

## **Relações Públicas no Setor Cultural**

Celsi Brönstrup Silvestrin, Docente da Universidade Federal do Paraná

Denise Werneck, Docente da Pontifícia Universidade Católica do Paraná

**Resumo:** O principal objetivo deste artigo é contribuir com dados e reflexões sobre a atuação de relações públicas na área da cultura. Partimos de uma exposição sobre as formas como a cultura tem sido interpretada nos dias de hoje, enfatizando em seguida os principais aspectos do cenário da cultura no Brasil, avançando finalmente para algumas perspectivas de trabalho. As autoras entendem a discussão como um tema relevante, diante da importância da cultura para a sociedade e sua relação com a comunicação.

**Palavras-Chave:** Relações Públicas; Setor Cultural; Gestor Cultural.

### **INTRODUÇÃO**

Discorrer sobre cultura nos leva a inúmeras possibilidades. Podemos pensá-la sobre a ótica de várias disciplinas: sociologia, antropologia, ciências políticas e econômicas, filosofia, comunicação, justamente por se tratar de um estado que revela as condições de vida humana e em sociedade, com todos os seus elementos. Cabe resgatar um pouco como a cultura vem sendo entendida através dos tempos por diferentes áreas. Não que, como assunto, se possa esgotá-la, mas aos propósitos deste artigo, servirá para organizar o pensamento.

Genericamente, para as ciências a cultura se refere a um modo como indivíduos, grupos, comunidades e sociedades vêem o mundo. Dividem-se, no entanto, na hora de explicar como isso acontece: estaria relacionado a uma condição biológica, das relações sociais, das características físicas, regionais ou econômicas? Como explicar o futuro e a perpetuação da raça humana a partir de suas origens? Poderá a existência humana se explicar a partir de quais características? Como identificá-las e relacioná-las?

A perspectiva da antropologia cultural explica a cultura como sendo um comportamento exclusivo dos seres humanos em relação a outras espécies. Como ser simbólico, o homem, por meio da linguagem, detem a capacidade de representar a si mesmo, seu ambiente e coisas que acredita, o que o coloca em franca vantagem em relação às demais espécies. Agindo a partir de comportamentos aprendidos e ensinados, ao invés de agir por instintos comuns a outras espécies, é possível buscar uma forma de entender o homem por meio de seus sentidos, ações e reflexões que conduzem à aventura de ser humano. A cultura, então, refere-se à capacidade dos seres humanos de atribuir significados às ações que praticam à realidade natural e à realidade construída que os cerca em relação aos comportamentos de animais e de pessoas.

Dessa forma, a cultura é estudada a partir das características humanas por meio de sistemas simbólicos, religião e comportamentos. A partir dos estudos de Ferdinand de Saussure, sobre os aspectos lingüísticos e de Charles Sanders Peirce, sobre signos e significados, os estudos se voltaram aos grupos sociais e a interpretação de símbolos, mitos e ritos (SANTOS, 2007).

A sociologia quer ver a cultura sobre a lente dos costumes sociais e da vida cotidiana dos grupos sociais, especialmente àqueles ligados ao mundo do trabalho. As mudanças nas formas de vida em sociedade não estariam ligadas ao planejamento individual, mas sim, a um grande número de pessoas que desejam fazer certas coisas (SANTOS, 2006).

No entanto, não significa que essas decisões resultem da soma dos esforços coletivos. Cada função é exercida de uma pessoa para outra, de modo que cada pessoa dependa das outras. Essa rede de funções que as pessoas exercem uma em relação às outras é o que a sociologia chama de sociedade.

Norbert Elias, importante sociólogo para quem a civilização se relacionava aos processos sociais e ao desenvolvimento social, ao publicar seu trabalho *O Processo Civilizatório* foi desprezado por um período de 30 anos. Anos mais tarde, seu argumento de que a cultura poderia ser pensada a partir dos processos sociais, do desenvolvimento da sociedade, conforme a visão de cada uma dela, foi resgatado e valorizado por volta de 1970, por importantes autores tais como, Mikhail Bakhtin, Michel Foucault e Pierre Bourdieu. Ao definir cultura, estes autores levam em consideração questões históricas. Bakhtin (2002) se voltou à pesquisa de documentos históricos utilizando métodos semióticos para entender a dinâmica humana por meio da linguagem. Para Foucault a problemática gira em torno do regime do Estado e das Ciências, mais especificamente sobre o controle social, sobre o eu e o corpo. Ao estudar o poder e suas dimensões sociais, a relação vertical entre Estado e sociedade, se dava também na forma horizontal, em muitas formas de vivência cotidiana. Ao passo que Bourdieu, ao debater temas históricos, traz o conceito de teoria *prática/habitus* destacando a

