

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FAAC - FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL: RELAÇÕES PÚBLICAS**

**Comunicação pública e acesso à cultura:  
um estudo de caso da Oficina Cultural Glauco Pinto de Moraes  
sob a ótica das Relações Públicas**

**NATÁLIA DOS SANTOS GONZALES**

**Bauru  
2011**

**NATÁLIA DOS SANTOS GONZALES**

**Comunicação pública e acesso à cultura:  
um estudo de caso da Oficina Cultural Glauco Pinto de Moraes  
sob a ótica das Relações Públicas**

Projeto experimental apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social: Relações Públicas sob orientação do Prof. Dr. Danilo Rothberg.

**Bauru  
2011**

**NATÁLIA DOS SANTOS GONZALES**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ACESSO À CULTURA:  
UM ESTUDO DE CASO DA OFICINA CULTURAL GLAUCO PIN-  
TO DE MORAES SOB A ÓTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

Banca Examinadora

---

**Prof Dr. Danilo Rothberg**  
Orientador

---

**Profª Dra. Roseane Andrello**

---

**Prof. Dr. Jefferson Goulart**

## DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho aos meus pais e ao meu irmão que estiveram ao meu lado em toda a trajetória do curso e, principalmente, nos momentos finais em que mais precisei deles.

## AGRADECIMENTOS

A realização desse trabalho só foi possível pelo apoio e força de muitos.

Agradeço, primeiramente, a Deus por sempre iluminar meu caminho durante todos esses anos.

Agradeço aos meus pais pela educação que me deram, pelo incentivo em chegar até aqui e por não medirem esforços para proporcionar a mim uma estrutura para conseguir tudo que alcancei até agora. A minha mãe pela companhia em todos esses anos em Bauru, presente em todas as horas como mãe, professora, amiga e companheira de quarto. Ao meu pai, sempre me apoiando e dando forças para prosseguir e alcançar meus sonhos.

Ao meu irmão, meu conselheiro, meu melhor amigo. Ele quem sempre me orientou muito bem para fazer as melhores escolhas, da melhor forma, no melhor momento. Tenho muito orgulho de tê-lo como irmão.

Aos meus avós Laura e Cido, aos meus tios Lucimara, Lucinéia, Tair, Toquinho, Sérgio, Renata, aos meus primos Caio, Lucca e Felipe que fizeram das minhas idas para casa as mais alegres e descontraídas durante esses anos fora de casa.

Agradeço as minhas amigas Juliana, Aline, Gabriela, Caroline, Marília e Mariana que, mesmo com poucos encontros, faziam deles os melhores e mais sinceros, como sempre foram e continuarão sendo.

Agradeço ao meu namorado Jonas que soube compreender e compartilhar todos os momentos em que passamos durante esses dois anos juntos.

Agradeço aos companheiros desses quatro anos, Carol, Bruno, Jamile e Tamires que foram muito mais que colegas de trabalho de sala de aula, foram companheiros de risadas, de almoços, de madrugadas sem dormir, de festas e de muitas histórias para contar.

Agradeço a todos os colegas de sala com os quais sempre arranjávamos motivos para nos reunir e descontrair os momentos de tensão dos trabalhos da faculdade. Em especial às meninas da República Ipanema que sempre me acolheram como agregada.

Agradeço às companheiras de apartamento, Lari e Tamires, que mesmo com poucos encontros no último corrido ano, estavam presentes para colocar o papo em dia e jogar conversa fora.

Aos meus amigos de trabalho Anapaula, Rafaela, Karla, Aline, Cássia e Beto que fizeram o dia-a-dia do trabalho ter mais alegria e foram (e são) capazes de rirem das minhas brincadeiras mais sem graças no fim do dia.

Agradeço a todos os docentes que contribuíram com a minha formação como Relações Públicas, em especial ao meu orientador Danilo que compartilhou seus conhecimentos comigo nesse presente trabalho, principalmente.

## **EPÍGRAFE**

“Toda profissão tem um propósito moral.  
A Medicina tem a Saúde.  
O Direito tem a Justiça.  
Relações Públicas tem a harmonia – a harmonia social”

*Seib e Fitzpatrick, 1995*

## RESUMO

Este trabalho analisou como a atuação das relações públicas pode, por meio da realização de instrumentos de comunicação pública, buscar assegurar ao cidadão um de seus direitos: o acesso à cultura. Escolhemos como estudo de caso a “Oficina Cultural Glauco Pinto de Moraes”, localizada em Bauru (SP), um instrumento de execução da política paulista para a área, para analisarmos como são realizadas as ações para a comunidade como um todo. Analisamos dados referentes às atividades oferecidas pela Oficina e sugerimos ações para que a comunicação e o relacionamento da Oficina com seus diferentes públicos aconteçam de forma mais eficiente.

Palavras-chave: políticas culturais; comunicação pública; relações públicas.

## **ABSTRACT**

This study examined how public relations can work through the implementation of tools for public communication, to seek to ensure a citizen of their rights: access to culture. We chose as case study "Oficina Cultural Glauco Pintio de Moraes", located in Bauru (SP), an instrument of policy implementation for the Sao Paulo area, to discuss how the actions are carried out to the community as a whole. We analyzed data pertaining to the activities offered by the workshop and suggested actions for communication and relationship with its public workshop to happen more efficiently.

Key-words: cultural policies, public communication, public relations.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
Capítulo 1- DAS POLÍTICAS PÚBLICAS A POLÍTICAS CULTURAIS: A TRAJETÓRIA E SUAS IMPLICAÇÕES.....	
1.1 Políticas Públicas e seus desdobramentos.....	13
1.2 Políticas culturais: o desenvolvimento de uma trajetória.....	21
Capítulo 2- COMUNICAÇÃO PÚBLICA E O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NO ÂMBITO CULTURAL.....	38
Capítulo 3 - OFICINA CULTURAL GLAUCO PINTO MORAES SOB A ÓTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS.....	57
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	71
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
ANEXOS.....	
Anexo I.....	76
Anexo II.....	79

## INTRODUÇÃO

As políticas públicas podem abranger diversos campos, como econômico, político, social e, por isso, vê-se a necessidade de explicar as interrelações existentes entre Estado, política, economia e sociedade. Isto abre um campo de conhecimento que busca compreender como o governo realiza ações e as monitora a fim de propor mudanças no rumo ou curso dessas ações.

Com o passar dos anos, viu-se a necessidade de delimitar melhor as temáticas abrangidas por políticas públicas. A partir disso, começaram a ser organizados setores governamentais que tratavam especificamente das políticas públicas de certas áreas. Uma das áreas de atuação de uma política pública é a cultura. No Brasil, atualmente, encontra-se em curso um Plano Nacional de Cultura (PNC), considerado “um plano de estratégias e diretrizes para a execução de políticas públicas dedicadas à cultura” (Ministério da Cultura, 2007a, p. 6). “É um mecanismo de planejamento para médio e longo prazo, propulsor de um esforço coletivo para assegurar os direitos culturais aos brasileiros” (p. 11).

A partir da evolução dessas políticas adotadas pelo governo, começa a crítica de muitos autores em relação ao conceito de política cultural. Alguns consideram uma política cultural quando há planejamento e exista um projeto duradouro e não somente eventual, além de não ter o caráter apenas de entretenimento.

Para isso, cabe aos gestores públicos identificar nos contextos das cidades, as particularidades e necessidades, para assim ser possível a interpretação das demandas no âmbito cultural. A partir disso, torna-se possível delimitar prioridades para atender as necessidades na área.

Esse trabalho analisou como a atuação das relações públicas pode, por meio da comunicação pública, buscar assegurar ao cidadão um de seus direitos: o acesso à cultura. Escolhemos como estudo de caso a “Oficina Cultural Glauco Pinto de Moraes”, localizada em Bauru (SP), um instrumento de execução da política paulista para a área, para analisarmos como são realizadas as ações para a comunidade como um todo. Foram realizadas entrevistas com o coordenador da Oficina a fim de aprofundarmos os estudos no contexto da referida Organização Social.

Como subsídio para análise dos dados, recuperamos conceitos sobre a comunicação pública que se constrói em busca de uma interação entre Estado e sociedade. É por meio desta que são discutidos assuntos de interesse público, por isso o Estado desenvolve a comunicação em meios diversos a fim de atingir os diferentes públicos de seu interesse. Porém, as atividades e informações de interesse público nem sempre são divulgadas e geridas de maneira eficiente e eficaz.

No primeiro capítulo, foi feito um estudo dos conceitos de políticas públicas e sua trajetória, desenvolvimento de políticas culturais com a abordagem de autores como Botelho (2007), Souza (2006) e Calabre (2007). Ao abordar o direito de acesso à cultura, refletimos sobre a importância da cultura para os cidadãos e as dificuldades que aparecem como obstáculos de acesso aos bens culturais. Esses conceitos foram inseridos na abordagem da redemocratização do Brasil, em que a comunicação deve ser vista como um instrumento de cidadania, acima de tudo.

A partir desses estudos, no segundo capítulo, analisamos a diferença entre informação, comunicação e relacionamento, examinando o conceito de comunicação pública no Brasil. Com essa abordagem, foi possível refletir e delinear estratégias de comunicação pública para a atuação do relações-públicas com seus diferentes públicos no caso, cidadãos em busca de acesso à cultura, e não apenas um Estado produtor de grande quantidade de informações e dados. Nesse capítulo, a discussão de autores como Haswani (2009), Matos (1999) e Brandão (2007) é relacionada à temática cultural.

Para concluir, no terceiro capítulo, discorreremos sobre as características encontradas na “Oficina Glauco Pinto de Moraes”, como estrutura, formas de divulgação e programação. Em específico, analisamos dados referentes a atividades oferecidas pela Oficina que propiciaram cultura no município de Bauru no ano de 2010. A partir dessa análise, foram identificados alguns pontos que necessitam de melhorias na Organização Social em questão. Com a identificação de possíveis melhorias, foram sugeridas ações para que a comunicação e o relacionamento da Oficina com seus diferentes públicos aconteçam de forma mais eficiente e melhor direcionada.

Trata-se de um olhar das relações públicas na otimização do processo de acesso e participação da sociedade a bens culturais a fim de exercer seus direitos como cidadãos.

A relevância desse estudo se dá pela importância da temática das políticas culturais ser explorada pelas relações públicas, principalmente pelo Brasil ser um país em que o acesso aos bens culturais precisa ser ampliado.

# **1 – DAS POLÍTICAS PÚBLICAS A POLÍTICAS CULTURAIS: A TRAJETÓRIA E SUAS IMPLICAÇÕES**

## **1.1 Políticas Públicas e seus desdobramentos**

A fim de iniciarmos estudos de políticas públicas, é de grande importância tomar conhecimento de sua trajetória e desdobramentos. De acordo com Souza (2006), a idéia de política pública nasceu nos EUA, “rompendo ou pulando as etapas seguidas pela tradição européia de pesquisas na área, que se concentravam, mais na análise sobre o Estado e suas instituições do que na produção dos governos”. Diferentemente dos EUA, na Europa a área de pesquisa de política pública se baseia em teorias em relação ao papel do Estado e da instituição governo. Já nos EUA, esse estudo não passava pela abordagem do Estado, e sim nas ações dos governos.

A política pública se tornou ferramenta de decisões do governo a partir da Guerra Fria e da valorização da tecnocracia como forma de enfrentar suas conseqüências. (Souza, 2006). O aparecimento da área de políticas públicas teve a colaboração de grandes nomes. De acordo com Souza (2006): diversos autores, em meio a década de 1930, introduziram a expressão *policy analysis* (análise de política pública) como forma de conciliar conhecimento científico/acadêmico com a produção empírica dos governos. Além desse conceito, foi introduzido o conceito de racionalidade limitada dos decisores públicos (*policy makers*). Nesse caso, a racionalidade dos decisores públicos é sempre limitada por problemas tais como informação incompleta ou imperfeita, tempo para a tomada de decisão, auto-interesse dos decisores, etc., mas a racionalidade, segundo ele, pode ser maximizada até um ponto satisfatório pela criação de estruturas (conjunto de regras e incentivos) que enquadre o comportamento dos atores e modele esse comportamento na direção de resultados desejados, impedindo, inclusive, a busca de maximização de interesses próprios. Nesse contexto, houve o questionamento da ênfase no racionalismo e foi proposta a incorporação de outras variáveis, tais como as relações de poder e a integração entre as diferentes fases do processo decisório. Muitas definições surgiram para políticas públicas, sendo um sistema, como uma relação entre formulação,

resultados e o ambiente; e/ou recebendo inputs dos partidos, da mídia e dos grupos de interesse, que influenciam seus resultados e efeitos.

Não há uma definição única para conceituar políticas públicas e nem a mais adequada. Souza (2006) elencou algumas definições que podem contribuir para o entendimento. Dentre elas estão a que define como um campo dentro do estudo da política que analisa o governo à luz de grandes questões públicas; sendo um conjunto de ações do governo que irão produzir efeitos específicos. A política pública pode ser vista também como a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação, e que influenciam a vida dos cidadãos.

Entre essas definições a mais conhecida é a que considera que decisões e análise sobre política pública sugerem buscar respostas às seguintes indagações: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz.

Diante de tantas definições, grande parte delas nos orienta para situações em que há debates diante de interesses, idéias, isto é, governos. Segundo Souza (2006) essas definições assumem uma visão holística do tema, em que o todo é mais importante que a soma das partes envolvidas (indivíduos, instituições). Para a autora, as políticas públicas repercutem em diversos campos, como econômico, político, social; por isso a necessidade de explicar as inter-relações entre Estado, política, economia e sociedade.

Perante a essas explicações, pode-se ver política pública como:

Pode-se, então resumir política pública como o campo de conhecimento que busca, ao mesmo tempo, “colocar o governo em ação” e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente). A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real (Souza, 2006, p. 26).

Inseridos na área específica da política pública, alguns modelos explicativos foram desenvolvidos para se entender melhor como e por que o governo faz ou deixa de fazer alguma ação que repercutirá na vida dos cidadãos.

Podemos destacar os principais modelos ressaltados por Souza (2006). Theodor Lowi (1964; 1972 apud Souza, 2006) desenvolveu a talvez mais conhecida tipologia sobre política pública, elaborada através de uma máxima: a

política pública faz a política. Com isso, Lowi sugeriu que cada tipo de política pública vai encontrar diferentes formas de apoio e de rejeição e que disputas em torno de sua decisão passam por arenas diferenciadas. Para ele, a política pública pode assumir quatro formatos. O primeiro é o das políticas distributivas, que são as decisões tomadas pelo governo, que desconsideram a questão dos recursos limitados, gerando impactos mais individuais do que universais, privilegiando alguns grupos e deixando de lado o interesse dos cidadãos como um todo. O segundo é o das políticas regulatórias, que são mais visíveis ao público, envolvendo burocracia, políticos e grupos de interesse. O terceiro é o das políticas redistributivas, que atinge maior número de pessoas, são, em geral, as políticas sociais universais, o sistema tributário, o sistema previdenciário e são as de mais difícil encaminhamento. O quarto é o das políticas constitutivas, que lidam com procedimentos.

### **O ciclo da política pública**

De acordo com Souza (2006), pode ser considerado que a política pública tenha um ciclo formado por alguns estágios que resulte em um processo dinâmico e que gere aprendizado. “O ciclo da política pública é constituído dos seguintes estágios: definição de agenda, identificação de alternativas, avaliação das opções, seleção das opções, implementação e avaliação”.

O primeiro estágio aborda a definição de agenda, também conhecida como agenda *setting*, e questiona o porquê que alguns assuntos entram na agenda política e outros não. Para responder a questão de como os governos decidem as agendas, de acordo com Souza (2006), são dadas três respostas.

