e o futuro das sociedades desenvolvidas”. No ano de 1982, novamente em Viena, na Academia de Ciências Austríacas, ocorre o simpósio “Os Indicadores Culturais para o Estudo Comparativo da Cultura” (CARRASCO-ARROYO, 1999). Como resultado dessas atividades, em 1986, a UNESCO lança o projeto *Framework for Cultural Statistics*, projeto atualizado em 2009 e publicado pelo Instituto de Estatística da UNESCO.

A trajetória dos estudos em indicadores culturais enfatiza dois elementos associados: a definição de cultura, para um conceito adotado como ponto de partida se construirá um ou vários tipos de indicadores (PFENNIGER, 2004); o objetivo do indicador, o que ele se propõe a apresentar de informação adequada sobre a realidade estabelecida.

Em termos históricos, a articulação entre cultura e objetivo do indicador destaca três escolas de pensamento. Segundo Carrasco-Arroyo (1999), a primeira escola é reconhecida como a de análise de conteúdo, marcada pela análise de obras literárias, programas de televisão, jornais e revistas, etc. Essa perspectiva procura compreender os efeitos da mídia na cultura e a influência na sociedade. A linha de pensamento que marca a segunda, se não a primeira, é a relação entre comunicação e indicadores culturais pela atuação de George Gerbner (1919-2005). A partir da análise do conteúdo dramático da televisão e de seus efeitos sobre os espectadores, suas investigações se concentraram nas consequências da exposição à violência em massa. Através de

pesquisas com elementos observáveis e mensuráveis dos traços psicológicos e estados das pessoas, ele introduziu a noção de indicadores culturais⁵.

A segunda escola é de vertente antropológica, na qual os indicadores são focados nos juízos de valor e comportamento das pessoas. Por fim, a terceira enfatiza o contexto estruturado da cultura, destacando o processo de criação até o consumo de bens e serviços culturais. “Desde este punto de vista los indicadores señalan tanto el estado de una actividad (producción, difusión, consumo) en un momento dado, como su evolución en el tiempo” (CARRASCO-ARROYO, 1999, p. 07).

A terceira escola se aproxima muito à linha da UNESCO na compreensão de indicador cultural, entendendo-o como um “instrumento capaz de medir a contribuição da cultura para o desenvolvimento do bem-estar humano” (ZIVIANI, 2008, p.90). Assim, pode-se dizer que os indicadores são voltados à informação das políticas culturais e ao mercado cultural. Indicador cultural, nesse sentido, é um tipo de indicador social:

uma medida em geral quantitativa, dotada de significado social substantivo, usado para substituir, quantificar ou operacionalizar um conceito social abstrato, de interesse teórico (para pesquisa acadêmica) ou programático (para a formulação de políticas) (JANUZZI, 2002, p. 55).

Os indicadores culturais devem proporcionar uma informação adequada ao usuário, seja ele um especialista ou não (CARRASCO-ARROYO, 1999). Então, disponibilizar informação por meio de indicadores terá uma dupla aplicabilidade: apoiar o processo de decisão em uma política pública; e reforçar a transparência dos atos públicos orientados aos cidadãos (COLL-SERRANO, *et al.* 2014). Compreensão fundamental que embasa a articulação entre acesso à informação, comunicação pública e a configuração dos indicadores culturais.

⁵ “The most general significance of cultural indicators will be, therefore, that of a systematic and reliable surveillance of mass-cultural configurations and of their symbolic functions. A more specific area of significance be the testing of a theory of symbolic functions which contends that mass-distributed (televised) dramatic entertainment provides common and ritualistic demonstrations of social relationships, powers, and values, and, furthermore, that these symbolic functions cultivate the most pervasive public conceptions of social reality” (GERBNER; GROSS, 1973, p. 26).

Comunicação Pública

O uso do termo comunicação pública está na premissa de deslocar a noção de comunicação “como modalidade, instrumento ou qualquer outro termo que a designe apenas como parte da área de comunicação social” (BRANDÃO, 2009, p. 30). O contexto público remete a uma ação dos indivíduos no processo. Ou seja, dadas as novas tecnologias e as novas teorias da democracia, o que se pretende é fazer de todos os indivíduos produtores ativos do processo (MATOS, 2009, p. 123).