idéia de reprodução cultural, capital cultural e capital simbólico e construindo uma análise sobre a cultura em termos de bens, de produção de mercado e de investimento (BOURDIEU, 2005).

A cultura, então, pode ser entendida conforme as formas de conhecimento são produzidas pela experiência e vivência. Por assim dizer, é afeta às relações de indivíduos, grupos sociais, sociedade e poder público, e exerce um papel organizador da sobrevivência cotidiana, atrelado a legitimidade e legalidade de várias de suas formas. Dela também depende a memória e a projeção do indivíduo ou de sua civilização, contada pela sua história.

Este ponto de vista é compartilhado por Santos (2007, p.2):

Dessa forma, os estudos culturais implicaram no reconhecimento de que se encontram povos e contextos culturais unidos não por identidade genética ou biológica, mas por tradições sociais. Porém, a cultura não é apenas acumulação de tradições sociais. Ela está tão profundamente entrelaçada com todo o sistema cognitivo que a visão do mundo em cada indivíduo é construída pela experiência cultural e a ela está sujeita.

Em outro extremo, na atualidade, a informação e o conhecimento atingiram sobremaneira a cultura. Os baixos custos na transmissão de dados, a explosão e a alta velocidade das informações, as tecnologias da informação e da comunicação, retratam uma sociedade que valoriza o imediato, que tem o descarte como uma qualidade.

Os efeitos da globalização – as revoluções industrial e tecnológica, o mercado financeiro e a integração econômica, social, além do barateamento dos meios de transporte e da comunicação, levaram à homogeneização dos centros urbanos.

Outros fatores que influenciaram a cultura se relacionam à expansão das corporações para regiões fora de seus núcleos geopolíticos. Além disso, a revolução tecnológica nas comunicações e eletrônica, a reorganização geopolítica do mundo em blocos comerciais regionais – não mais ideológicos – e a hibridização entre culturas populares locais e uma cultura de massa global tornaram a cultura como a conhecemos hoje.

A abertura de mercados e novos produtos financeiros incorreram em mudanças nos valores políticos, econômicos, sociais e religiosos, levando à necessidade de redesenho das sociedades.

Também se observa que a cultura serve à organização da vida social para explicar que padrões são transmitidos por meio de comportamentos sociais, levando a diferentes formas de expressões culturais: educação, formação escolar, manifestações artísticas, teatro, música, meios de

comunicação de massa, festas tradicionais, lendas, crenças de um povo, crenças e práticas religiosas, artes e livros, cinema, música, orquestras, bibliotecas e museus.

Formas de cultura também são reconhecidas como fator de desenvolvimento humano por estimularem a criatividade, a sensibilidade e a emoção. Cumpre, ainda, uma função de transformação social à medida que promovem registros, memórias, criação de identidade coletiva, ocupação do tempo livre e socialização, de forma a manter uma identidade nacional.

A cidadania é construída a partir da identidade coletiva, quando cada membro se reconhece como um elo da economia.

## **A CULTURA NO BRASIL**

O desenvolvimento de um país tem relação direta com a cultura de sua população. Apenas a extensão territorial do Brasil já seria problemática para oferecer a uma população de 190 milhões de pessoas, condições sócio-política e econômica igualitárias. Acrescente-se a isso, condições adversas entre o crescimento das regiões do país, com notório crescimento no sul e sudeste do país, as diferenças se mostram profundas. Apesar dos esforços dos últimos governos em diminuir as taxas de pobreza e desigualdade dos rendimentos (IPEA, 2010), com otimismo, só estaremos próximos dos indicadores sociais dos países desenvolvidos no ano de 2016, conforme consta do comunicado de número 38:

Se projetados os melhores desempenhos brasileiros alcançados recentemente em termos de diminuição da pobreza e da desigualdade (período 2003-2008) para o ano de 2016, o resultado seria um quadro social muito positivo. O Brasil pode praticamente superar o problema de pobreza extrema, assim como alcançar uma taxa nacional de pobreza absoluta de apenas 4%, o que significa quase sua erradicação.<sup>1</sup>

Ainda assim, um levantamento do governo federal realizado no ano de 2007 revelou números acentuados no que se refere à exclusão social. O mesmo comunicado relaciona a diminuição da pobreza às políticas públicas fortalecidas:

---

<sup>1</sup> [http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/comunicado\\_presidencia/100112Comunicado38.pdf](http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/comunicado_presidencia/100112Comunicado38.pdf)

Nos países desenvolvidos, o problema da pobreza absoluta encontra-se praticamente resolvida, embora persistam indicadores importantes de medida de pobreza relativa (o quanto se é pobre relativamente à riqueza existente). Ademais, o índice de Gini encontra-se, em geral, abaixo de 0,4, conforme os casos de países como a Itália (0,33), Espanha (0,32), França (0,28), Holanda (0,27), Alemanha (0,26), Dinamarca (0,24), entre outros, no ano de 2005. A situação dos Estados Unidos, contudo, distancia-se desta realidade nas economias avançadas (0,46) para o mesmo ano.<sup>2</sup>

No caminho do crescimento, o governo federal mantém políticas sociais, de proteção social (seguridade social) e promoção social (destinada a produzir resultados), e comemora o PIB de 2010, 7,5%, que coloca o Brasil entre as sete maiores economias do mundo. A elevação da economia a este patamar considera que para cada R\$ 1,00 gasto com educação pública, equivale a R\$ 1,85 investidos para o PIB. Conforme divulgado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2011, p. 10), os gastos sociais são os principais elementos para crescimento do PIB e redução das desigualdades, tendo em vista que o gasto com educação se reflete na economia por meio de acesso a produtos e serviços nas mais variadas formas, movimentando a produção e a economia. Ainda assim, um levantamento do governo federal realizado no ano de 2007, pelo Programa Mais Cultura ([maiscultura.gov.br](http://maiscultura.gov.br)), revelou números acentuados no que se refere à exclusão social:

Apenas 13% dos brasileiros freqüentam cinema alguma vez por ano; 92% dos brasileiros nunca freqüentaram museus;  
93,4% dos brasileiros jamais freqüentaram alguma exposição de arte; 78% dos brasileiros nunca assistiram a espetáculo de dança, embora 28,8% saiam para dançar; mais de 90% dos municípios não possuem salas de cinema, teatro, museus e espaços culturais multiuso.<sup>3</sup>

Sobre estes números, não é de surpreender que apenas 13% dos brasileiros freqüentem salas de cinema, quando 90% dos municípios não possuem salas de cinema, teatro e museus (estes, não freqüentados por 92% da população). A favor da baixa freqüência, além da falta de espaço, tem-se o alto custo de cinemas e teatros e a migração, das ruas para os shoppings, das salas de cinema. Como programa de final de semana, uma família de quatro pessoas precisa dispor de cerca de R\$ 30,00 por

---

<sup>2</sup> icado38.pdf . [http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/comunicado\\_presidencia/100112Comun](http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/comunicado_presidencia/100112Comun)

<sup>3</sup> Programa Mais Cultura. [www.maiscultura.gov.br](http://www.maiscultura.gov.br)

pessoa. Em plena era da tecnologia, a sétima arte deixou de produzir somente arte. Ir ao cinema tornou-se sinônimo de privilégio: a tecnologia de terceira dimensão deixou o programa, antes perfeito para a matinê de domingo, em um programa caro e exclusivo. Além do que, em um espaço privado que vem se sofisticando e selecionando a frequência de seus públicos nas últimas décadas – os shoppings. Se por um lado, dentre os anos de 2008 e 2010, atraído pelo luxo e pela interatividade, o público de cinema dobrou, por outro, não incluiu as camadas D e E, que permanecem excluídas.