A primeira enfoca os problemas, estes entram na agenda quando assumimos que devemos fazer algo sobre eles. A segunda resposta enfoca a política em sua essência, como se constrói a consciência coletiva sobre a necessidade de se enfrentar um dado problema.

Quando o ponto de partida da política pública é dado pela política, o consenso é construído mais por barganha do que por persuasão, ao passo que, quando o ponto de partida da política pública encontra-se no problema a ser enfrentado, dá-se o processo contrário, ou seja, a persuasão é a forma para a construção do consenso (Souza, 2006, p. 11).

A terceira resposta focaliza os participantes, que são classificados como visíveis (políticos, mídia, partidos, grupos de pressão) e invisíveis (acadêmicos e burocracia). Nesse caso, os participantes visíveis definem a agenda e os invisíveis, as alternativas.

## MODELOS

Dentre os modelos existentes para definição de políticas públicas elencamos alguns que devem ser ressaltados. O modelo *gargabe can* ou lata de lixo argumenta que as escolhas das políticas públicas são feitas como se as opções estivessem em uma lata de lixo, ou seja, há muitos problemas, porém poucas soluções. Esta abordagem combina também elementos do ciclo da política pública, principalmente a fase de definição de agenda, constituindo o que se classifica como um outro modelo, o “múltiplas correntes”.

Já o modelo da coalizão de defesa (*advocacy coalition*) discorda da visão da política pública trazida pelo ciclo da política e pelo *garbage can* por sua escassa capacidade explicativa sobre por que mudanças ocorrem nas políticas públicas.

Segundo estes autores, a política pública deveria ser concebida como um conjunto de subsistemas relativamente estáveis, que se articulam com os acontecimentos externos, os quais dão os parâmetros para os constrangimentos e os recursos de cada política pública (SOUZA, 2006, p. 12).

Ao contrário do que propõe o modelo *garbage can*, este defende que crenças, valores e idéias são importantes dimensões que fazem parte do processo de planejamento de políticas públicas, características essas que não são contempladas nos modelos anteriores.

“Assim, cada subsistema que integra uma política pública é composto por um número de coalizões de defesa que se distinguem pelos seus valores, crenças e idéias e pelos recursos de que dispõem” (Souza, 2006, p. 12).

O modelo de arenas sociais considera a política pública como uma iniciativa dos empreendedores políticos. Nesse modelo, para que algo se transforme em um problema, é necessário que as pessoas estejam convictas de que algo precisa ser feito.

Este modelo contempla o momento que os decisores do governo passam a prestar atenção em algumas questões e a ignorar outras. Segundo esse modelo, de acordo com Souza (2006) existiriam três principais mecanismos para chamar a atenção dos decisores e formuladores de políticas públicas:

- (a) divulgação de indicadores que desnudam a dimensão do problema;
- (b) eventos tais como desastres ou repetição continuada do mesmo problema;
- (c) feedback, ou informações que mostram as falhas da política atual ou seus resultados medíocres.

Esses empreendedores constituem a *policy community*, comunidade de especialistas, que é composta por pessoas dispostas a investir recursos esperando um retorno futuro.

“Este método parte do estudo de situações concretas para investigar a integração entre as estruturas presentes e as ações, estratégias, constrangimentos, identidades e valores” (Souza, 2006, p. 13). As redes constroem as ações e as estratégias, mas também as constroem e reconstróem continuamente. Um ponto a ser ressaltado deste modelo é a possibilidade que ele permite de investigação dos padrões das relações entre indivíduos e grupos.

O modelo do equilíbrio interrompido tem como base estudos da biologia e da computação. A parte de biologia está ligada a questão de a política pública se caracterizar por muitos períodos de estabilidade e instabilidade, gerando mudanças. Já a parte da computação, está ligada no conceito de seres humanos terem limites de processo de informação, assim as questões são processadas de maneira lenta e uma de cada vez.

Segundo os autores desse modelo, com essa opção é possível compreender o motivo de um sistema político poder agir de forma incremental, isto é, ser possível passar por fases de mudanças mais radicais nas políticas públicas.

Novos formatos foram introduzidos nas políticas públicas a partir da influência do “novo gerencialismo público” e da política fiscal restritiva de gasto, todos esses formatos são voltados para a busca de eficiência. Com isso, a eficiência começou a ser colocada como o principal objetivo de qualquer política pública, relacionada à importância do fator credibilidade.

A ênfase na eficiência nasceu da premissa de que as políticas públicas e suas instituições estavam fortemente influenciadas por visões redistributivas ou distributivas, na linguagem de Lowi, desprezando-se a questão da sua eficiência. As razões para tal reconhecimento estão na crise fiscal e ideológica do Estado, aliadas ao declínio do sonho pluralista que caracterizou a visão norte-americana sobre políticas públicas em décadas passadas (Souza, 2006, p. 15).

De acordo com Souza, o primeiro grande ataque às possibilidades das ações coletivas e no qual decisões sobre políticas públicas podem ser situadas afirma que interesses comuns, os quais guariam o processo decisório que afetam os indivíduos, não resultam necessariamente em ação coletiva e sim em free riding, pois os interesses de poucos têm mais chances de se organizarem do que os interesses difusos de muitos.

Para Olson, há um interesse público que não é a soma dos interesses dos grupos. Com isso, a “boa” política pública não poderia resultar da disputa entre grupos, mas de uma análise racional. A partir disso, passou-se a dar mais atenção a questão da eficiência/racionalidade das políticas públicas, que seria alcançada por novas políticas que poderiam diminuir os riscos da ação coletiva.

A questão da credibilidade das políticas públicas também ganhou destaque, ou seja, a prevalência de regras anunciadas anteriormente “seria mais eficiente do que o poder arbitrário de políticos e burocratas, contido nas políticas públicas” (Souza, 2006, p. 16). A credibilidade é baseada em regras claras que buscam ser contrárias às determinações adotadas pelos decisores públicos, o que levaria à inconsistência. Assim, essas determinações previamente feitas pelos decisores públicos seriam minimizadas ou eliminadas, transportando poder para instituições “independentes” do jogo político e fora da influência dos ciclos eleitorais.

Concorrendo com a influência do “novo gerencialismo público” nas políticas públicas, vários países estão com uma tentativa de implementar políticas públicas de caráter participativo.

Impulsionadas, por um lado, pelas propostas dos organismos multilaterais e, por outro, por mandamentos constitucionais e pelos compromissos assumidos por alguns partidos políticos, várias experiências foram implementadas visando à inserção de grupos sociais e/ou de interesses na formulação e acompanhamento de políticas públicas, principalmente nas políticas sociais (idem, p. 35/36).

No Brasil temos como exemplos dessa tentativa, os diversos conselhos comunitários voltados para as políticas sociais, assim como o Orçamento Participativo. Após essas considerações, Souza (2006) aponta diversas definições e modelos sobre políticas públicas, podemos extrair e sintetizar seus elementos principais:

- A política pública permite distinguir entre o que o governo pretende fazer e o que, de fato, faz.

- A política pública envolve vários atores e níveis de decisão, embora seja materializada através dos governos, e não necessariamente se restringe a participantes formais, já que os informais são também importantes.

- A política pública é abrangente e não se limita a leis e regras.

- A política pública é uma ação intencional, com objetivos a serem alcançados.

- A política pública, embora tenha impactos no curto prazo, é uma política de longo prazo.

- A política pública envolve processos subseqüentes após sua decisão e proposição, ou seja, implica também implementação, execução e avaliação.

### **Políticas públicas e as responsabilidades das instituições**

A temática sobre políticas públicas é influenciada por premissas provenientes de outros campos teóricos, em especial do chamado neo-institucionalismo, este procura dar ênfase à importância das instituições e das regras para direcionar decisão, formulação e implementação de políticas públicas.

Uma grande contribuição a esse debate foi dada pela teoria da escolha racional pelo questionamento de dois mitos. O primeiro é o de que, conforme mencionado acima, interesses individuais agregados gerariam ação coletiva (Olson, 1965). O segundo é o de que a ação coletiva produz necessariamente bens coletivos (Arrow, 1951). Definições sobre políticas públicas são, em uma democracia, questões de ação coletiva e de distribuição de bens coletivos e, na formulação da escolha racional, requerem o desenho de incentivos seletivos, na expressão de Olson, para diminuir sua captura por grupos ou interesses personalistas (idem, p. 37).

Outras vertentes da teoria neo-institucionalista, tais como o institucionalismo histórico e o estruturalista, também colaboram para o debate sobre o papel das instituições nas preferências dos decisores. Para estas vertentes, “as

instituições moldam as definições dos decisores, mas a ação racional daqueles que decidem não se restringe apenas ao atendimento dos seus auto-interesses” (Souza, 2006, p. 37). Esses ramos do neoinstitucionalismo afirmam que o cálculo estratégico dos decisores ocorre dentro de uma concepção mais ampla das regras, papéis, identidades e idéias. Deste modo, a visão mais comum da teoria da escolha pública (de que o processo decisório para políticas públicas procede apenas de trocas negociadas entre indivíduos baseados em seu auto-interesse) é contestada pela visão de que interesses (ou preferências) são mobilizados não só pelo auto-interesse, mas também por processos institucionais de socialização. Os decisores agem e se organizam de acordo com regras socialmente estabelecidas, conhecidas antecipadamente e aceitas. Essas visões sobre o processo político são essenciais para compreendermos melhor as mudanças nas políticas públicas em situações de relativa estabilidade.

Souza ainda aponta que a teoria da escolha pública adota um viés normativamente cético quanto à capacidade dos governos de formularem políticas públicas devido a situações como auto-interesse, informação incompleta, racionalidade limitada e captura das agências governamentais por interesses particularistas. É provável que essa teoria seja a que demonstra mais mal-estar e desconfiança na capacidade dos mecanismos políticos de decisão, defendendo a superioridade das decisões tomadas pelo mercado frente às tomadas pelos políticos e pela burocracia.

Indo um pouco mais a fundo nas contribuições do chamado neoinstitucionalismo para a área de políticas públicas, sabemos que, as instituições e suas regras redefinem as alternativas políticas e mudam a posição relativa dos atores. De um modo geral, instituições são associadas à inércia, mas muita política pública é formulada e implementada. Assim, o que a teoria neoinstitucionalista nos orienta é em relação ao entendimento de que não são somente os indivíduos ou grupos que têm força relevante que influenciam as políticas públicas, mas também as regras formais e informais que regem as instituições.

Um ponto importante a ser ressaltado, trata-se de um dos momentos que engloba a implantação de uma política pública: a avaliação. Esse momento do processo, segundo Trevisan e Bellen (2008), tem um papel de destaque nas reformas do setor público, assim como tem estado cada vez mais presente nos

processos de análise das políticas públicas. Os autores destacam a grande carência de estudos dedicados aos processos e às metodologias de avaliação na gestão do setor público. Alguns estudos se direcionam para criação dessas metodologias, porém ainda não consideram a avaliação como uma ferramenta imprescindível em um processo de gestão de política pública.

A partir dessas definições e orientações é possível analisar e estudar as políticas públicas implementadas ou a serem implementadas em determinada cidade, região, estado ou país. Com essa possibilidade, especificações de políticas desenvolvidas para o interesse público começam a ser direcionadas, tais como nas áreas da saúde, educação, cultura, entre outros.

## **1.2 Políticas culturais: o desenvolvimento de uma trajetória**

A fim de delimitar o caminho traçado pelas políticas culturais no Brasil, iniciaremos com a questão da cultura como um direito de todo cidadão. É previsto pela constituição brasileira que todo cidadão deve ter o direito de acesso à cultura, às atividades culturais.

### **Cultura como direito do cidadão**

De acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos da Assembléia Geral das Nações Unidas, em 10 de dezembro de 1948:

- Considerando essencial que os direitos humanos sejam protegidos pelo Estado de Direito;

(...)

- Considerando que os Estados-Membros se comprometeram a desenvolver, em cooperação com as Nações Unidas, o respeito universal aos direitos humanos e liberdades fundamentais e a observância desses direitos e liberdades, a Assembléia Geral da ONU proclama:

Art. 1 – Todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos. São dotadas de razão e consciência e devem agir em relação umas às outras com espírito de fraternidade.

Art. 2 – Toda pessoa tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidos nesta Declaração, sem distinção de qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição.

Art. 3 – Toda pessoa tem direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal. (...)

Art. 15 – Toda pessoa tem direito a uma nacionalidade.

Art. 18 – Toda pessoa tem direito à liberdade de pensamento, consciência e religião.

Art. 19 – Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

Art. 24 – Toda pessoa tem direito a repouso e lazer, inclusive a limitação razoável das horas de trabalho e férias periódicas remuneradas.

Art. 26 – Toda pessoa tem direito à instrução. A instrução será gratuita, pelo menos nos graus elementares e fundamentais. A instrução elementar será obrigatória. A instrução técnico-profissional será acessível a todos, bem como a instrução superior, esta baseada no mérito. A instrução será orientada no sentido do pleno desenvolvimento da personalidade humana e do fortalecimento do respeito pelos direitos humanos e pelas liberdades fundamentais. A instrução promoverá a compreensão, a tolerância e a amizade entre todas as nações e grupos raciais ou religiosos, e coadjuvará as atividades das Nações Unidas em prol da manutenção da paz.

Art. 27 – Toda pessoa tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do processo científico e de seus benefícios. Toda pessoa tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica, literária ou artística da qual seja autor.

A legislação existente em relação à cultura no Brasil, parte desses preceitos básicos. De acordo com Machado Neto (2007), no final do ano de 2005, o Congresso Nacional aprovou, pela primeira vez, uma Política Nacional de Cultura. Baseada em uma proposta de emenda constitucional, o MinC organizou conferências de níveis municipais, regionais e nacionais a fim de consolidar o parágrafo terceiro de artigo 214 da Constituição Federal, que estabelece a cultura como prioridade nacional e como uma missão estratégica de Estado.

Art. 215 – O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

§ 1 – O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.

§ 2 – A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais.

§ 3 – A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do país e à integração das ações do Poder Público:

I - defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro;

II - produção, promoção e difusão de bens culturais;

III - formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;

IV - democratização do acesso aos bens de cultura;

V - valorização da diversidade étnica regional.

A partir disso, o poder público começou a implementação de uma Política Nacional de Cultura embasada em um Sistema Nacional de Cultura, nos moldes de como ocorre o SUS (Sistema Único de Saúde).

O Sistema Nacional de Cultura iniciou em 2005 estabelecendo-se como uma política plurianual, tendo uma verba no orçamento da União de acordo com a importância considerada ao assunto.

De acordo com Machado Neto (2007), o sistema deve basear-se numa rede formada por pontos de cultura, implantados em todos os municípios do território nacional. Outra frente começa a ser encaminhada no sentido de vincular os orçamentos públicos com verbas de, no mínimo, 1%, 1,5% e 2% para a cultura, nos orçamentos da União, dos estados e de municípios, respectivamente.

A Política Nacional de Cultura tem cinco objetivos:

- Promoção do desenvolvimento cultural do País;
- Integração das ações do poder público que conduzam à defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro;
- Produção, promoção e difusão de bens culturais;
- Formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;

- Democratização do acesso aos bens de cultura e à valorização da diversidade étnica e regional.

Para Teixeira Coelho (1986), promover a cultura não é, apenas, financiar o artista, o produtor individual, como o Estado no Brasil faz na maioria das vezes: é, antes, criar as condições para que o maior número possível de pessoas tenha acesso ao sistema de produção cultural, se não como produtores, pelo menos como consumidores efetivos.