Para entender o conceito de comunicação pública, é preciso integrá-lo nas análises proporcionadas pelas novas teorias de democracia que incluem a capacidade e as formas de comunicação da sociedade como parte integrante da formação democrática dos Estados contemporâneos (BRANDÃO, 2009, p. 30).

Pensar em comunicação pública exige pelo menos cinco considerações básicas de atuação. Trata-se de aspectos normativos que devem ser analisados como necessários à prática da comunicação pública. São eles:

(a) compromisso em privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo; (b) centralizar o processo no cidadão; (c) tratar comunicação como um processo mais amplo que informação; (d) adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos; (e) assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo uno (DUARTE, 2009, p. 59).

É desta forma que a comunicação pública, mesmo usando os instrumentos de informação, se destaca pelo uso de instrumentos de diálogo. Os primeiros fornecem dados e orientações, ampliando o conhecimento. Já o segundo, instrumentos de diálogo, “caracterizam-se por estabelecer instâncias de interação no âmbito de cooperação, compreensão mútua, acordos, consensos, encaminhamento na busca de soluções” (DUARTE, 2009, p. 65).

No entanto, o que há de interessante na compreensão e aplicação da comunicação pública é o reconhecimento da informação como um dos mecanismos importantes do direito à informação. O direito ao cidadão para manifestar o seu pensamento e ter acesso à informação é garantido pela Constituição Federal de 1988 no seu art. 5º (incisos IV e XIV). No entanto, a sistematização e regulamentação do acesso

à informação pública (aquela oriunda do fazer da gestão pública), foi adequadamente posta pela Lei da Transparência e Lei de Acesso à Informação.

A Lei da Transparência (nº 131/09) surge para complementar a Lei de Responsabilidade Fiscal (nº 101/2000). Nota-se que na de Responsabilidade Fiscal o tema posto é a transparência pública e para impedir a ocultação das informações fiscais dos entes governamentais (municípios, estados e união) será assegurada a “liberação ao pleno conhecimento e acompanhamento da sociedade, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira, em meios eletrônicos de acesso público” (BRASIL, 2000). Nomeadamente hoje, a Lei é reconhecida em portais de transparência na web⁶.

Já em 2011 foi promulgada a Lei de Acesso à Informação (nº 12.527/11), para regulamentar o direito constitucional do cidadão em ter acesso às informações públicas. Assim, sem que seja necessário apresentar motivos, qualquer pessoa (física ou jurídica) pode solicitar informações sobre as atividades desenvolvidas pela gestão pública. Se na Transparência há uma ênfase quantitativa das receitas e despesas públicas, na Lei de Acesso acrescenta-se uma dimensão qualitativa das informações. Por exemplo: o cidadão pode requerer uma cópia de um processo licitatório para a compra de medicamentos.

Assim, disponibilizar informações pelos portais de transparência e pela aplicação da Lei de Acesso à Informação confere ao cidadão a oportunidade de ler, monitorar e avaliar as políticas públicas. Dispositivos que remetem ao entendimento de controle social, reconhecido como a “atuação de cidadãos, organizados ou não, no acompanhamento e fiscalização dos atos da Administração Pública, ou seja, da aplicação dos recursos públicos e da execução das políticas públicas” (ENAP, 2015, p. 06).

Há, portanto, uma pertinente associação entre informação e comunicação pública, que pode ser articulada com os indicadores culturais, especialmente se estes forem oriundos das atividades desenvolvidas por órgãos de governo, pois a informação pode ser:

f) de prestação de contas: dizem respeito à explicação sobre decisões políticas e de uso de recursos públicos, viabilizando o conhecimento, a avaliação e a fiscalização;

6 Como exemplo, o site do Governo Federal www.portaldatransparencia.gov.br

g) dados públicos: aqueles de controle do Estado que dizem respeito ao conjunto da sociedade e a seu funcionamento. Exemplos: estatísticas, jurisprudência, documentos históricos, legislação e normas (DUARTE, 2009, p. 62).

Assim, informação é um elemento importante à comunicação pública. Reconhecer que dotar o cidadão de mecanismos de acesso à informação é viabilizar a ampliação da leitura da realidade, fazendo com que este cidadão se torne agente de sua história, capaz de transformá-la (ESCUADERO, 2015). A configuração de indicadores é uma adequada maneira de efetivar a comunicação pública por meio da transformação da informação em conhecimento plausível de leitura e compreensão social.