A restrição às salas de cinema, mesmo nos municípios que as mantem, pode encontrar explicação nas televisões de última geração – tela grande, som *surround* e imagens de alta definição, que transformaram as salas das casas em verdadeiros cinemas, em que as famílias podem assistir filmes e todo o tipo de programas em diferentes horários e no conforto do sofá. Neste ponto, evidenciam-se os investimentos da indústria de eletroeletrônicos combinado às facilidades de pagamento estimuladas pelo mercado, para aquisição destes produtos. De acordo com o IBOPE, em 2008, 93% dos domicílios possuía pelo menos um aparelho de TV. Tais aparelhos, desde 1930, ocupam o centro da sala, ditando regras, entretendo, influenciando e até comandando aspectos culturais das famílias. Para milhares delas, o aparelho é a única ou principal forma de se manter *conectado* ao mundo.

A programação voraz das emissoras de TV pode ser outro fator responsável pela restrição aos avanços da cultura no país, embora não signifique que uma das funções da TV seja educar. A baixa qualidade dos programas, tais como apelo sexual, cenas de violência ou que estimulam elementos de distorção de caráter (intrigas, fofocas, maldades) discriminação racial, exposição ao ridículo, reforçam esta premissa.

É a que Canclini (2008, p.61) se refere ao afirmar:

Resta verificar este «presentismo», ou perda do sentido histórico e utópico, em conexão com os traços estilísticos da sensibilidade midiática: predomínio dos filmes de ação e de efeitos especiais sobre as narrativas longas; a intensidade da comunicação instantânea possibilitada pela internet; a obsolescência planejada dos produtos e mensagens; a fugacidade das modas, da informação e das comunicações nos *chats*.

Sem dúvida, a gestão midiática e mercantil do tempo empobrece a experiência do passado e as fantasias sobre o futuro, subordinando-as ao presente.

No mesmo levantamento feito pelo governo, consta que:

O brasileiro lê em média 1,8 livros per capita/ano (contra 2,4 na Colômbia e 7 na França, por exemplo); 73% dos livros estão concentrados nas mãos de apenas 16% da população; Preço médio do livro de leitura corrente é de R\$ 25,00, elevadíssimo quando se compara com a renda do brasileiro nas classes C/D/E; Dos cerca de 600 municípios brasileiros que nunca receberam uma biblioteca, 405 ficam no Nordeste, e apenas dois no Sudeste; 82% dos brasileiros não possuem computador em casa, e, destes, 70% não tem qualquer acesso a internet (nem no trabalho, nem na escola); 56,7 % da população ocupada na área de cultura não têm carteira assinada ou trabalha por conta própria; A média brasileira de despesa mensal com cultura por família é de 4,4% do total de rendimentos, acima da educação (3,5%), não variando em razão da classe social, ocupando a 6ª posição dos gastos mensais da família brasileira.<sup>4</sup>

Esta segunda parte dos indicadores de exclusão dá um alerta de perigo sobre as dificuldades de acesso relacionadas à capacidade econômica das classes sociais de consumir cultura. A relação existente entre o baixo número de livros lidos (1,8 per capita ano) e o preço unitário do livro (R\$ 25,00) são indícios de outros inúmeros desequilíbrios financeiros em tudo o que se produz para (e por) cultura.

Entre livros, o alto custo corresponde a não leitura ou à produção indiscriminada de cópias impressas. Entre CDs e DVDs, o custo elevado favorece a pirataria e enfraquece o combate a ela. Além dos evidentes prejuízos econômicos e éticos decorrentes desta prática, o comércio da pirataria corta caminho em detrimento das vias que se destinam à cultura. Tendo como alvo principalmente os jovens a arte é aprisionada no modo como é reproduzida e acessada, invertendo a lógica natural de consumi-la, por meio de ir ao cinema, ou ler um livro.

Da forma como a tecnologia avança em todas as áreas, 82% dos brasileiros não possuir computadores deve ser visto como preocupante. A interatividade midiática tem o poder de tornar o espaço público, privado, e embora não substitua o espaço público do ponto de vista do convívio e da experiência, é capaz de levar informação praticamente a todos os espaços. A qualidade da informação pode ser colocada em dúvida ou a quantidade ser maior do que uma pessoa seja capaz de processar, mas, não se pode negar que a internet reivindica, com muita força, seu lugar como mídia