Faz-se necessário ampliar o acesso do cidadão às diversas formas de políticas públicas e aos benefícios da lei e também dos incentivos como produtor e não só como fruidor.

### **Dimensões da cultura**

Para direcionar as políticas públicas focada na área da cultura, faz-se necessária a explicação desses assuntos relacionados entre si. De acordo com Botelho (2001), há duas dimensões (antropológica e sociológica) que têm importância significativa, do ponto de vista de uma política pública, porém exigem estratégias diferentes. A compreensão dos termos estabelece os parâmetros que permitem traçar estratégias de suas respectivas políticas culturais.

Segundo Botelho (2001) na dimensão antropológica, a cultura se produz através da interação entre indivíduos, estes que ordenam seus modos de pensar e sentir, constroem seus valores.

Os fatores que presidem a construção desse universo protegido podem ser determinados pelas origens regionais de cada um, em função de interesses profissionais ou econômicos, esportivos ou culturais, de sexo, de origens étnicas, de geração, etc. Na construção desses pequenos mundos, em que a interação entre os indivíduos é um dado fundamental, a sociabilidade é um dado básico (Botelho, 2001, p. 74).

Para que a cultura, vista pela dimensão antropológica, seja atingida por uma política, é necessária uma reorganização das estruturas sociais e um melhor planejamento e redirecionamento de recursos econômicos. Ou seja, são necessárias mudanças radicais, que chegam a interferir nos estilos de vida dos indivíduos, nestes as transformações e mudanças geralmente ocorrem de forma mais lenta. “Dito de outra forma, a *cultura é tudo* que o ser humano elabora e produz, simbólica e materialmente falando” (Botelho, 2001, p. 74).

Já a dimensão sociológica não se processa nas atividades cotidianas do indivíduo, mas sim em um âmbito mais específico: “é uma produção elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através de meios específicos de expressão” (Botelho, 2001, p. 74). Para que esse processo seja eficiente, ele depende de uma série de fatores que irão proporcionar ao indivíduo condições de desenvolvimento e mais aperfeiçoamento de seus talentos e habilidade, além de depender também de canais que permitam a expressão dos talentos.

Botelho (2001) considera que a dimensão sociológica da cultura está inserida em um universo que gera ou interfere em um circuito organizacional, por conter tamanha complexidade faz dela o foco de atenção das políticas culturais. Trata-se de um circuito organizacional que estimula, de diferentes maneiras, a produção, a circulação e o consumo de bens, ou seja, aquilo que o senso comum entende por cultura.

Levando em consideração uma política cultural, a dimensão antropológica necessita ser introduzida no circuito mais organizado socialmente, atributo principal da outra dimensão, a sociológica. Para isso, segundo Botelho (2001), é necessária uma articulação dos indivíduos interessados, unindo demandas que estão espalhadas com objetivos comuns, “formalizando-as de modo a dar essa visibilidade ao impalpável, em torno de associações de tipos diversos” (Botelho, 2001, 75).

### **A trajetória das políticas na área cultural**

No Brasil a relação existente entre o Estado e a cultura tem uma longa história. Entretanto, a elaboração de políticas para a área cultural data do século XX. O aprofundamento de estudos na área de política cultural é um objeto de estudo recente no Brasil e quando foram iniciados estudos nessa área não foram titulados como políticas culturais.

De acordo com Lia Calabre (2007) a política cultural como uma ação global e organizada é algo que surge no período pós-guerra, por volta da década de 1950. Até o momento citado, o que se verificava eram relações, de tensão ou não, entre o campo do político e o da cultura e da arte em geral, com atos e ações isolados. A institucionalização da política cultural é uma característica dos tempos atuais.

De um modo mais macro, um marco internacional na institucionalização do campo da cultura foi a criação, em 1959, do Ministério de Assuntos Culturais da França, promovendo ações que se tornaram referência para diversos países ocidentais.

Transportando a trajetória para terras tupiniquins, iniciamos destacando a época durante o governo de Getúlio Vargas (1930-1945) em que foram implementadas o que se pode chamar de primeiras políticas públicas de cultura no Brasil. Nesse período, foram criadas medidas que tinham como objetivo fornecer uma maior institucionalidade para o setor cultural. Segundo Calabre (2007), um exemplo relevante dessa ação está na área de preservação do patrimônio material quando em 1937, foi criado o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN). Desde a década de 1920, intelectuais modernistas realizavam uma grande campanha a favor da preservação das cidades históricas, em especial daquelas pertencentes ao ciclo do ouro em Minas Gerais. Outras iniciativas federais do período são a criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) e do Instituto Nacional do Livro (INL). Em julho de 1938 foi criado o primeiro Conselho Nacional de Cultura.

Outro ponto que mereceu destaque especial, segundo Calabre (2007), durante o governo Vargas foi a área da radiodifusão. O decreto-lei nº 21.111, de 1932, regulamentou o setor, normatizando, inclusive, questões como a da veiculação de publicidade, da formação de técnicos, da potência de equipamentos, entre outras (Calabre, 2003).

No período seguinte, entre 1945 e 1964, foi no campo da iniciativa privada que se deu o grande desenvolvimento na área cultural. Em 1953, o Ministério da Educação e Saúde foi dividido, surgindo os Ministérios da Saúde (MS) e o da Educação e Cultura (MEC). Algumas instituições privadas como o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, o Museu de Arte de São Paulo, a Fundação Bienal, entre outras, foram tituladas como sendo de utilidade pública e começaram a receber subsídios do governo federal, porém sempre de maneira irregular, descontinuada; ainda não podendo ser considerada uma política de financiamento ou de manutenção de instituições culturais.

Grupos também receberam auxílio financeiro do governo, um exemplo seria o Teatro Brasileiro de Comédia, Nesse momento, crescia e consolidavam-se os meios de comunicação de massa – do rádio e da televisão mais especifi-

camente, mas também do cinema. Ainda na década de 1940, o número de emissoras de rádio cresceu na ordem de 100%. Na década de 1950 a televisão chegava ao Brasil se popularizando rapidamente. Já no campo da produção artística em geral, surgiam grupos que sugeriam a utilização de novas linguagens agrupada a uma maior autonomia na criação.

Em 1961, o presidente Jânio Quadros recriou o Conselho Nacional de Cultura, este seria subordinado à presidência da república e composto por comissões artísticas e de alguns órgãos do governo. O objetivo desse Conselho seria a de instalar um órgão responsável pela elaboração de planos nacionais de cultura (Calabre 2007).

Com o início do governo militar, 1964, o Estado foi direcionado um projeto a fim de uma maior institucionalização do campo da produção artístico-cultural. Durante a presidência de Castelo Branco (1964-1967), surgiu um debate sobre a necessidade da preparação eficaz de uma política nacional de cultura.

Em novembro de 1966, foi criado o Conselho Federal de Cultura - CFC, composto por 24 membros indicados pelo Presidente da República. Nos próximos anos, alguns planos de cultura foram apresentados ao governo, porém nenhum deles foi colocado em prática como um todo. De um modo geral, a vertente central dos planos apresentados era a da recuperação das instituições nacionais (Biblioteca Nacional, o Museu Nacional de Belas Artes, o Instituto Nacional do Livro, etc) em busca do objetivo de serem permitidos a passar a exercer o papel de construtores de políticas nacionais para cada área. Durante um grande período de tempo a estrutura do Ministério estava voltada quase que totalmente para a área de educação. A criação de um departamento focado nas áreas culturais, Departamento de Assuntos Culturais - DAC, foi criado somente em 1970.

No final governo do Presidente Médici (1969-1974), durante a gestão do ministro Jarbas Passarinho, foi elaborado o Plano de Ação Cultural (PAC), apresentado pela imprensa da época a fim de arrecadar financiamento para eventos culturais como um todo. O plano, lançado em 1973, tinha como meta a implantação de um calendário de eventos culturais em todo o país para difundir as atividades. Nessa época iniciava-se um fortalecimento da área da cultura.

Uma das fases mais significativa para o fortalecimento da área cultural foi na gestão do ministro Ney Braga, durante o governo Geisel (1974-1978), em que foram criados órgãos estatais tais como: o Conselho Nacional de Direito Autoral (CNDA), o Conselho Nacional de Cinema, a Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro e a Fundação Nacional de Arte (FUNARTE).

Para Miceli (1984) o ministro Ney Braga conseguiu:

... inserir o domínio da cultura entre as metas da política de desenvolvimento social do governo Geisel. Foi a única vez na história republicana que o governo formalizou um conjunto de diretrizes para orientar suas atividades na área da cultura, prevendo ainda modalidades de colaboração entre os órgãos federais e de outros ministérios, como por exemplo, o Arquivo Nacional do Ministério da Justiça e o Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores, com secretarias estaduais e municipais de cultura, universidades, fundações culturais e instituições privadas (Miceli, 1984.p. 75).

Externo ao campo do MEC, um projeto resultou na criação do Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC). O Ministério da Indústria e Comércio o governo do Distrito Federal realizaram uma parceria prevendo a formação de um grupo de trabalho para estudar alguns aspectos e especificidades da cultura e do produto cultural brasileiro. O projeto visava propiciar o desenvolvimento econômico, a preservação cultural e a criação de uma identidade para os produtos brasileiros. A fim de oficializar o projeto, houve parceria entre a Secretaria de Planejamento, o Ministério das Relações Exteriores, o Ministério da Indústria e do Comércio, a Universidade de Brasília e a Fundação Cultural do Distrito Federal.

Segundo Calabre (2007), o campo da cultura, a partir da década de 1970, passou a se expandir, ultrapassando o nível federal. Nessa época, secretarias e conselhos de cultura estaduais e municipais começaram a ter mais representatividade. Para que ocorresse uma discussão e compartilhamento de idéias, em 1976, ocorreu o primeiro encontro de Secretários Estaduais de Cultura.

Nas reeleições de Calabre (2007), é apontada a criação efetiva do Ministério da Cultura que ocorreu em 1985, durante o governo do Presidente José Sarney. No início, o Ministério enfrentou muitos problemas, tanto de ordem financeira como administrativa. Não havia recursos humanos suficientes para

cuidar do conjunto de atribuições que cabem a um Ministério e até mesmo espaço físico para a acomodação da nova estrutura.

A fim de criar fontes que impulsionassem o campo de produção cultural no Brasil começaram a ser promulgadas algumas leis de incentivo fiscal para a cultura. A Lei nº 7.505, de 02 de junho de 1986, que ficou conhecida como Lei Sarney tinha como objetivo superar as dificuldades financeiras que o campo da administração pública federal da cultura sempre enfrentou.

O Ministério da Cultura foi extinto em 1990, sob o governo de Fernando Collor devido a falta de estrutura naquele momento, deixando a situação insustentável. A partir disso, uma série de acontecimentos iniciou-se: projetos e programas foram suspensos, a Lei Sarney também foi revogada.

Entre março de 1990 e dezembro de 1991, o governo federal deixou de investir na área cultural, com isso as atividades culturais passaram a ser mantidas pelos estados e pelos municípios. Em 23 de dezembro de 1991, foi promulgada a Leiº 8.313, que estabeleceu o Programa Nacional de Apoio à Cultura. A nova lei, Lei Rouanet, era um aperfeiçoamento da Lei Sarney e começou, gradativamente, a proporcionar recursos financeiros para atividades culturais por meio da renúncia fiscal das entidades investidoras (Calabre, 2007).

A recriação do Ministério da Cultura ocorreu sob o governo de Itamar Franco no ano de 1992 juntamente com uma de suas instituições, a FUNARTE. No ano seguinte, em 1993, houve a criação de uma lei de incentivo específica para a área do audiovisual, focando principalmente o cinema.

A consolidação dessa vertente que passava para a iniciativa privada, por meio das leis de incentivo, o que deveria ou não ser realizado com investimentos públicos, foi dada na gestão do Ministro Francisco Weffort, sob a presidência de Fernando Henrique Cardoso. Na gestão Weffort, a Lei Rouanet tomou uma grande proporção, tornando-se uma ferramenta de marketing cultural para as empresas beneficiadas pela renúncia fiscal.

O resultado de todo esse processo foi o de uma enorme concentração na aplicação dos recursos. Um pequeno grupo de produtores e artistas renomados são os que mais conseguem obter patrocínio. Por outro lado grande parte desse patrocínio se mantém concentrado nas capitais da região sudeste. As áreas que fornecem aos seus patrocinadores pouco retorno de marketing são preteridas, criando também um processo de investimento desigual entre as diversas áreas artísti-

co-culturais, mesmo nos grandes centros urbanos (CALABRE, 2007, p.8).

Em 2004, o Ministério da Cultura firmou um acordo de cooperação técnica com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística a fim de criar uma base de informações relacionada ao setor cultural a partir das pesquisas realizadas pelo IBGE. A reunião desses dados seria para fomentar estudos, servir de subsídios para elaboração de planos, ações e políticas.

A construção efetiva de um Ministério da Cultura se deu nos primeiros quatro anos da gestão do ministro Gilberto Gil. Desde sua criação em 1985, o Ministério enfrentou muitas crises que interromperam o processo de desenvolvimento e crescimento. Ao terminar os oito anos da gestão do Ministro Weffort, o MinC tinha como atividade primordial aprovar os processos que seriam financiados através da Lei de Incentivo à Cultura.

No primeiro ano da gestão de Gilberto Gil foi organizado um plano de ampla reformulação da estrutura do MinC. No início, previram mudanças bruscas, principalmente, nas leis de incentivo. Antes de efetuar de fato as mudanças, o MinC realizou diversas consultas e fóruns para discussão com participação das áreas artística e da sociedade como um todo. Com isso, houve a abertura dos primeiros canais de comunicação entre o Minc e os cidadãos.

Para otimizar a nova estruturação, foram criadas novas secretarias que iriam contribuir para consolidação da identidade do Ministério. Foram criadas as secretarias de Políticas Culturais, de Articulação Institucional, da Identidade e da Diversidade Cultural, de Programas e Projetos Culturais e a de Fomento a Cultura.

### **O Plano Nacional de Cultura (PNC): trajetória e desdobramentos**

No período do Regime Militar instaurado com o golpe de 64, já se discutia a necessidade de elaborar uma política nacional de cultura. O Conselho Federal de Cultura, criado em 1966, chegou a apresentar algumas propostas nos anos de 1968, 1969 e 1973, mas nenhuma delas foi posta em prática (Calabre, 2007, p. 12).

Os primeiros passos para a elaboração de um Plano de Cultura foi em 1973, no governo do presidente Médici (1969-74), durante a gestão do ministro

Jarbas Passarinho (1969-74), quando foi divulgado um documento (Diretrizes Para Uma Política Nacional de Cultura) que logo em seguida foi retirado de circulação, por ter sugerido a criação de um Ministério da Cultura, o que teria provocado divergências no interior do Ministério de Educação e Cultura - MEC (COHN, 1984, p. 88). Para substituí-lo, foi elaborado, o Programa de Ação Cultural (PAC), ligado ao departamento de Assuntos Culturais do MEC. Seus objetivos estavam direcionados principalmente à “preservação do patrimônio histórico e artístico, ao incentivo à criatividade e à difusão das atividades artístico-culturais e à capacitação de recursos humanos” (Miceli, 1984, p. 56).

Somente em 1975, na gestão do ministro da Educação e Cultura, Nei Braga, durante o governo Geisel (1974-78), houve a aprovação da primeira Política Nacional de Cultura. No texto do documento o objetivo central da ação do MEC era “o de apoiar e incentivar as iniciativas culturais de indivíduos e grupos e de zelar pelo patrimônio cultural da Nação, sem intervenção do Estado, para dirigir a cultura” (Ministério Da Educação E Cultura, 1975, p. 5), porém nesse período, o Brasil estava no Regime Militar.