O “problema” brasileiro como exemplo

O caso brasileiro de fiscalização das contas públicas e, mais especificamente, o dos municípios do Rio Grande do Sul, é um adequado exemplo da possibilidade de articulação dos tópicos acima. Explica-se: com a informatização dos processos de fiscalização, os tribunais de contas estaduais criaram sistemas de “Controle Social” das despesas realizadas pelos municípios. Boa parte dos sites dos tribunais oferece acesso livre às despesas (e receitas) dos municípios através dos empenhos, liquidados e/ou pagos pelas prefeituras por ano de exercício orçamentário. Ao escolher a função cultura é possível visualizar todas as despesas efetuadas no setor pela prefeitura.

Esse instrumento legal de controle orçamentário é um mecanismo de controle social, onde se torna possível verificar valores, cifras, números de algum ente governamental. No entanto, disponibilizar as contas públicas não realiza por completo o controle social, à medida que distancia a leitura desses dados pela população, e não se apresenta as conexões com as políticas públicas com as quais tais números estão associados. Nesse sentido, o controle social é sinônimo de fiscalização, quando deveria ser desenvolvido como “uma consciência política nas pessoas que a integram, representantes da sociedade civil e do governo (...)” (MACHADO, 2012, p. 58).

Aqui, talvez, seja oportuno questionar em que medida é possível articular cultura e controle social. Sabidamente, em sua dimensão antropológica, a sociedade brasileira ainda carece de uma cultura democrática que possa efetivar tais mecanismos/ferramentas como controle social. Há uma necessidade de conferir à

sociedade o “empoderamento” que se requer, para que as políticas públicas sejam desenvolvidas de modo que atendam às demandas da população. Tal situação/problema se articula, então, com a necessidade de uma comunicação pública que envolva sociedade e governos, para que a CP seja efetiva na ação da sociedade no controle social, com instrumentos que estimulem a população a se tornar protagonista, mais do que mera espectadora das políticas públicas.

Eis, então, que a comunicação pública reconhecida como processo e como instrumento pode ser articulada aos indicadores voltados à cultura. No entanto, esta problematização precisa avançar ao segundo ponto: políticas culturais.

A política cultural é reconhecida como o conjunto de intervenções “*realizadas por el estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social*” (CANCLINI, 2005, p. 06). Por meio deste conceito, percebe-se que a ênfase está nas formas de intervenção (inclusive sua ausência) com a combinação de agentes e instâncias institucionais de organização da cultura dentro de um circuito estruturado (BRUNNER, 1987). Para os objetivos deste estudo, é preciso ter em conta a associação com os circuitos culturais e a relação com o Estado, por exemplo, os municípios. Os circuitos seriam os resultados estabelecidos dentro de um conjunto de manifestações culturais e as instituições estatais que fomentam/organizam/estruturam essa manifestação.

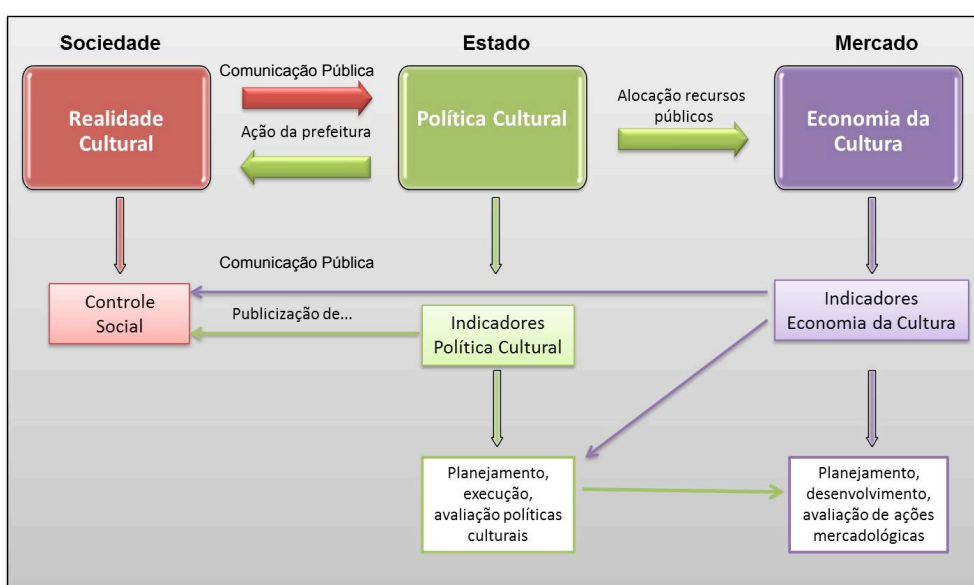
Por outro lado, o entendimento de política cultural estabelecida nos municípios permite uma articulação com a economia da cultura. A despesa pública no setor gera consequências positivas para a economia e o desenvolvimento local, a partir do impacto direto sobre suas despesas e os salários que distribui; estabelece relações com a oferta privada e o consumo público do mercado da cultura; e exerce um efeito de alavancagem sobre as coletividades territoriais com o de deslocamento dos gastos públicos, mobilizando organizações de outros municípios e regiões (TOLILA, 2007). Assim, ao prover uma política pública à cultura, a demanda pública de uma prefeitura irá (i) apoiar diretamente os bens e serviços culturais já existentes no mercado; (ii) mobilizar a oferta dos que não estão consolidados no mercado; e (iii) apoiar bens e serviços não culturais, mas que se relacionam e apoiam as atividades nucleares da cultura (MARTINS, 2015).