---

<sup>4</sup> Programa Mais Cultura. [www.maiscultura.gov.br](http://www.maiscultura.gov.br)

ocupando sistemas de comunicação e sentidos humanos, devendo, portanto, estar disponível para a coletividade. Uma cultura inclusiva e democrática implica em fator de desenvolvimento sócio-econômico e de qualidade de vida para a população. Diz respeito às condições locais quanto a saneamento básico, abastecimento de água, coleta de lixo, número de escolas que favoreçam o nível de escolaridade e favorecimento das condições de trabalho. Planos e formas devem incentivar e garantir a indivíduos e grupos oportunidades amplas e igualitárias de acesso aos recursos e benefícios conquistados pela sociedade em seu percurso histórico. Políticas culturais na sociedade devem reunir e organizar diversas áreas assistidas, não assistidas e parcialmente assistidas pela cultura visando equilibrar para construir a cidadania e garantir a identidade, respeitando as diferenças.

## **POLÍTICAS DE INCENTIVO**

Dentre as políticas de incentivo à cultura mantidas pelo governo, destaca-se a Lei Rouanet, criada em 1991, no governo Collor. Por meio de renúncia ou isenção fiscal a lei, que já injetou cerca de R\$ 8 bilhões em projetos culturais, permite a patrocinadores de projetos culturais abatimentos de até 100%, do valor investido, no Imposto de Renda desde que esse valor não ultrapasse 4% do imposto devido. Nos últimos anos, percebendo as distorções quanto aos propósitos e os resultados da lei o governo abriu um debate visando discutir a eficácia ao uso com vistas a reduzir ou eliminar formas não compatíveis com os interesses culturais da população.

Considerando que as leis são criadas em benefício da maior parte da população, seus critérios não devem considerar interesses particulares de indivíduos ou grupo. O governo alega que, até o ano de 2007, a transferência de recursos por meio da renúncia ou isenção fiscal concentrou 80% de projetos beneficiados às regiões sul e sudeste. Mais de três mil projetos não saíram do papel mesmo depois de aprovados pelo MinC. Outra alegação do governo é que praticamente não há participação popular no uso da verba pública, dentre os projetos aprovados.

Um bom exemplo foi a captação de recursos por meio de incentivo fiscal na casa de R\$ 22 milhões para a maior temporada realizada na América Latina pelo circo de Soleil. O circo foi contemplado para a temporada de apresentações em São Paulo e Rio de Janeiro, com aprovação da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura<sup>5</sup>, que também recomendou formas de democratização de

---

<sup>5</sup> A Comissão Nacional de Incentivo à Cultura é um órgão colegiado, instituído pela Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº. 8.313/91), que analisa e opina sobre a concessão de benefícios fiscais a projetos culturais e artísticos e o seu enquadramento no Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC).



acesso às camadas mais amplas da população nos espetáculos, por meio de distribuição gratuita de parte das entradas, estabelecimento de espetáculos exclusivamente com entradas gratuitas e exibição dos espetáculos pelas redes de TV públicas, dentre outras atividades a serem planejadas pelo proponente. Como a proposta do proponente não foi satisfatória, a única medida tomada pelo governo se restringiu a antecipação da prestação de contas.

Com o valor dos ingressos oscilando entre R\$ 190,00 a R\$ 490,00 é possível afirmar que o propósito do governo de que os recursos públicos investidos em projetos culturais beneficiem o maior público possível, não foi atingido.

## PERSPECTIVAS E ESPECIFICIDADES PROFISSIONAIS

O profissional de relações públicas possui formação e perfil para atender diversas áreas da cultura em iniciativas independentes ou privadas. Embora estejamos convencidas dessa possibilidade, consideramos importante tecer alguns comentários sobre as bases da sua participação na área cultural. Neste contexto já são conhecidas iniciativas por parte de instituições de ensino brasileiras no sentido de investir mais na formação acadêmica do profissional, procurando habilitá-lo para esta finalidade. Parece-nos também, que tais conteúdos fortalecem as relações públicas comunitárias e as voltadas ao terceiro setor, cujas áreas prescindem de noções fundamentais sobre a cultura, principalmente numa abordagem mais sociológica conforme descrito anteriormente, tendo em vista as realidades sociais diferenciadas que fazem parte de uma sociedade marcada pela desigualdade econômica e social.