Em 1975, a cultura ainda estava vinculada ao MEC e as iniciativas do setor cultural começaram a obter destaque em relação às ações voltadas para a educação. Enquanto o PNC atual está sendo feito com a colaboração de diferentes atores sociais, através de discussões públicas realizadas em todo o país, o Plano de 1975 possuía finalidades de controle e manipulação social, encarando a cultura como uma questão de segurança nacional (Cohn, 1984 apud MICELI, 1984).

A elaboração do PNC de 1975 se ateve a “reuniões fechadas do Conselho Federal de Cultura do MEC [...] e seu objetivo era bem definido: a codificação do controle social sobre o processo cultural” (Cohn, 1984, p. 87-88).

O documento da Política Nacional de Cultura de 1975 define-se enquanto:

O conjunto de diretrizes que orientam e condicionam a ação governamental, não como dirigismo, mas como instrumento de estímulo e formação. Respeita o Estado, a liberdade de criação e procura incentivar e apoiar o desenvolvimento da cultura, impulsionando os meios ou instrumentos que estimulam suas diferentes manifestações. (Ministério Da Educação E Cultura, 1975, p. 24).

A política nacional atual é citada como “um plano de estratégias e diretrizes para a execução de políticas públicas dedicadas à cultura. [...] É um mecanismo de planejamento para médio e longo prazo, propulsor de um esforço coletivo para assegurar os direitos culturais aos brasileiros” (Ministério Da Cultura, 2007a, p. 6 e 11).

Os dois documentos (1975 e 2007) se preocupam em definir os papéis do Estado e do Ministério. No documento de 1975, o Estado “deve atuar no sentido de incentivar a produção e generalizar ao máximo o consumo” (Ministério Da Educação E Cultura, 1975, p. 13). Ao MEC competia “coordenar a ação do Estado”, através do Conselho Federal de Cultura, o Departamento de Assuntos Culturais (DAC) e suas unidades subordinadas ou vinculadas (Ministério Da Educação E Cultura, 1975, p. 26).

Já no Plano atual, o “Estado deve atuar como indutor, fomentador e regulador das atividades, serviços e bens culturais” (Ministério Da Cultura, 2007a, p. 28), enquanto ao MinC “cabe formular, promover e executar políticas, programas e ações na área da cultura” (Ministério Da Cultura, 2007a, p. 29).

Ambos documentos explicitam a necessidade e defendem o valor de conduzir ações do governo para a cultura. Outra questão abordada é a do acesso a ações culturais. Em 1975, a concepção básica de uma política cultural deve “promover e incrementar: generalização do acesso, espontaneidade e qualidade”. A generalização do acesso está relacionada à necessidade de “que todos os homens tenham condições concretas de elaborar a cultura do seu meio, ou dela participarem, sem esquecer, no entanto, as interações decorrentes das contribuições internacionais” (Ministério Da Educação E Cultura, 1975, p. 13). Na política atual, uma das estratégias do Plano é “Universalizar o acesso dos brasileiros à fruição e produção cultural (Ministério Da Cultura, 2007a, p. 71-76).

Um ponto a ser ressaltado, é que o próprio conceito de cultura assumido nos dois períodos é distinto. Enquanto o MinC na gestão de Gil assume uma dimensão antropológica, o Plano de 1975, embora considere que a cultura “não é apenas acumulação de conhecimentos ou acréscimo de saber, mas a plenitude da vida humana no seu meio” (Ministério Da Educação E Cultura, 1975, p. 8), possui uma série de contradições (Cohn, 1984). O que chamamos de cultura brasileira é produto do relacionamento entre os grupos humanos que se en-

contraram no Brasil provenientes de diversas origens. (Ministério Da Educação E Cultura, 1975, p. 8 e 16)

No caso de 1975, eles consideram a cultura como uma composição uniforme, única e harmônica. A incoerência de idéias pode ser observada em outros trechos ao longo do documento de 1975.

Assim, é possível observar que além da questão identitária, o PNC de 1975 demonstra uma grande preocupação com as influências dos meios de comunicação.

Enquanto a política de 1975 fala em controle de conteúdo, o Plano atual reconhece a importância simbólica e econômica dos meios de comunicação para a cultura e para o país; objetiva incentivar o acesso ao consumo, às produções e à difusão através desses meios; e lida com uma diversidade de segmentos muito maior, possibilitada pelos avanços tecnológicos: impressos, televisão, cinema, rádio, jogos eletrônicos, internet banda larga, etc (REIS, 2008, p. 87).

Outro ponto a ser levado em consideração é a participação da sociedade civil na elaboração dos planos. No Plano atual, presença social se fez desde o começo, com incentivo para a participação dos setores público e privado. Em 1975, a execução do PNC era limitada a um sistema de cooperação formado pelo MEC, entes federativos e universidades.

O quadro seguinte resume a estrutura do Plano Nacional de Cultura, a partir do conteúdo disposto na edição das Diretrizes Gerais divulgada pelo MinC:

Tabela 1 - ESTRUTURA DO PLANO NACIONAL DE CULTURA - 2007					
VALORES E CONCEITOS	DESAFIOS	ESTRATÉGIAS E DIRETRIZES GERAIS	PLANEJAMENTO DE EXECUÇÃO	IMPLEMENTAÇÃO	ACOMPANHAMENTO AVALIAÇÃO E REVISÃO
<p>1. Cultura, um conceito abrangente;</p> <p>2. A cultura brasileira é dinâmica;</p> <p>3. As relações com o meio ambiente fazem parte dos repertórios e das escolhas culturais;</p> <p>4. A sociedade brasileira gera e dinamiza sua cultura, a despeito da omissão ou interferência autoritária do Estado e da lógica específica do mercado;</p> <p>5. O Estado deve atuar como indutor, fomentador e regulador;</p> <p>6. Ao MinC cabe formular promover e executar políticas, programas e ações na área da cultura.</p> <p>7. O PNC está ancorado na co-responsabilidade de diferentes instâncias do poder público e da sociedade civil.</p>	<p>1. Linguagens Artísticas;</p> <p>2. Manifestações Culturais;</p> <p>3. Identidades e Redes Socioculturais;</p> <p>4. Políticas Gerais;</p> <p>5. Políticas Intersetoriais;</p> <p>6. Gestão Pública e Participativa.</p>	<p>1. Fortalecer a ação do Estado no planejamento e execução das políticas culturais;</p> <p>2. Incentivar, proteger e valorizar a diversidade artística e cultural brasileira;</p> <p>3. Universalizar o acesso dos brasileiros à fruição e produção cultural;</p> <p>4. Ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável;</p> <p>5. Consolidar os sistemas de participação social na gestão das políticas culturais</p>	<p>Transformar as diretrizes gerais do PNC em ações e metas adequadas às especificidades das linguagens artísticas, práticas culturais, demandas de grupos populacionais e identitários e situações municipais, estaduais e regionais.</p>	<p>Definição de responsabilidades das organizações públicas, privadas e civis e subsequente execução compartilhada das iniciativas planejadas.</p>	<p>Periódica, envolvendo a participação de diferentes atores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ministério da Cultura;</li> <li>▪ Secretarias e órgãos estaduais e municipais de cultura;</li> <li>▪ Sistema de Informações e Indicadores Culturais;</li> <li>▪ Poder legislativo da união, estados, distrito federal e municípios;</li> <li>▪ Sistemas setoriais;</li> <li>▪ Fóruns, congressos e Câmaras Setoriais</li> <li>▪ Conferências Nacionais de Cultura</li> <li>▪ Conselhos</li> </ul>

Dados obtidos a partir do documento Ministério da Cultura, 2007a.

Muitos aspectos diferem de um plano para o outro, porém é necessário reconhecer as peculiaridades sociopolíticas de cada momento e, de uma forma maior ou menos contribui para o momento em que se passava.

As repercussões trazidas por uma Política Nacional de Cultura, proposta para conduzir as ações do Estado durante dez anos, possui aspectos imprevisíveis. Mas a experiência anterior nos dá sinais sobre a importância do momento vivido e sobre a necessidade da efetiva participação social na elaboração e acompanhamento desta política (REIS, 2008, p. 88).

A partir da evolução dessas políticas adotadas pelo governo, começa a crítica de muitos autores em relação ao conceito de política cultural. Alguns consideram uma política cultural, quando há planejamento e seja um projeto duradouro e não somente eventual; além de não ter o caráter apenas de entretenimento. Com essa visão, vemos que há projetos aprovados pelas Leis de incentivo que não contemplam essas características, realizando atividades para um público específico, não atingindo a equidade naquela ação cultural realizada. Nesse caso, temos como exemplo diversos artistas, cantores que já possuem um público fiel, mas pedem auxílio das Leis para realização de seus shows e espetáculos.

Mesmo tendo esse lado, Arruda (2003) não descarta que os investimentos na cultura em si cresceram e a partir do governo FHC eles tomaram uma grande proporção. “O crescimento das iniciativas em todos os ramos da criação expressa que há um movimento de expansão do campo cultural, o que não significa *ipso facto* maior complexidade no âmbito das linguagens, podendo ser pura reprodução de estilos consagrados pela harmonia do gosto médio” (Arruda, 2003, p. 190). Nesse trecho Arruda afirma que ficou claro que os investimentos aumentaram, porém isso não significa que a expansão do acesso à cultura estava maior e atendendo aos requisitos de uma política cultural efetiva.

Levando em consideração a importância da participação da sociedade na implantação de políticas culturais, Teixeira Coelho (1997) considera política cultural como o programa de intervenções realizado não só pelo Estado, mas por instituições civis, entidades privadas e por grupos comunitários. Assim, fica evidente a necessidade da participação efetiva da sociedade civil em sincronia com as atividades planejadas e elaboradas pelo Estado.

A política cultural é vista como criadora de canais que viabilizam e incentivam a diversidade, a expressão dessa diversidade. “[...] é preciso fortalecer esse coração pulsante que é a cultura, encontrar mecanismos e canais para sua expressão, irrigá-los, fortalecer os já existentes. O Estado deve se tornar mais democrático e criar espaços que viabilizem e incentivem a cultura e sua diversidade” (OLIVEIRA, 2009, p.14).

Em um horizonte amplo, a cultura, presente na constituição da identidade de um grupo social, foi entendida como um fator estratégico para a garantia de um desenvolvimento sustentável. Logo, políticas culturais devem ser instrumentos de gestão das transformações sociais e de garantia das identidades individuais, favorecendo a criatividade, a participação e a expressão dos diversos grupos sociais.

Quando se trata do Estado de São Paulo o grande incentivador da cultura é o poder público, com destaque para as prefeituras. A efetividade das ações das prefeituras se dá devido à proximidade dessas com a população, possuindo mais condições de atuar pela preservação dos reais valores da comunidade.<sup>1</sup>

Entretanto, os incentivos e equipamentos culturais do Estado de São Paulo localizam-se onde há menor concentração da população, mas, por sua vez, essa parte da população possui recursos suficientes para alimentar o mercado cultural, o que acarreta uma desigualdade na aplicação das políticas destinadas a disseminar a cultura.

Assim, pode-se afirmar que há uma forte seleção na escolha da localização dos equipamentos culturais, sendo que as camadas de mais baixa renda (localizadas nas periferias de grandes centros urbanos e em pequenos municípios) estão mais expostas às pressões exercidas pela mídia, e com menos acesso ao que é destinado pelo governo a favor do incentivo a cultura.

Faz-se necessária a criação de políticas culturais bastante abrangentes a fim de reparar as desigualdades e, conseqüentemente, incluir os que estão à margem das atividades culturais oferecidas; já que vive-se em uma sociedade em que a informação e o conhecimento são eixos definidores da inclusão dos sujeitos. (Oliveira, 2009).

---

<sup>1</sup> Caiado, AURÍLIO SÉRGIO COSTA - O ESPAÇO DA CULTURA - Guia Cultural do Estado de São Paulo

Uma política cultural que queira cumprir a sua parte tem de saber delimitar claramente seu universo de atuação, não querendo chamar a si a resolução de problemas que estão sob a responsabilidade de outros setores de governo. Ou seja, ela participará de um consórcio de instâncias diversificadas de poder, precisando, portanto, ter estratégias específicas para a sua atuação diante dos desafios da dimensão antropológica (Botelho, 2001, p. 75).

Levando em consideração que uma das principais limitações das políticas culturais seja o fato de nunca alcançarem a cultura em sua dimensão antropológica, esta geralmente eleita como a mais nobre, pois é vista como a mais democrática, em que todos são vistos produtores de cultura, pois como explanado anteriormente, ela é a expressão das interações dos sentidos dos indivíduos

Uma política cultural que considere seu universo tomando como base de que "cultura é tudo" não consegue viabilizar esse discurso para prática. "Por isso, torna-se imprescindível reconhecer os limites do campo de atuação, de forma a não serem criadas ilusões e evitando que os projetos fiquem apenas no papel, reduzidos a boas intenções" (Botelho, 2001, p. 75).

Tendo isso em vista, a política cultural necessita ser pensada enquanto ação coletiva, ou seja, de maneira participativa em que a população participe efetivamente da elaboração, implementação e avaliação constante.

Para isso, cabe aos gestores públicos identificar e aprofundar nos contextos das cidades e de suas particularidades, para assim ser possível a interpretação das demandas no âmbito cultural. A partir disso, será possível delimitar prioridades para atender as necessidades daquele contexto em análise.

## 2- COMUNICAÇÃO PÚBLICA E O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NO ÂMBITO CULTURAL

A fim de encaminhar os estudos de políticas públicas culturais para a área de comunicação, faz-se necessária uma diferenciação entre informação, comunicação, relacionamento. De acordo com Haswani (2009, p. 6) temos os dois verbos *informar* e *comunicar*, que tem significados diferentes, porém, na linguagem comum são usados indiferentemente e, muitas vezes, confundidos.

Além desses conceitos que se confundem, também pode ser citado o conceito de *relação*, e/ou *estar em relação*. Segundo Haswani (2009), os elementos de referência suficientes para não se confundir mais o uso dos três verbos, são os seguintes: *Informar*, do latim, tem o significado de *dar forma*: “A informação é um processo linear, em que um emissor envia uma informação a um receptor, através de um canal” (Haswani, 2009, p. 6). Nesse caso, o emissor tem a tarefa de exprimir contexto, situações, a fim de utilizar o canal mais eficaz para transmiti-lo ao receptor. A mensagem deve ser passada claramente para que seja possível que o receptor tenha condições de receber a informação do modo preciso. Nessa situação não está previsto que o receptor dê um *feedback*.

Já o termo *Comunicar*, do latim, tem o significado de *colocar em comum*: “A comunicação é um processo circular em que emissor e receptor participam através de fases alternadas de expressão e de escuta. Cada um tem, por isso, a tarefa de exprimir/codificar idéias, pensamentos, vontades (...)” (Haswani, 2009, p. 6). Nesse caso há a possibilidade de uma resposta, e a reciprocidade permite que o processo envolva igualmente todos os participantes.

Em seguida à comunicação, temos o significado de *estar em relação*. “A *relação* é a estrutura que se tece nas trocas de comunicação interpessoal prolongada no tempo, com reciprocidade de intenções e mútua satisfação” (Haswani, 2009, p. 7). Uma relação é caracterizada pela permanência no tempo. Pode-se dizer que uma relação entre dois lados está ativa quando criam e mantêm um diálogo duradouro/vinculado, fundado sobre uma boa/satisfatória troca comunicacional em um determinado tempo.