Mas como é possível ler essas políticas culturais? Há mecanismos de avaliação dessas políticas? Como se pode verificar o impacto econômico dos gastos em cultura?

As informações municipais são acessíveis à população? Há mecanismos de efetiva comunicação pública para o controle social das políticas culturais municipais?

Ora, esta confluência entre as necessidades sociais e culturais da população, as práticas das administrações municipais e o impacto econômico dessas práticas criam um cenário que requer mais do que nunca ferramentas e guias de ação para o cidadão (município) e as políticas culturais municipais. Trata-se de refletir e propor indicadores culturais municipais.

Figura 01 – A configuração dos indicadores culturais na perspectiva do estudo.



Fonte: Martins (2015).

A figura acima mostra como os mecanismos de gestão do Estado na cultura estão diretamente ligados à realidade cultural dos cidadãos, reconhecendo a ação do governo como a alocação de recursos públicos que articulam a economia da cultura e requerem um mecanismo de controle social daquilo que foi desenvolvido.

No entanto, o simples fato de disponibilizar informação não efetiva um adequado reconhecimento social do que foi (ou não) implementado enquanto uma política cultural. Nesse ponto está a articulação entre o debate teórico e o “problema” brasileiro em realizar, de fato, uma comunicação pública adequada.

Em que pese tal discussão para o debate teórico em comunicação pública, há de se ter em mente alguns pontos para a configuração de indicadores culturais nessa

perspectiva. O quadro abaixo, baseado em Taber (2005), procura sintetizar alguns pontos.

Quadro 01 – Princípios para a configuração de indicadores culturais.

Princípio	Caracterização
Informação baseada num modelo de interpretação	Um projeto de investigação e gestão de políticas e indicadores culturais requer um estudo prévio que dê sustentação teórica às ações que serão desenvolvidas e às interpretações derivadas.
A importância da informação	O reconhecimento da importância e do valor da informação no momento de estudar, (re)criar ou transformar a realidade cultural, especialmente no apoio à tomada de decisão, planejamento e execução das políticas culturais.
O reconhecimento dos públicos	Os indicadores devem ter uma proposta adequada de comunicação dos resultados. Um projeto de indicadores culturais em sua origem deve considerar os diversos destinatários e usuários interessados em sua compreensão. Já não são os públicos do mercado ou dos governos, mas também todos os cidadãos.

Baseado em Taber (2005, p. 10-11).

Considerações finais

Um dos problemas brasileiro que envolve a comunicação pública é a limitação das práticas de controle social sobre a gestão pública serem limitadas ao controle orçamentário. O que não necessariamente se configura como um problema, afinal mais agravante seria não disponibilizar os dados contábeis sobre os gastos e as receitas públicas.

No entanto, liberar e informar números, cifras e valores distancia a compreensão dessas informações pela população em relação às políticas públicas que tais números estão associados. A Lei da Transparência e a Lei de Acesso à Informação podem incorrer pelo erro, conforme sua aplicação e uso, de reduzirem o controle social à fiscalização, quando deveria ser desenvolvido como um mecanismo de consciência política nos cidadãos.