Envolver-se em uma ação cultural requer conhecimento sobre as questões culturais e o conjunto de procedimentos que permitirão por em prática determinada política cultural. Trata-se da área de mediação cultural “entendida como o domínio das ações entre a obra de cultura, seu produtor e seu público”, como explica Coelho (1997, p.9-10). Mas o mesmo autor faz uma distinção entre dois tipos básicos de ação cultural, segundo seus objetivos:

*A ação cultural de serviços é, antes, uma forma de **animação cultural** que lança mão das diferentes modalidades de relações públicas, de propaganda ou de publicidade, como o objetivo de vender tal livro, tal espetáculo de teatro, etc., ou de aproximar desses produtos um público (ou clientela) pouco receptivo, por motivos econômicos ou outros.*

*A ação cultural de criação, ou ação cultural propriamente dita, propõe-se, diversamente, a fazer a ponte entre as pessoas e a obra de cultura ou arte para que, dessa obra possam as pessoas retirar aquilo que lhes permitirá participar do universo cultural como um todo e aproximarem-se umas das outras por meio da invenção de objetivos comuns. (COELHO, 1997, p.33. Grifos do autor).*

Na compreensão do autor, no primeiro tipo de ação cultural a qual atende aos propósitos do *marketing* cultural, termos como “público” ou “clientela” são permitidos, reforçando a atitude de consumidores, enquanto que, no segundo tipo, se deve falar em “pessoas”, pois é o espaço que visa ao desenvolvimento das relações entre as pessoas e a obra e das pessoas entre si por intermédio da obra. Essa segunda modalidade de ação cultural busca “dissipar a *incomunicabilidade social* que se ergue entre a obra e as pessoas por motivos de natureza econômica, política ou outra”, esclarece Coelho (1997, p.34. Grifo do autor).

Assim, o ingresso do profissional de relações públicas no ambiente da cultura vai exigir dele mesmo, como pessoa, participar deste processo desencadeado pela “ação cultural propriamente dita”, permitindo-lhe compreender os procedimentos da expressão cultural em si, o que certamente incidirá positivamente na sua atuação técnica para planejar e implementar projetos culturais, estabelecendo metas e estratégias para fomento e produção da cultura. Na verdade, é mais do que estar apto a planejar, organizar e divulgar projetos e produtos culturais e a promover a integração entre criação artística e a equipe de produção de espetáculos (teatro, dança, música, circo), audiovisuais (filmes, telenovelas, discos, CDs, DVDs, obras literárias, entre outros setores da indústria cultural. Ou ser capaz de organizar mostras, exposições e festivais em diversas áreas artísticas, além de atuar na captação de investimentos para a execução de projetos culturais.

O conjunto de habilidades do profissional de relações públicas permite exercer a gerência cultural e operacional em instituições públicas e privadas, atuando em centros culturais, galerias de arte, museus, bibliotecas, teatros e cinemas. Também é compatível com o exercício profissional a formulação de políticas governamentais, de gestão cultural em níveis municipal, estadual e federal, auxiliando na definição de políticas públicas para a cultura, bem como na preservação e revitalização do patrimônio cultural.

É oportuno mencionar que estão sendo feitos esforços no sentido de profissionalizar a gestão cultural. Maria Helena Cunha (2007, p. 73), gestora cultural e coordenadora do curso de pós-graduação em gestão cultural (UNA) comenta sobre a complexidade do ambiente cultural profissional a partir da criação das instituições de cultura, na década de 1980; do surgimento de uma

legislação de incentivo fiscal voltada para o financiamento do setor, e a própria ampliação da participação da iniciativa privada. Para a coordenadora cabe ao gestor cultural manter, ao mesmo tempo, o dinamismo e o intercâmbio entre os vários segmentos da área artística, promovendo inter-relações com outras áreas, como a educacional, a social, a ambiental, a turística, entre outras, ressaltando que:

Além dos temas específicos de arte e cultura, é preciso saber transitar pela economia, pelos princípios jurídicos, pelo planejamento, pelo marketing e pela administração; reconhecer o local onde se atua, identificando suas potencialidades e singularidades; problematizar e discutir continuamente sobre os aspectos inerentes à política cultural pública e privada; aprimorar os conhecimentos referentes às diversas formas de manifestações artísticas, atentando-se para as novas tendências.<sup>6</sup>

Nesta mesma perspectiva, enfatizamos a importância dos estudos sobre comunicação no ambiente cultural, tanto no que diz respeito ao aspecto profissionalizante como aos estudos sobre mídia e teorias da comunicação.