Tomando como base esta análise, pode-se indicar que a organização privada ou pública poderá decidir resolver uma delimitada situação por meio de uma atividade ou outra entre aquelas apontadas, possibilitando as opções possíveis:

1. A organização deverá “fazer informação” se deseja realizar uma transmissão eficaz de conteúdos, fatos, notícias. Para isso, deverá se empenhar para passar a mensagem com clareza e em uma linguagem adequada para tornar possível o entendimento do destinatário.
2. A organização deverá “fazer comunicação” se deseja ter alguma resposta/reação da ação perante seus destinatários, criando entre as partes esses uma troca satisfatória.
3. A organização deverá “estar em relação” caso interaja de modo eficaz e satisfatório na comunicação e tenha a intenção de conquistar e criar um diálogo durável no tempo, estabelecendo uma ligação permanente.

Segundo Haswani (2009) pode-se afirmar que quem “faz comunicação” transmite os mesmos argumentos/conteúdos de quando “faz informação”, porém a diferença é focada nas reações do destinatário.

Atualmente no Brasil parece ainda não haver clareza sobre a o objetivo principal da comunicação no setor público, se é informar, comunicar ou construir relacionamento.

O bom comunicador governamental tem e terá interesse em estabelecer boas relações com os cidadãos de serviços a fim de melhor atendê-los.

Construir relacionamento é a mais complexa e delicada entre as atividades que possam ser implementadas em uma organização: o ente público que queira desenvolver de modo organizado e profissional atividade de relação com os seus interlocutores relevantes, toma uma decisão importante e responsável, geralmente conseqüente dos bons resultados já obtidos com uma atividade consolidada de informação e comunicação (Haswani, 2009, p.9).

## **Comunicação Pública no Brasil**

No final dos anos 1960 e durante a década de 1970, a comunicação social de massa passa a ser de extrema importância para atender aos objetivos do país.

De acordo com Brandão (2007), o Brasil sofreu influências do cenário mundial durante a Guerra Fria. Havia as polarizações dos campos sociais que se dividiam entre a ideologia de esquerda e a ideologia capitalista.

Nesse contexto começaram a ser produzidas teses desenvolvimentistas e produções contrárias aos ideais capitalistas. Brandão (2007) destaca dentre os intelectuais que reagiram ao modelo de desenvolvimento proposto, Paulo Freire, que apresentou os primeiros estudos de comunicação rural utilizados até hoje, contrário aos modelos impostos.

Para Brandão (2007), a construção do conceito de comunicação pública no Brasil passa necessariamente por uma retomada histórica. A partir disso, faz-se necessária uma breve explanação da comunicação nas instituições governamentais no Brasil.

A “comunicação pública” adotada neste trabalho será vista como a comunicação no âmbito governamental, pode ser encontrada primeiramente na criação do Departamento de Imprensa e Propaganda em 1939 durante a gestão do Presidente Getúlio Vargas, que tiveram departamentos antecessores a esse, porém estavam ligados à administração pública e tinha como intuito a sistematização de um discurso legitimador através da propaganda.

Durante o governo militar, na década de 70, foi criada a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP) durante do Governo do General Médici. Esse período, o chamado “anos de chumbo da ditadura”, recebeu essa nomenclatura devido à grande repressão à oposição e utilização intensa de campanhas de propaganda para promover o regime militar.

Outro acontecimento interessante a ser destacado foi a criação da Secretaria de Comunicação, por João Figueiredo, e do Plano e Comunicação Institucional, por Fernando Henrique Cardoso, entre os anos de 1995 e 2003. De acordo com Matos (1999) desde seus primeiros passos no Brasil a comunicação no governo não era pensada como processo e sim como somente ações pontuais.

Com a redemocratização, os governos pensavam mais em comunicação como sendo somente relacionada à política, como marketing, tendo como objetivo o convencimento, influência na opinião pública. A comunicação do Executivo nos últimos 20 anos não foi vista como processo, nem como política. Conseqüentemente, o discurso é reciclado de acordo com as circunstâncias, de

acordo com as questões mais alarmantes do momento: não se definiu a comunicação como processo de reconstrução da cidadania (Matos, 1999, p.3).

Matos (1999) ressalta uma exceção em meio a esse contexto. Durante o período do processo de redemocratização, na gestão de José Sarney (1985-1990), havia espaço de veiculação televisiva gratuito e voltado para a propaganda institucional buscando o envolvimento dos cidadãos. Esse exemplo indica um primeiro indício da possível participação do cidadão. De acordo com Matos (1999), a comunicação nos poderes brasileiros sempre se apresentou vinculada diretamente aos meios de comunicação de massa.

Brandão (2007) afirma que é no Governo Lula que a noção de comunicação para a cidadania é introduzida no Poder Executivo, a “preocupação com a preparação dos técnicos do executivo para fazer a comunicação pública levou à realização de vários cursos (...) e à proposição de criação da função de Gestor da Comunicação Pública” (Brandão, 2007, p.11).

Em relação ao contexto atual da comunicação no governo, é possível identificar uma nova perspectiva na palestra do então ex-Ministro-chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República (SECOM) Luiz Gushiken, em 2005, proferida no III Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisas em Comunicação<sup>2</sup>.

Durante seu discurso, o Ministro destaca oito princípios da comunicação pública: 1º) o cidadão tem direito à informação, que é a base para o exercício da cidadania; 2º) o Estado tem o dever de informar; 3º) o zelo pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social; 4º) a comunicação pública não deve se centrar na promoção pessoal dos agentes públicos; 5º) a promoção do diálogo e da interatividade; 6º) o estímulo do envolvimento do cidadão com as políticas públicas; 7º) os serviços públicos têm de ser oferecidos com qualidade comunicativa; e 8º) a comunicação pública tem de basear-se na ética, na transparência e na verdade. Matos (1999) considera possível a existência de duas linhas de comunicação governamental: a comunicação política e a comunicação pública.

---

<sup>2</sup> Texto disponível em <http://www.sinprorp.org.br/clipping/2005/145.htm>.

É interessante notar que a expressão (comunicação pública) começou a substituir outras denominações utilizadas tradicionalmente para designar a comunicação feita pelos governos, tais como comunicação governamental, comunicação política, publicidade governamental ou propaganda política [...] A substituição dessas terminologias por comunicação pública é resultado da necessidade de legitimação de um processo comunicativo de responsabilidade do Estado e/ou governo que não quer ser confundido com a comunicação que se fez em outros momentos da história política do país (BRANDÃO, 2007, p.9-10).

De acordo com Matos (1999) a comunicação pública pode ser um tipo de comunicação governamental. A comunicação governamental pode ser classificada em dois tipos: comunicação política e comunicação pública. Porém, a comunicação governamental pode ser entendida como comunicação pública, conforme Brandão (2007) destaca:

[...] na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma, provoca o debate público (BRANDÃO, 2007, p.5).

A comunicação pública ideal seria a que faz com que os cidadãos tenham uma participação mais ativa e consciente perante seu ambiente. A comunicação política, de acordo com Matos (1999), visa influenciar as percepções sobre política. Para que isso ocorra, são usadas ferramentas do marketing nos discursos planejados.

A comunicação pública é uma atividade tradicional de Relações Públicas, cujo objetivo é construir imagem de um órgão, de um dirigente, de um político ou de um governo (BRANDÃO, 2007, p. 13).

A definição do termo comunicação pública enfrenta alguns desafios. Um deles, podendo ser considerado o principal, se refere à confusão que ocorre entre a definição de comunicação governamental e comunicação pública.

A comunicação governamental, segundo Brandão (2007), envolve o processo da difusão de mensagens por meio de agentes administrativos, que podem estar inseridas ou não pelos suportes legais que regulamentam ações de comunicação no setor público. Por outro lado, de acordo com Brandão (2007), a comunicação pública compreende o processo de interlocução, dando origem a uma esfera pública de diálogo entre Estado, governo, sociedade, em que são

discutidos temas de interesse coletivo. Esses dois conceitos não são opostos, porém há a necessidade de delimitar entre eles suas convergências e divergências.

Muitos autores concordam que há pontos em comum entre a comunicação pública e a governamental; porém, Brandão (2007) afirma que pesquisas feitas por estudiosos brasileiros ainda acham mais correto afirmar que a comunicação pública se relaciona mais profundamente com as noções de cidadania, participação e engajamento cívico.

Levando isso em consideração, Matos (2009) esclarece alguns aspectos da comunicação governamental, destacando sua afirmação como um elemento estratégico da mediação entre os atores cívicos e o governo e seu papel na configuração de uma imagem de “Estado anunciante”.

A comunicação pública envolve a presença de espaços e dinâmicas discursivas que permitam a expressão e a justificação pública dos interesses sustentados por diferentes categorias de atores. É a ênfase no dissenso produtivo que permite à comunicação pública descortinar os contextos de negociação e conflito que subjazem à comunicação governamental (Matos, 2009. p. 1).

### **Comunicação pública: conceitos**

A informação visando a promoção da cidadania não pode vir de fóruns institucionais adequados ao debate entre atores cívicos e governamentais. Segundo Matos (2009), “a noção de cidadania está intimamente ligada à participação política e ao engajamento cívico”. É no contexto local que essas condições vem se destacando, com a descentralização dos governos é possível destacar a importância das interfaces criadas pelos meios de comunicação na articulação política local. A necessidade de dar visibilidade às ações do governo, a integração dos diversos serviços e setores institucionais com os cidadãos dão destaque aos meios de comunicação como uma ferramenta que intermedeia a governança local. Segundo Matos (2009) uma ação em âmbito local deve ser reflexo do interesse coletivo, além de ser consequência de uma participação alargada das populações nos problemas e nos interesses municipais.

Nesse contexto, pode-se destacar o pensamento de Zémor (2005 apud Matos 2009) para a normatização da comunicação pública. Para ele, “a comunicação pública deve zelar pela prevalência do interesse coletivo, promovendo

a troca e a partilha de informações de ‘utilidade pública’” (Matos, 2009). Uma boa comunicação das instituições públicas necessita de qualidade dos serviços disponíveis, transparência em suas ações e respeito ao diálogo com o cidadão.

De acordo com Matos (2009), a comunicação pública deve ser pensada como um processo de interação no âmbito político, neste espaço prevalece a interpretação e o diálogo construídos em uma esfera pública que busque ação participativa.

Em seus estudos, Matos (2009) propõe que a comunicação pública seja entendida como processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade; um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país.

*A comunicação pública exige a participação da sociedade e seus segmentos. Não apenas como receptores da comunicação do governo e de seus poderes, mas também como produtores ativos do processo. Ele inclui, portanto, o Terceiro Setor, a Mídia e o Mercado como agentes e instâncias institucionais, mas igualmente os outros agentes – estejam eles vinculados ou não a instituições ou associações formais (Matos, 2009).*

A partir disso, Matos (2009) destaca que a informação pública passa a ser divulgada, principalmente, pelos meios de comunicação de massa, o que limita o debate com os cidadãos e, algumas vezes, distorce certas divulgações.

*De um lado, estaria o discurso do Estado: uma comunicação oficial, informativa ou persuasiva; de outro ficariam as informações incorporadas ao universo geral das mídias, informações sintetizadas, recortadas e colocadas em um espaço de entretenimento (Matos, 2009).*

Levando em consideração esse contexto, seria necessário criar critérios a fim de mapear o interesse do público e a utilidade das informações trocadas pelos agentes. Caso não ocorra, o debate do público pode se dirigir para as questões que representem o interesse de públicos específicos, desviando-se do objetivo real que seria promover o interesse público em geral. Podem-se destacar como auxílio no fortalecimento dos espaços que dialogam os discursos cívicos, as novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), já que com elas é possível minimizar as distancias entre a informação política e a midiática.

Além disso, Matos (2009) acredita que as relações entre o governo e os meios de comunicação devem ser investigadas constantemente a fim de evitar divulgar ações somente em momentos de crise. A comunicação pública e a comunicação midiática formam um ambiente para que haja acesso aos fatos, verificação dos atos, para, posteriormente, promover o debate público. Sendo assim, há a necessidade de que os profissionais da comunicação midiática trabalhem para demonstrar o trabalho do governo de maneira mais transparente, dinâmica, próxima do público, a fim de promover ideais que gerem a abertura ao debate, autonomia política e abertura às inovações e mudanças.

### **Comunicação Pública na divulgação dos bens culturais**

Vale ressaltar que não só instituições públicas que podem cumprir o papel da formação cultural dos indivíduos, qualquer tipo de instituição – desde que estabeleça uma política de relacionamento efetiva com seu público – pode realizar essa função de expansão da cultura individual.

Segundo Botelho e Oliveira (2010) a preocupação com a democratização do acesso à cultura surgiu nos anos 1950 na França, mas é por volta dos anos 1960/1970 que repercute mundialmente por meio das orientações difundidas por ocasião dos congressos internacionais da Unesco.

Essa democratização é utilizada em diversos sentidos, porém um de seus grandes desafios é superar as desigualdades de acesso de grande parte da população à cultura.

O universo cultural a ser difundido e que busca a adesão, ou conversão, do conjunto da população é o da cultura erudita e das obras de arte consagradas. Considera-se, assim, que existe um legado com um valor universal que deve ser assimilado como repertório de qualquer pessoa “cult”, em oposição às práticas consideradas “menores”, vistas como expressão de saberes particulares e diversificados, em princípio mais limitados do que os herdados da alta cultura (Botelho e Oliveira, 2010, p. 12).

Seguindo esse pensamento, de acordo com Botelho e Oliveira (2010), a idéia de democratização da cultura pode ser vista como um movimento que ocorre de cima para baixo, sendo capaz de propagar essa herança feita de práticas e representações que compõe um valor maior.

O termo democratização é utilizado de varias maneiras. Uma delas se refere à quantidade de bens culturais que são oferecidos (equipamentos, espetáculos, peças teatrais, shows etc); outra maneira é quando o termo está relacionado com a questão dos públicos. Segundo Botelho e Oliveira (2010), essa confusão pode ser conseqüência da ambigüidade presente no termo “acesso”, pois pode ter significado de ordem material, porém também de ordem social. Sendo de ordem material, pode ser considerada a quantidade de serviços/produtos oferecidos de forma equilibrada em dada região; sendo de ordem social, englobaria os esforços por parte das políticas públicas em direcionar ações para considerar as diferenças sociais que acabam dificultando a difusão equilibrada de se ter cultura em meio a uma população.

Outra forma do termo democratização refere-se ao aumento da procura por determinado serviço na área cultural, confundindo-se aspectos quantitativos com qualitativos. Quando se mede somente a quantidade de indivíduos que freqüenta certo espaço, não é possível mensurar a composição social desses públicos. Não há dados que permitam verificar a diversificação desse quadro de freqüentadores, podendo ser todos com um mesmo perfil, não atingindo assim o objetivo de uma política pública em âmbito cultural.

Certas instituições que se deparam com um significativo aumento no número de freqüentadores podem acabar se acomodando ao achar que estão atingindo seus objetivos, não levando em consideração a efetiva relação com seus diversos públicos e os trabalhos apresentados.

De acordo com Botelho e Oliveira (2010), o aspecto importante é que as políticas formuladas em nome de uma democratização cultural não atingem aquilo que se constitui como seu maior objetivo: incorporar novos setores sociais no contexto de certas práticas culturais.

Estudos apontaram como um dos principais motivos desse insucesso a crença de que investir numa equilibrada distribuição de equipamentos culturais (de tipo diverso) pelo espaço, seja nacional, seja local, aliado a uma política de redução de preços (entrada de espetáculos, preço de livros, por exemplo), seria suficiente para garantir o acesso do conjunto da população ao repertório cultural erudito (Botelho e Oliveira, 2010, p. 12).