No caso da cultura, especialmente às políticas culturais, há a possibilidade de transformar esse processo em uma comunicação pública que integre cidadãos, sociedade civil e governos. O que este estudo propõe, então, é reconhecer os indicadores culturais

como um instrumento que, inicialmente, proporciona informação adequada para os seus diversos usuários, reforçando a transparência dos atos públicos orientados aos cidadãos; e que avance para uma noção na qual os indicadores sejam percebidos como uma maneira de efetivar a comunicação pública por meio da transformação da informação em conhecimento plausível de leitura e compreensão social.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Conceito de comunicação pública**. IN: DUARTE, Jorge. (org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2009. (p. 1 – 33).

BRASIL. **Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000**. Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, v. 190, n 190, p. 117. 2000. Sessão 1, pt. 1.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm. Acessado em: 15 de maio de 2015.

BRUNNER, José Joaquín. *Políticas culturales y democracia: hacia una teoría de las oportunidades*. IN: CANCLINI, Néstor García (ed.). *Políticas culturales en América Latina*. Ciudad de México: Editorial Grijalbo, 1987. 175-203p.

CANCLINI, Nestor. *Definiciones en transición*. En libro: *Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas*. Daniel Mato. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. 2005. pp. 69-81.

CARRASCO-ARROYO, Salvador. *Indicadores culturales: una reflexión*. Econcult, 1999.

COLL-SERRANO, Vicente; *et al.* *Propuesta metodológica para el diseño de un sistema de indicadores culturales local basado en la planificación estratégica*. Política y Sociedad, v. 51, n. 02, p. 423-446, 2014.

DUARTE, Jorge. **Instrumentos de comunicação pública**. IN: DUARTE, Jorge. (org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2009. (p. 59 – 71).

_____. **Comunicação pública**. In: SILVA, Luiz Martins da (Org.). Comunicação pública: algumas abordagens. Brasília: Casa das Musas, 2010.

Escola Nacional de Administração Pública – ENAP. **Controle Social e Cidadania**. Curso de Controle Social. Módulo 03. Brasília: ENAP, 2015.

ESCUADERO, Regina. **Comunicação pública – a voz do cidadão na esfera pública**: construindo um novo paradigma profissional. Curitiba: Appris, 2015.

GERBNER, George; GROSS, Larry. **Cultural Indicators: The social reality of television Drama**. Pennsylvania Univ. Philadelphia: School of Communications, 1973. Disponível em <<https://eric.ed.gov/?id=ED079390>>. Acesso em: 10 de março 2017.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística/IBGE. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais (2007-2010)**. Rio de Janeiro: IBGE, 2013.

JANNUZZI, Paulo de Martino. **Considerações sobre o uso, mau uso e abuso dos indicadores sociais na formulação e avaliação de políticas públicas municipais**. Revista de Administração Pública – RAP, v. 36, n. 01, p. 51-72, jan.- fev., 2002.

MACHADO, Loiva Mara de Oliveira. **Controle social da política de assistência social**: caminhos e descaminhos. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012.

MARTINS, Tiago Costa. **A alocação de recursos públicos e a possibilidade de configuração de um arranjo produtivo da cultura regional** (relatório final de pesquisa). São Borja: MinC/CNPq, 2015.

MATOS, Heloisa. **Capital social e comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo, Summus, 2009.

PFENNIGER, Mariana. **Indicadores y estadísticas culturales: un breve repaso conceptual**. *Boletín GC: Gestión Cultural No7: Indicadores y Estadísticas Culturales*, abril de 2004.

TABER, Micaela. **Indicadores culturales: qué, por qué y para qué medir**. Sistema de Información cultural – SIC México, 2005. Disponível em <https://sic.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=311&disciplina=>. Acesso em: 10 de março 2017.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia**: problemas, hipóteses, pistas. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2007.

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Controle social**. Disponível em <<http://www.tce.rs.gov.br>>. Acesso em: 06 março 2013.

ZIVIANI, Paula. **A consolidação dos indicadores culturais no Brasil: uma abordagem informacional**. Belo Horizonte, Escola de Ciência da Informação da UFMG, 2008. Dissertação Programa de Pós-Graduação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.