As relações entre a cultura e a comunicação são um fato. Martino (2005, p.16) chega a afirmar que há uma interdependência entre ambas a tal ponto que é impossível separar exatamente a comunicação e cultura. Mas assim como outros cenários, o setor cultural também deve estar atento às novas formas de relacionamento e formatos dos processos de comunicação impostas pelas redes sociais e as novas estratégias de mídias digitais. Portanto, ao profissional que deseja trabalhar no campo da cultura, além de se capacitar com uma formação abastecida por conteúdos culturais, deve estar apto a gerir os processos comunicacionais em rede e os relacionamentos com os públicos dentro deste cenário.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando argumentamos sobre a inserção dos profissionais de relações públicas nos setores culturais, não significa que isso já não vem acontecendo. Há cursos de relações públicas que já desenvolvem conteúdos voltados para essa especificidade, buscando ampliar as condições de acesso a esse complexo mercado de trabalho. Não nos parece que deva prevalecer a ideia de que a atividade

---

<sup>6</sup> Portal Iberoamericano de Gestión Cultural - [www.gestioncultural.org](http://www.gestioncultural.org)

de relações públicas se limite à “ação cultural de serviços” dentro do setor cultural, pois reconhecemos que muitas das exigências do campo profissional da gestão cultural têm a ver com o atual perfil do nosso profissional. Portanto, especializar-se nesse setor, significa valorizar a formação que está sendo programada para profissionais no campo da gestão cultural, fundamentada em diversos conhecimentos interdisciplinares.

Em última análise, como área de trabalho, o profissional de relações públicas pode atuar em ensino, pesquisa e extensão no magistério superior na área de produção cultural, além das áreas de formação específica à qual já reúne tantos profissionais no ensino superior.

## REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Michail. A cultura popular na Idade Média e no Renascimento. SP: Annablume, 2002.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. SP: Perspectiva, 2003.

CANCLINI, Nestor Garcia. A cultura política: entre o midiático e digital. Encontro Nacional de Bibliotecas Populares da Argentina. Buenos Aires: 2008.

COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário. SP: Editora Iluminuras Ltda., 1997.

CUNHA, Maria Helena. Gestão Cultural. Desafios de um novo campo profissional. *In*: Revista Observatório Itaú Cultural / OIC – n.2, (mai./ago.2007). São Paulo, SP: Itaú Cultural, 2007.

\_\_\_\_\_. Gestão Cultural – Profissão em Formação. Disponível em: [http://www.gestaocultural.org/gc/es/pdf/BGC\\_AsocGC\\_MHCunha.pdf](http://www.gestaocultural.org/gc/es/pdf/BGC_AsocGC_MHCunha.pdf). Acessado em: 07 jan. 2011.

FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. 4 ed. RJ: Graal, 1984.

SANTOS, Andrea Paula dos. Trajetórias da História Social e da Nova História Cultural: cultura, civilização e costumes no cotidiano do mundo do trabalho. IX Simpósio Internacional Processo Civilizador – Tecnologia, Civilização. Ponta Grossa. Paraná.

SANTOS, José Luiz dos. O que é cultura. SP: Brasiliense, 2006.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Comunicação: troca cultural? São Paulo:Paulus, 2005.

## SITES:

Gastos com a Política Social: alavanca para o crescimento com distribuição de renda

Nº 75 . 03 de fevereiro de 2011. Disponível em:

[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/comunicado/110203\\_comunicadoipea75.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/comunicado/110203_comunicadoipea75.pdf).

Acessado em 28 de fevereiro de 2011.

Governo Federal Pobreza, desigualdade e políticas públicas Nº 38. Comunicados da Presidência.  
Disponível em:  
[http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/comunicado\\_presidencia/100112Comunicado38.pdf](http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/comunicado_presidencia/100112Comunicado38.pdf) . Acessado  
em 28 de fevereiro de 2011.

Programa Mais Cultura. [www.maiscultura.gov.br](http://www.maiscultura.gov.br). Acessado em 24 de fevereiro de 2011