Nessas primeiras políticas, por volta dos anos 1960/1970, era sugerido um encontro mágico entre obra e público. Houve projetos no Brasil de “levar o

teatro à periferia” ou de “levar a orquestra sinfônica à periferia”. Porém, na prática, verificou-se que somente isso não faria com que as pessoas saíssem sensibilizadas pelas expressões artísticas que estavam indo ao encontro delas.

A partir dessa constatação, criou-se uma das principais críticas feitas a esse modelo de democratização cultural, este que considerava cultura somente a “alta cultura”. Atualmente, segundo Botelho e Oliveira (2010), tem-se consciência de que este modelo de cultura é um entre a diversidade existente.

### **O papel do profissional de Relações Públicas na promoção de bens culturais**

A comunicação entre governo e sociedade no Brasil passou por um processo de transição que se deu, primeiramente, através de um modelo original criado durante a ditadura militar, em que a atividade de Relações Públicas foi essencial na remodelação desse espaço de comunicação, substituindo a propaganda política em seus moldes tradicionais por um discurso político indireto, ligado a padrões de comportamento e à educação cívica. Esse novo modelo privilegiou o diálogo transparente entre Estado e população, utilizando instrumentos de comunicação a fim de aumentar o fluxo de informações para assim concretizar um papel em prol da cidadania.

De acordo com Andrade (1973) , as primeiras atribuições da função das Relações Públicas no Brasil ocorreram no dia 30 de janeiro de 1914. Pela primeira vez no país criou-se um departamento com a denominação de Relações Públicas. Essa criação deu-se pela "The Light and Power Co. Ltda.", concessionária da iluminação pública e do transporte coletivo na capital paulista, conhecida durante muitos anos como "Light", uma companhia canadense estabelecida no Brasil no Século XIX.

No campo governamental, a primeira manifestação do aparecimento das Relações Públicas é indicada pela reorganização do Serviço de Publicidade Agrícola do Ministério da Agricultura e sua transformação em Serviço de Informação Agrícola (Decreto-Lei nº 2.094, de 28 de março de 1940).

Na história das Relações Públicas no Brasil, segundo Andrade (1973), destaca-se a contribuição do grupo liderado pelo professor Mário Wagner Vieira da Cunha, do Instituto de Administração da Universidade de São Paulo,

quando foram realizadas, em 1949, várias conferências sobre Relações Públicas e suas relações com a propaganda e as ciências sociais.

A partir da década de 50, ocorreu o alavanque da profissão Relações Públicas devido à conjuntura de valorização da comunicação com a democratização após a ditadura Vargas, a industrialização – com destaque ao governo desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek - e com a chegada de empresas multinacionais e o advento do rádio.

Durante a década de 60 surgiram as primeiras faculdades de Relações Públicas, como a introduzida pela Escola de Comunicação e Artes (ECA) da USP em 1967. Nesta mesma década foi emitida a regulamentação da profissão, que tornou a atividade exclusiva dos bacharéis de comunicação social com habilitação em Relações Públicas. O Brasil foi o primeiro país do mundo a deter tal regulamentação. Foi também nesta década que o país entrou no período da ditadura militar. O sistema ditatorial contribuiu com uma forte influência na carreira, uma vez que, no campo profissional houve relativo aumento de trabalho – com destaque ao setor propagandista governamental – no entanto, ocorreu também certa deterioração do ponto de vista político, através da vinculação da área com o regime ditatorial. Foi nesta década também que ocorreu a IV Conferência Interamericana DE Relações Públicas, na qual fica definido oficialmente o conceito da profissão.

Entende-se por relações públicas o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração, para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização, pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada, direta ou indiretamente (Andrade, 1996, p. 105).

A década de 70 caracterizou-se pela grande implantação de faculdades e de departamentos de comunicação. A grande maioria dos cursos pautava-se pelos padrões dos cursos de jornalismo, mas ainda assim, surgiram no país as primeiras traduções de bibliografias estrangeiras e foram editadas as primeiras obras nacionais sobre a área de Relações Públicas. Ainda nesta década, foram criados o Conselho Federal e os Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas.

Segundo Andrade (1973), a década de 90 foi marcada pela conscientização das escolas e dos profissionais de Relações Públicas, que possibilitou o

combate à decadência da área e passou a agir por uma redefinição do papel da profissão na sociedade, frente ao crescimento das áreas de jornalismo, publicidade e propaganda e marketing. Os órgãos da classe se fortaleceram e em 1994 foi constituído um parlamento nacional para tratar do futuro da profissão. Por falta de demanda e, em alguns casos, de qualificação do corpo docente, muitos cursos superiores de Relações Públicas foram suspensos. Aos demais, coube assumir uma nova postura - a Escola de Comunicação e Artes da USP, por exemplo, firmou em 1994 um acordo de cooperação com a Associação Brasileira das Empresas de Relações Públicas (ABERP).

Baseando-se na premissa básica da atuação de Relações Públicas como sendo a compreensão da comunicação entre organização e seus diferentes públicos; pode-se considerar a atuação do profissional em diversos âmbitos.

Políticas culturais são construídas para cidadãos, para isso há a necessidade de estudos específicos do público em questão para que haja interação e comunicação eficaz entre as partes que estão inseridas nesse processo. Além disso, para executar uma política cultural, há a necessidade de recursos humanos, financeiros e materiais. Levando isso em consideração, vê-se a importância do profissional de relações públicas agir nessa área, utilizando-se do planejamento para direcionar políticas culturais de acordo com o contexto em que estão inseridas.

Planejamento é um processo desenvolvido para alcance de uma situação desejada de um modo eficiente, eficaz e efetivo com o maior aproveitamento de esforços e recursos disponíveis. Corresponde a um conjunto de providências a serem tomadas para promoção de um futuro diferente do passado, em torno de variáveis possíveis de serem atacadas pela organização planejadora.

O planejamento consiste em um método de aplicação, contínuo e permanente, designado a resolver problemas que afetam uma sociedade situada em dado espaço, em determinada época, por meio de uma previsão ordenada capaz de antecipar suas conseqüências.

O profissional de Relações Públicas está apto para desenvolver estudos a fim de elaborar um planejamento que contemple os objetivos propostos por dada organização. Para ações na área da cultura, não é diferente; porém

quando trata-se dessa temática, há a necessidade de estudos mais aprofundados na região em que será aplicada tal política, já que cada localidade possui suas singularidades, em que haverá um público diferente de outra localidade que receberá as informações de maneiras diferentes.

De acordo com Botelho e Oliveira (2010), pesquisas realizadas a partir dos anos 1970 mostraram ainda que se deva falar em públicos, no plural, já que não se confirma a suposição anterior da existência de um público com fronteiras claras – ideia que estava associada a uma sociologia que enfatizava os determinantes sociais da relação dos indivíduos com as manifestações artísticas, aliando capital cultural à capacidade individual de apreciar as obras de arte.

Dessa maneira, delimitam-se culturas regionais, culturas de subgrupos que possuem públicos diversos e heterogêneos, que se envolvam ou não com as diferentes formas de expressão cultural existentes. Como mostra Lahire (2006 apud Botelho e Oliveira 2010)

O próprio conjunto de práticas culturais de cada indivíduo não é um todo coerente ou homogêneo, comportando aquilo que ele chama de “dissonâncias”, que podem ser explicadas pelo fato de vivermos numa sociedade em que os indivíduos passam por inúmeros processos de socialização e educação.

Mesmo com estudos na área de práticas culturais, muitas políticas ainda se fundamentam somente em oferecer obras e atividades artísticas, sem considerar as singularidades e particularidades de todo um processo de consumo cultural. Segundo Botelho e Oliveira (2010), em meados dos anos 1960, estudos pesquisaram sobre a dinâmica envolvida no consumo de obras de arte. Nesse estudo, eles mostraram que os diferentes grupos sociais possuem sistemas de valores e de atitudes culturais cuja transmissão entre as gerações é influenciada pelo ambiente familiar e pela educação formal.

Nessa linha, não há estudos que aliam de fato a teoria com a prática, desse modo, grande parte das instituições continuam apostando na oferta de atividades e bens, sabendo que o contato pontual com determinada atividade artística não diversifica necessariamente os hábitos culturais dessas populações, sendo apenas uma atividade de entretenimento para os frequentadores. Botelho e Oliveira (2010) citam como exemplo os projetos que oferecem

shows, concertos ou peças teatrais a preços módicos, todos em nome da “formação de público”. Mas na verdade, o público majoritário desses projetos são aqueles que já são consumidores desses gêneros e não procuram ampliar a composição social do conjunto de freqüentadores.

Além desse fato, outro motivo que auxilia no não cumprimento dos objetivos das políticas de democratização cultural, é o fato de levarem em conta o indivíduo apenas como público (consumidor) e não como um possível participante ativo da vida cultural (ator e propagador).

Segundo as autoras, uma das maneiras de contribuir para que a formação dos públicos seja mais efetiva, é por meio da experiência vivida pelos indivíduos, ou seja, ter a possibilidade de fazer – dança, teatro, música. Com a incorporação desse tipo de experiência na formação dos indivíduos, tem-se uma chance maior de disseminar essas linguagens e seus códigos, a fim de provocar uma alteração verdadeira na relação entre os indivíduos com a cultura e a arte. Desse modo, é possível que a atividade passe de somente uma prática de entretenimento para uma prática na qual este se desdobra num processo de desenvolvimento pessoal.

Os públicos são potencialmente ativos e produtores desde que aquilo que se apresenta à sua experiência (que pode ser de início fortuito ou eventual) se transforme, pelo domínio dos códigos das linguagens em pauta, em um interesse continuado, que lhes permita passar de uma atitude passiva e sem diálogo com as obras a uma relação reflexiva e enriquecedora (Botelho e Oliveira, 2010, p. 14).

O gosto do indivíduo é trabalhado, por meio de uma aprendizagem que contém códigos, normas, a evolução e a história dessas linguagens. Dificilmente alguém se impressiona, pela primeira vez, diante de uma obra de arte contemporânea. Há a necessidade de identificar e compreender alguns códigos para que possa existir um diálogo com a arte sugerida.

Alguns projetos procuram levar a cultura erudita para certas populações menos beneficiadas, porém não pensam em como essas pessoas irão receber tal arte, nem mesmo como elas poderiam inserir tais experiências em seu cotidiano a fim de tornar esses indivíduos fiéis àquela determinada arte.

O principal objetivo buscado pelas autoras é de trazer como prioritário a questão da formação de públicos, em que a “democratização” de linguagens é

imprescindível para que se pense em diferentes formas que diferentes públicos podem se identificar e apropriar os códigos envolvidos na manifestação em questão. Além de incentivar que os formuladores de políticas, projetos não se contentem em apenas oferecer a oportunidade para a população, sem levar em consideração as singularidades presentes em cada uma delas.

Considerando todos esses aspectos, (...) acreditamos que o paradigma de “democratização cultural”, que ainda sobrevive, em certa medida, desde a década de 1960, deva evoluir para uma noção de democracia cultural que considere a cultura em suas mais diversas manifestações e os públicos em sua diversidade (Botelho e Oliveira, 2010, p. 14-15).

Com isso, há uma aceção ampla do termo acesso que inclui o acesso social, o acesso a códigos, e não somente a oferta e a gratuidade dos produtos culturais, contribuindo para que os indivíduos possam construir seu desenvolvimento pessoal.

De acordo com Botelho e Oliveira (2010), pensar as várias modalidades de mediação cultural é algo imprescindível por parte das instituições, desde a escolar até organizações como centros culturais ou museus. A educação formal é certamente o primeiro a ser lembrado, mesmo porque muitas pesquisas mostram a efetiva correlação entre o nível educacional e as práticas culturais dos indivíduos. Além desse elemento, há também a educação informal, especialmente via experiências de sociabilidade e lazer. Levar em conta a formação dos públicos como um todo é o que pode alterar os padrões de relação com as diversas expressões artísticas.

“Do ponto de vista da educação formal, a escola continua sendo fundamental, na medida em que detém um público cativo, dada a sua obrigatoriedade” (Botelho e Oliveira, 2010, p. 15). Porém, as disciplinas de artes e a formação cultural têm um pequeno espaço no sistema escolar. Sobre a importância da escola, vale ressaltar que:

[...] os bens e atividades culturais se desenvolvem, como opção, em uma diversidade de espaços que, conforme a sua natureza, não são de acesso universal, dependendo de condições de classe, família, localização domiciliar, entre outros fatores. A relevância da instituição escolar vem do fato que ela oferece a oportunidade mais sistemática de socialização precoce dos indivíduos no que se refere à arte e à cultura, permitindo, inclusive, compensar ou corrigir as desigualdades

advindas de um ambiente familiar pouco afeito a essas práticas. A leitura seria um exemplo nesta direção, pois é uma prática onde a correlação entre a aprendizagem escolar e sua presença na vida adulta do indivíduo pode ser mais bem identificada: o estudo da língua, a leitura e a análise de textos – sem entrar no mérito da qualidade do ensino – faz com que esta seja a única prática cultural na qual o ensino escolar investe explicitamente (BOTELHO, 2007, p. 176).

Como espaço de socialização secundária, a educação informal – a oferecida fora da escola – também tem caráter complementar por ser possível em qualquer etapa da vida dos indivíduos. Esse é o momento em que se dá a maior possibilidade de intervenção das atividades culturais. Se a mediação com seus públicos for bem trabalhada, as instituições (centros culturais, museus, teatros etc) podem ter uma atuação propositiva em formar públicos e ampliar as possibilidades da vida cultural da população. Os centros culturais, onde possuem atividades multidisciplinares, têm vantagens já que associam atividades culturais com espaços de lazer e sociabilidade, também vistos como alternativas que geram maior relação e intimidade dos indivíduos com as manifestações culturais. Segundo Botelho e Oliveira (2010), há pesquisas que indicam que a vivência de situações de sociabilidade pode abrir caminhos para que um indivíduo possa consumir determinadas manifestações culturais, numa lógica contrária a de que o caminho visto como o único possível seria o “gosto” precedendo e motivando toda e qualquer prática cultural. Os gestores dessas instituições podem funcionar como formadores e mediadores fundamentais, se desenvolverem uma eficaz política de relacionamento com seus públicos. Se há uma boa política de relacionamento com o público, os frequentadores se sentirão mais íntimos do local e mais receptivos com as atividades da instituição. Para realização dessa atividade, é necessária a existência de um setor que faça análise e estudos dos públicos para direcionar as ações realizadas por dada instituição.

Atualmente no Brasil, pouco se faz em relação à tentativa de expandir o envolvimento dos diversos públicos com a cultura. Porém, o que se faz nesse sentido é feito de maneira desarticulada de uma visão mais abrangente, incapaz de dimensionar necessidades no tempo e no espaço e de articulá-las.

Utilizando-se de ferramentas de relações públicas, esse quadro pode ser melhorado. Uma das fases de um planejamento, é a mensuração/avaliação de determinada ação/projeto.

Segundo Castanhar e Costa (2003), historicamente, na administração pública brasileira não há a preocupação de avaliar programas públicos, em geral, e programas sociais, em particular. A produção de conhecimento técnico na busca da melhoria no gerenciamento do setor público sempre esteve relacionada aos processos de formulação de programas do que para os relacionados a sua implementação e avaliação.

De acordo com os autores, há evidências de que esse desinteresse pela avaliação dos programas está diminuindo. Essa mudança decorre de transformações ocorridas na sociedade e no Estado brasileiro a partir dos meados de 1980 até os dias atuais. Com a crise da dívida externa, nos anos 1980, e a interrupção de um longo crescimento econômico, houve uma alta na desigualdade social no país. O âmbito econômico desfavorável no Brasil, acarretou em um crescimento da demanda por ações e projetos na área social.

A intervenção governamental nessas circunstâncias é essencial, tanto pelo imperativo moral a ela inerente, quanto por questões de estratégia econômica, pois já se sabe que a pobreza representa um sério obstáculo ao desenvolvimento sustentável. O que se coloca, então, é a necessidade crucial e urgente de se obter maior eficiência e maior impacto nos investimentos governamentais em programas sociais. (Castanhar e Costa, p. 971, 2003).

Sem relacionar diretamente a crise, a avaliação de desempenho sempre teve importância no setor público. Caso algum serviço público não está com um mercado consumidor competitivo a fim de servir como parâmetro para qualidade e eficácia da prestação de determinado serviço, o Estado tem o dever de proceder à avaliação regular de seus programas e atividades.

Os autores apontam que o objetivo do funcionamento do estado é fazê-lo funcionar melhor, com custos menores. Para isso, utilizam-se da avaliação do desempenho dos programas públicos a fim de avaliar a performance. Vale lembrar que quando o poder público terceiriza certos serviços para agências autônomas ou empresas privadas, a necessidade de avaliação torna-se ainda maior. Com isso, a avaliação de resultados passa a ser peça fundamental para a reforma do Estado.

De acordo com Castanhar e Costa (2003), o grande desafio para a disseminação da prática da avaliação de projetos no setor público é encontrar formas ágeis e de baixo custo de mensurar o desempenho e fornecer informa-

ções úteis ao responsável pela gestão dos programas sociais, além da necessidade de correções, alterações, ou até mesmo a inviabilidade do projeto.

O objetivo básico do processo é melhorar os resultados de determinado projeto/programa, e não somente produzir números. É importante realizar a análise dos dados coletados a fim de realizar a gestão da avaliação.

A avaliação é um conjunto de técnicas que adota conceitos diferenciados para se referir muitas vezes aos mesmos procedimentos. Enquanto não se avançar na teorização da prática e buscar os consensos necessários à construção de paradigmas conceituais, cada esforço de avaliação vai requerer o estabelecimento prévio de uma estrutura de referência para a análise e o treinamento supervisionado do pessoal envolvido. Profissionais experimentados podem adotar esse procedimento na condução do trabalho de consultoria, mas nem todo o pessoal técnico pode assumir essa tarefa sem tornar a prática da avaliação ainda mais difícil. A condição de possibilidade da avaliação é a consistência do planejamento (Castanhar e Costa, p. 987, 2003).

Nessa fase, não se pode deixar com que dificuldades durante o processo de avaliação criem obstáculos que não permitam a continuidade da análise. O profissional de Relações Públicas é capaz de gerir essa avaliação de acordo com a direção dada inicialmente com a delimitação de objetivos, estudos de públicos.

Todo o esforço feito para que as políticas culturais sejam realizadas de forma eficaz, parte da premissa em que o cidadão tem o direito de possuir informação e de se expressar. Com isso, o foco do profissional de Relações Públicas em um planejamento pode ser também de forma que o público de dado programa participe de sua elaboração.

O foco da comunicação passa dos interesses da organização para os interesses do conjunto da sociedade e, assim, o planejamento muda, as ações e estratégias de comunicação, em conjugação, precisam ser repensadas e, conseqüentemente, melhor direcionadas.

Nesse contexto, passa-se das reflexões teóricas à necessidade de implementação dos ideais e dos princípios da comunicação pública no cotidiano das organizações. O primeiro passo seria construir uma cultura de relacionamento, na qual os cidadãos se entendam como sujeitos comunicantes no processo de comunicação pública e em um dado planejamento. Após, buscar construir estratégias de diálogo que objetivasse o interesse público, de forma

que o que foi debatido ultrapassasse os limites somente do diálogo e, posteriormente, se transformasse em políticas públicas.

### 3. A OFICINA CULTURAL GLAUCO PINTO MORAES SOB A ÓTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Com base nos estudos feitos nos capítulos anteriores, será analisada a comunicação nas ações da Oficina Cultural Glauco Pinto de Moraes. A Oficina Cultural é uma Organização Social (OS) que é um novo modelo de gestão, previsto na Lei Complementar Estadual nº 846/98, instituída no governo Mário Covas. Essa Lei qualifica instituições sem fins lucrativos, que já atuem na área cultural, em Organizações Sociais, transferindo-lhes a gestão de espaços públicos, antes geridos diretamente pela Secretaria de Estado da Cultura<sup>3</sup>.

A unidade de Bauru foi inaugurada em julho de 1990 e oferece atividades gratuitas para a população de Bauru e região. Esta unidade foi a primeira do interior do estado de São Paulo, que até o momento só havia sede na capital. A unidade de Bauru leva o nome do artista plástico Glauco Pinto de Moraes. O artista Glauco Pinto de Moraes nasceu em Passo Fundo-RS em 1928. A partir da década de 70 começou a integrar regularmente diversas exposições coletivas e várias edições do Panorama da Arte Brasileira do MAM – SP, entre 1976 e 1986. Participou também de mostras importantes no Uruguai, no Japão e na Bélgica, e recebeu Sala especial na II Bienal de Havana, em 1986. Glauco Pinto de Moraes tornou-se conhecido pelo trabalho realizado na série *Locomotivas*. Em fevereiro de 1989, começou a trabalhar na Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, sendo responsável pela Assessoria Especial de Artes Plásticas. Foi também vice-presidente do Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico, Arqueológico e Turístico do Estado, presidente da Associação Profissional de Artes Plásticas de São Paulo e membro do Conselho Administrativo da Bienal Internacional de São Paulo<sup>4</sup>.

O objetivo principal da Oficina Cultural Regional (OCR) de Bauru, de acordo com o coordenador Paulo Rogério Pereira, é levar cultura para a população mais carente, aquela que não tem acesso, assim como o objetivo de uma política cultural. O foco da oficina cultural não é oferecer cursos de iniciação, já

---

<sup>3</sup> Conceituação retirada de :

<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.3172c04a018aa30247378d27ca60c1a0/?vgnnextoid=84deb23eb2a6b110VgnVCM100000ac061c0aRCRD>

<sup>4</sup> <http://www.oficinas culturais.org.br/oficinas/regionais/glaucopinto.php>

Acesso em: 14/10/2011

que isso é de responsabilidade do município, a OCR de Bauru busca oferecer cursos de níveis mais avançados. Porém, há escassez de uma formação inicial para a população da cidade, o que faz com que a oficina, muitas vezes, mude seu foco, oferecendo também atividades de iniciação. Com isso, ela busca formar um possível público para as temáticas de suas oficinas no futuro.

A Oficina de Bauru está instalada em um imóvel pertencente ao Governo do Estado, com 10 salas de aulas, laboratório de fotografia e de serigrafia, auditório com piano, teatro-galpão e espaço para exposições. No quadro de funcionários há um coordenador, dois técnicos culturais, um produtor cultural e um auxiliar administrativo; além de serviços terceirizados para segurança e limpeza.

A Oficina possui uma vasta programação de oficinas, workshops e palestras, além de possibilitar apoio ao meio cultural, por meio da cessão de espaço para a realização de ensaios, audições e estudos. A unidade de Bauru possui equipamentos para realização de suas atividades, porém se ocorrer mais de uma atividade simultaneamente, não terá aparelhos suficientes para a execução (datashow, notebook, caixas de som).

Em agosto de 1998, foi aberta ao público a Sala de Memória Cultural “João Correia das Neves”, nela estão armazenados todos os projetos já desenvolvidos pela Oficina desde 1990.

As atividades a serem analisadas serão baseadas em dados coletados do ano de 2010. No anexo I está disponível programação ocorrida no segundo semestre de 2010 a fim de que seja conhecido o perfil das atividades abordadas na Oficina (são divididas por temáticas).

Além dessas atividades que ocorrem na sede da Oficina Cultural Regional em Bauru, são oferecidas algumas atividades em outras localidades de Bauru e também na região. Algumas das cidades contempladas na região são: Agudos, Arealva, Balbinos, Bariri, Cabrália Paulista, Igarapu do Tiête, Jaú, Piratininga, Uru, entre outras.

A programação é elaborada pela regional, após reunião com toda equipe a fim de decidir as diretrizes do referido semestre. Após elaborada, passa para aprovação em São Paulo.

Já as atividades realizadas na região, algumas prefeituras sugerem temáticas que gostariam que fossem abordadas, outras solicitam auxílio da equi-

pe da OCR na formulação da atividade. As atividades nas cidades vizinhas ocorrem uma por semestre.

A OCR possui agendas com a programação que são confeccionadas em São Paulo e enviadas para Bauru. Essas agendas são deixadas em universidades, escolas, clínicas, secretarias municipais. Vale ser lembrado que nem toda universidade permite que sejam divulgadas as atividades, há dificuldade para entrega em alguns locais. Há também a agenda da programação regional, enviando uma certa quantidade para as cidades que receberão as atividades.

A divulgação feita no jornal e rádio local é feita de maneira gratuita por parte da imprensa da cidade. Com isso, não há a possibilidade de escolher melhores horários (rádio) ou cadernos (jornal impresso) para selecionar de melhor forma o público que queira atingir. Todo o contato com a imprensa local é de responsabilidade do coordenador da Oficina.

O público mais assíduo na OCR é o público estudante universitário. Pode-se perceber então, que o público carente que o OCR busca atingir não é necessariamente o mais ativo nas atividades.

Segundo relato do coordenador da unidade de Bauru, Paulo Rogério Pereira, antigamente havia muitas ações culturais espalhadas em diversos bairros da cidade, com isso o público participante dessas ações estava envolvido com as temáticas e se interessavam pelas atividades de cultura da OCR. Porém essas atividades não tiveram continuidade e cada vez mais o público da periferia se desinteressava pelas atividades promovidas pela Oficina.

Para sanar essa dificuldade, o coordenador da OCR de Bauru iniciou a busca por parcerias. No ano de 2011, buscou parceria com a SEBES – Secretaria do Bem Estar Social no trabalho já realizado por ela, PROJOVEM. Esse trabalho visa proporcionar atividades para jovens, a função da OCR de Bauru nesse caso seria disponibilizar um profissional especialista em teatro para capacitar os monitores do projeto para que eles possam repassar o que for aprendido para os participantes do projeto. Outra forma de parceria, é com a Secretaria de Educação que irá receber um profissional para capacitar educadores na arte da contação de histórias, a fim de levar essa cultura para as escolas municipais. Essas formas de parceria por parte da OCR de Bauru, de acordo com Paulo Rogério – coordenador da unidade de Bauru – são para

formar um possível público que, futuramente, possa se interessar pelas atividades oferecidas pela OCR.

Além dessas parcerias com as secretarias municipais, a OCR de Bauru possui parceria com o CRAS – Centro de Referência de Assistência Social dos bairros Nova Bauru, Jardim Ferrari. Com essa parceria, a OCR disponibiliza algumas atividades gratuitas nessas regiões, porém são esporádicas.

Essas ações são feitas para captação de novos públicos, já que as vagas oferecidas nas atividades não são totalmente preenchidas. Segundo o coordenador Paulo Rogério, em 2010 foram oferecidas 95 atividades, sendo 4055 vagas oferecidas, sendo preenchidas somente 2017. Para sanar essa deficiência a OCR de Bauru tem buscado parcerias com órgãos como o Cine Clube da cidade, assim atinge um público maior na divulgação tendo mais procura pelas vagas.

Para se inscreverem nas atividades, os pretendentes devem comparecer a sede para preenchimento de ficha de inscrição. Após a participação nas atividades, são disponibilizados um certificado e uma pesquisa informal em busca do feedback em relação à atividade realizada.

Para a realização de uma análise mais aprofundada do contexto comunicacional da OCR de Bauru, foi delimitado um questionário (Anexo II) para que fosse respondido pelo responsável pela unidade municipal. Porém, algumas questões não puderam ser respondidas, pois não correspondiam à estrutura organizacional da Oficina. Com isso, realizamos uma entrevista com o responsável a fim de coletar o maior número de informações sobre a Organização Social e suas ações enquanto políticas culturais. Após análise de dados relatados pela coordenação da OCR de Bauru, foram identificadas algumas falhas no processo de comunicação da Organização Social.

O principal objetivo da OCR, bastante semelhante ao de uma política cultural, de levar atividades culturais para a população de baixa renda, não está sendo devidamente atendido, segundo o próprio coordenador, por não preencher todas as vagas oferecidas, e as que são preenchidas são majoritariamente por estudantes universitários.

Levando em consideração a diferença apresentada neste presente trabalho entre informação, comunicação e relacionamento, vê-se a necessidade

de um melhor desenvolvimento em todas essas etapas por parte da OCR de Bauru.

Como há pouca procura pela Oficina por parte da população como um todo, vê-se a necessidade de uma maior e mais direcionada divulgação institucional da referida organização. Nesse momento, a informação deve ser colocada de forma clara e objetiva, divulgando seus serviços a fim de que diferentes públicos possam saber o que a OCR de Bauru tem para oferecer.

Em um segundo momento, na comunicação, poderão ser propostas ações que busquem o *feedback* daqueles que participam das atividades oferecidas pela Oficina. Com isso, podem ser avaliadas questões de satisfação dos participantes para que possa ser realizadas mudanças e adaptações caso seja necessário.

Por fim, a busca pelo relacionamento eficaz entre organização e seus públicos se dá pela comunicação prolongada no tempo (Haswani, 2009, p. 7). O relacionamento com os públicos é a forma mais eficaz de aproximação, pois assim o público se torna próximo e fidelizado, repassando informações sobre a OCR de Bauru e participando constantemente das atividades realizadas.

Diante disso, propomos ações de informação, comunicação e relacionamento para a OCR de Bauru a fim de que ela possa atingir seu objetivo enquanto política cultural e preencher as vagas oferecidas em suas atividades.

Para delimitação das ações tomamos como base os objetivos de uma Política Nacional de Cultura, que são: promoção e desenvolvimento cultural do País; produção, promoção e difusão dos bens culturais; formação de pessoal qualificado para gestão da cultura em suas múltiplas dimensões; e democratização do acesso aos bens de cultura e à valorização da diversidade étnica e regional.

De acordo com Coelho (1986), promover a cultura não está ligado somente ao financiamento dos artistas e dos produtores, e sim em criar condições para que o maior número de pessoas tenha acesso ao sistema de produção cultural, se não como produtores, ao menos como consumidores efetivos.

O objetivo principal é disseminar as atividades para a população com menor acesso à cultura e, posteriormente, aumentar a quantidade de estudantes universitários – atual público – no preenchimento das vagas. Além disso,

vale ressaltar que esse é uma proposta de ação, porém pode sofrer alterações/adaptações de acordo com as exigências e andamento da execução.

Para a realização dessas atividades, deve-se levar em consideração alguns dos princípios de uma comunicação pública, ou seja, saber que o cidadão tem o direito à informação; promover o diálogo e a interatividade; estimular o envolvimento do cidadão com as políticas públicas; oferecer serviços públicos com qualidade comunicativa. De acordo com Matos (2009), uma ação realizada em esfera local deve ser pensada e refletida de acordo com o interesse coletivo do local.

Com base nessas informações e conceitos, propusemos as seguintes ações para dois públicos distintos: comunidade de baixa renda (Ação I) e público universitário (Ação II).

## AÇÃO I

Público: Comunidade de baixa renda – de 7 a 14 anos de idade

Objetivo: Proporcionar atividades culturais para a população com baixo acesso.

Definição: A faixa etária do público foi escolhida por ser um público que está em fase de construção de conceitos e valores, além de ser público potencial para futuramente participar das atividades da OCR de Bauru. Segundo Botelho e Oliveira (2010), esse tipo de ação busca considerar as diferenças sociais que acabam dificultando a difusão equilibrada de se ter cultura em meio a uma comunidade.

### 1) Informação

- Produzir um folder institucional com linguagem clara, esclarecendo o objetivo da Oficina, as atividades oferecidas pela oficina para esse determinado público, como chegar na Oficina (mapa, ônibus disponíveis).

Para isso, são necessárias algumas técnicas de comunicação dirigida. Segundo Kunsch (2003), comunicação dirigida é a comunicação direta e segmentada com os públicos específicos que queremos atingir. Como as atividades oferecidas pela Oficina podem atingir diferentes públicos, há sempre a necessidade de direcionar a comunicação para o público que realmente se identificará com aquela atividade em questão. Dependendo de cada público, é usado um determinado veículo, linguagem adequada.

- Realizar uma das atividades que ocorre na Oficina (apresentações de circo, de banda) no intervalo das aulas no período escolar para divulgar o que é oferecido na OCR de Bauru, inclusive com a distribuição de folders: o que é a Oficina, sua localização, programação, gratuidade de todas as atividades. Com isso, a Oficina passa a ser mais conhecida e representada no âmbito cultural da cidade de Bauru.

Para a realização de uma atividade como essa, há alguns pontos que devem ser pensados com antecedência. De acordo com Cesca (1997), a organização de eventos requer muita atenção, pois acontece “ao vivo”, e qualquer falha pode comprometer a imagem da organização. Por isso, há a necessidade de um rigoroso planejamento, que envolve: objetivos da ação, públicos, estratégias, recursos humanos/financeiros/materiais necessários para a execução completa da atividade, implantação, fatores condicionantes, acompanhamento e controle, avaliação e orçamento. Nessa atividade, é muito importante delegar funções e deixar responsáveis em diferentes áreas do planejamento da organização do evento. Assim, nenhum componente da organização fica sobrecarregado, porém reuniões periódicas devem acontecer para que todos estejam cientes das etapas pelas quais outros são responsáveis.

Pesquisadores devem coletar dados relevantes, principalmente no que diz respeito aos interesses do público em relação às atividades culturais.

Na programação a ser oferecida seria mais eficaz delimitar um catálogo específico para crianças e adolescentes, em horários previamente estudados, e com detalhes das atividades presentes na programação.

## 2) Comunicação

- Contatar Secretaria da Educação e/ou diretoria das escolas municipais e estaduais para verificação da possibilidade de disponibilizar um período de uma disciplina – educação artística, por exemplo – por mês para realização de atividades diversas. Caso não seja possível, pode ser verificada a disponibilidade nas escolas que possuem Sistema Integral, assim as atividades permaneceriam no período oposto ao que as crianças permanecem na aula. Nesse ponto, é importante ressaltar a importância que Botelho e Oliveira

(2010) atribuem à educação formal. Inserir as atividades culturais no âmbito escolar é o primeiro passo.

Fazer parceria com alunos de universidades – o que demandaria pouco investimento, já que a contribuição voluntária é proveitosa para o currículo deles – pode ser adequado para realizar atividades nas escolas para atrair pessoas para a Oficina.

Para o público que frequenta a Oficina, deve-se fazer a entrega de um básico questionário de satisfação a fim de que melhorias possam ser buscadas e o usuário se sinta valorizado.

De acordo com Fortes (2003), a função da pesquisa cumpre objetivos como verificar o alcance dos objetivos da empresa perante os públicos, traçar o perfil dos públicos e estabelecer uma base de dados para sustentar a decisão de programações.

No Quadro 1, apresentamos modelo básico sugerido de questionário de pesquisa. Esse modelo pode facilitar a tabulação dos dados para aferição dos resultados e pode ser adaptado de acordo com o público-alvo.

Nome da atividade:

Idade:

- Dê uma nota de 0 a 5 em que 0 indica menor satisfação, e 5 indica total satisfação.

1) Quanto a estrutura do evento (sala, cadeiras, ventilação, recursos multimídias) :

5  4  3  2  1  0

2) Quanto ao conhecimento do palestrante sobre o assunto:

5  4  3  2  1  0

3) Quanto ao interesse sobre o assunto:

5  4  3  2  1  0

4) Quanto ao horário da realização da atividade:

5  4  3  2  1  0

- Assinale temáticas que sejam de seu interesse:

Atividades circenses

Aulas de música

Aulas de dança

Peças de Teatro

Comunicação (Jornalismo, Radialismo, Comunicação Pública)

Produção Cultural

Outros: \_\_\_\_\_

- Críticas e Sugestões:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Agradecemos sua participação!

Quadro 1. Sugestão de questionário de satisfação a ser aplicado

### 3) Relacionamento

Uma vez iniciadas nas escolas, atividades específicas como iniciação teatral e oficinas de artesanato serão continuadas na Oficina. Pode-se colocar tarefas para os estudantes realizarem em casa, assim sentirão a responsabilidade de progredir com as atividades. Além disso, podem demonstrar para as pessoas próximas aspectos da atividade realizada e, conseqüentemente, despertar interesse nelas para que se tornem um público em potencial. Segundo Botelho e Oliveira (2010), deve-se levar em conta que o

público não é somente consumidor, deve ser visto também como um participante ativo da vida cultural (ator e propagador).

## AÇÃO II

Público: Estudantes universitários

Objetivo: Fidelizar o público já participante da Oficina e prospectar novos.

Definição: Ação para contemplar da melhor forma as vagas oferecidas pela Oficina.

### 1) Informação

Realizar, no campus de cada Universidade selecionada, atividades que seriam usualmente oferecidas na Oficina. Paralelamente, realizar distribuição de folderes com explicação detalhada de o que é a Oficina Cultural Glauco Pinto Moraes, qual seu objetivo enquanto organização social e como os universitários podem participar.

### 2) Comunicação

- Realizar parceria com empresas juniores das universidades para que elas possam divulgar com freqüência as atividades oferecidas pela Oficina que sejam de interesse de determinados cursos. As empresas juniores já possuem um relacionamento estreito com os estudantes de sua respectiva área, por isso quando há a divulgação de algo por parte deles, conseqüentemente, é recebida com alto nível de credibilidade por parte dos públicos.

- Realizar parceria com alunos do curso de Relações Públicas da Unesp/Bauru na disciplina de Técnicas de Pesquisa - Pesquisa Quantitativa dos cursos de Relações Públicas para que seja realizada uma pesquisa nas universidades de Bauru para identificar temas de maior interesse, nível de conhecimento sobre as atividades da Oficina, melhor horário para realização das atividades e afins. Com isso, a programação direcionada a esse público será pensada com mais embasamento, de acordo com os interesses desse público especificamente.

Nas agendas de divulgação das atividades, especificar o que os alunos poderão encontrar em determinada escolha e oferecer conteúdo online com detalhes e informações sobre a programação.

Sempre que houver atividades, fazer a entrega de um básico questionário de satisfação (Quadro 1) a fim de que melhorias possam ser buscadas e o usuário se sinta valorizado.

### 3) Relacionamento

Armazenar dados dos inscritos em planilhas eletrônicas (Excel, por exemplo) para que se possa ter um histórico das atividades de maior interesse por parte de cada participante. Com isso, podem ser enviados e-mails de marketing direcionados ao assunto de mais interesse. Assim, há uma relação constante com os participantes, para que eles se sintam lembrados pela Oficina. De acordo com Botelho e Oliveira (2010), se há uma boa política de relacionamento, os participantes se sentirão íntimos do local e mais receptivos com as atividades da organização.

Criar um blog da OCR de Bauru para aproximar o público universitário, que possui bastante acesso à internet. Realizar enquetes constantes que permitam a atualização da programação de acordo com o que os universitários esperam da OCR.

De acordo com Torres (2009), o blog em sua essência é uma mídia social. “Nele, um indivíduo produz conteúdo, que é lido e comentado por outros” (p. 123).

Os blogs têm uma estrutura aparentemente simples. Segundo Torres (2009), os posts são organizados em categorias que podem servir como um menu para navegar nas publicações, e por tags, que seriam como palavras-chave relacionadas ao que foi postado.

Um blog possui um layout bem simples e prático. É composto por um cabeçalho com seu nome; menu de opções; uma área central com posts; e barras laterais onde podem ser colocados links para outros blogs, sistema de busca, calendários etc.

O principal recurso de um blog são os comentários. Com isso, a OCR de Bauru poderia coletar informações/reclamações/sugestões perante diversos assuntos e, cada vez mais (e constantemente), conhecer os interesses de um de seus públicos.

Para essas duas ações acima citadas, é de extrema importância que haja sempre o monitoramento para identificar possíveis adaptações e altera-

ções. Após serem implantadas, pode-se medir se houve real impacto na procura pelas atividades da Oficina e identificar qual público que foi mais atingido pelas ações. De acordo com Fortes (2003), o controle e a avaliação dos resultados do trabalho de Relações Públicas constituem tarefa difícil. Ele considera que “os números alcançados podem ser importantes e expressivos, mas é decisivo verificar se as atitudes e opiniões dos públicos se alteram em face dos programas cumpridos” (Fortes, 2003, p. 367).

Com essas ações propostas, apresenta-se aqui sugerida a possível atuação de um profissional de relações públicas no âmbito cultural, em particular na Oficina Cultural de Bauru.

Com base nos estudos realizados e ações propostas, vimos que a OCR de Bauru poderia se enquadrar no modelo de política pública denominado “equilíbrio interrompido”. De acordo com Souza (2006), esse modelo compreende que as políticas públicas têm períodos de estabilidade e instabilidade e, uma vez que os seres humanos têm limites para adquirir informação, as políticas são processadas de maneira lenta. Para a OCR de Bauru, segundo relatos do coordenador da organização, a procura pela vagas oferecidas oscila grandemente, o que caracterizaria a conceituação do modelo. Em relação à informação, o modelo também se encaixa, pois a baixa procura e a escassez de conhecimentos sobre as atividades da Oficina existem apesar das divulgações em rádios, jornais e TV local. Mas, segundo esse modelo, é possível realizar mudanças durante o processo das políticas públicas, e é isto que foi sugerido em nossas ações.

Com a execução das ações propostas, como questionários de avaliação e blog, haveria a possibilidade de os interessados participarem da decisão a respeito da seleção das atividades culturais da programação da Oficina, que assim atenderá uma outra característica das políticas públicas culturais: a participação como forma de ação coletiva. Souza (2006) relata essa necessidade, da política pública ser realizada por diversos autores e níveis de decisão a fim de abranger mais interesses, e não somente de uma pequena parcela da população. Para Coelho (1997), os programas de intervenções culturais devem ser produzidos não somente pelo Estado, mas também por instituições civis, entidades privadas e por grupos comunitários. Será possível proporcionar atividades que sejam reflexo do interesse coletivo. Além

disso, as ações propostas permitem ter impactos de curto prazo, porém os maiores resultados poderão ser obtidos a longo prazo, o que também caracteriza uma política pública.

De acordo com Botelho (2001), é necessário que as organizações estudem e analisem com cada vez mais profundidade o contexto da região em que estão instaladas a fim de reconhecer os limites de seu campo de atuação e delimitar estratégias pautadas em estudos específicos. Com as ações propostas, principalmente de pesquisa de opinião, seria possível dar um primeiro passo em relação a essa temática, considerando que é o início de um estudo complexo, constante e aprofundado.

Promovendo a cultura, a OCR de Bauru estaria contribuindo para favorecer o exercício de direitos dos cidadãos que estão previstos em lei, gerando assim a afirmação da cidadania.

Considerando que o Plano Nacional de Cultura (PNC) atual demonstra uma grande preocupação com meios de comunicação, vê-se a importância da Oficina em realizar atividades que busca maior eficácia nessa área, pois assim estaria em maior sintonia com as estratégias propostas pelo PNC. Adotando essas medidas de comunicação, a Oficina poderia melhorar o relacionamento com seus públicos e a qualidade de suas atividades, contrapondo-se às críticas de alguns autores, que não concordam com a realização apenas de atividades pontuais e de entretenimento como forma de política cultural. Com as ações sugeridas, seria possível tornar o aprendizado duradouro e profundo para os participantes das atividades.

Tratando-se da comunicação pública, a Oficina apresenta oportunidades de aperfeiçoamento. As propostas visam contribuir para a construção da imagem da organização, objetivo este principal da realização da comunicação pública, segundo Brandão (2007).

As ações sugeridas, divididas por público alvo diferentes, podem ser vistas como uma forma de democratização cultural, já que consideram as diferenças sociais da população em prol da promoção da cultura. Além disso, a proposta de avaliação das atividades (pesquisas de satisfação), aliada ao monitoramento constante dos projetos elaborados pela Oficina, indica um modelo com etapas essenciais de uma política cultural.

Com as propostas aqui sugeridas, temos ações estratégicas que consideram o contexto local dos indivíduos, suas necessidades, opiniões e interesses, buscando atingir a mais plena eficácia na promoção dos bens culturais para diversos níveis sociais de Bauru e região.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de análise das atividades e formas de divulgação da Oficina Cultural (OCR) Glauco Pinto de Moraes tornou-se possível a partir dos estudos sobre políticas culturais e ações de comunicação pública em âmbito governamental.

A OCR de Bauru está presente no contexto da política cultural como uma criadora de canais a fim de viabilizar a expressão da diversidade cultural, principalmente para os que têm pouco acesso em relação às atividades culturais. Vale lembrar que a criação de políticas culturais deve ser, preferencialmente, bastante abrangente a fim de reparar as desigualdades e, conseqüentemente, incluir os que estão à margem das atividades culturais oferecidas.

Ao identificar que as vagas oferecidas pela Oficina estavam sendo preenchidas somente em 50% e que o principal público a ser atingido (comunidade de baixa renda) não estava sendo devidamente contemplado, propusemos ações que pudessem se tornar atrativas para que esse público seja mais presente e a Organização Social possa, efetivamente, atingir seu maior e principal objetivo. Realizamos propostas que foram distribuídas em ações de produção de informação, realização de comunicação e manutenção de relacionamentos. Especificamente para o público de baixa renda, levamos em consideração que os materiais de divulgação das atividades e institucionais devem ser feitos de forma dirigida a fim de informar por meio de linguagem clara e acessível.

Além disso, sugerimos a realização de atividades culturais que aproximem o público da OCR a fim de conhecer a Organização. Ainda com esse público, sugerimos a realização de pesquisa de opinião para delimitar os gostos e preferências para futuras atividades, e pesquisa de satisfação para medir a qualidade e a receptividade das atividades já realizadas. Propusemos uma parceria com a Secretaria da Educação a fim de verificar possibilidade de atuação da OCR em horários de aula nas escolas; além de possibilidade de contratação de universitários para realização de atividades com esses públicos nas escolas. A fim da otimização do relacionamento, sugerimos que haja uma conexão constante entre as atividades propostas e as realizadas, para quem assim possa ser criado um maior grau de interação entre público e Organização.

Já o público universitário – pequena parcela já participante das atividades da Oficina – necessita ser fidelizado e expandido. Sugerimos ações para manter o relacionamento com os universitários de forma eficaz, baseadas nas conceituações de comunicação pública e atuação de relações públicas, e parcerias com empresas juniores das universidades para divulgação das atividades, pois possuem já uma relação estreita com seus públicos, conferindo credibilidade à divulgação. Para a delimitação de temáticas de interesse desses públicos, uma parceria com a disciplina Técnicas de Pesquisa de Opinião - Pesquisa Quantitativa nos cursos de Relações Públicas tornaria possível uma pontuação precisa das áreas sobre as quais os estudantes universitários possuem mais interesse, direcionando melhor as ações realizadas pela oficina. Na abordagem de comunicação, a comunicação digital não pôde ficar de fora, tratando-se de um público jovem. Propusemos a criação de um blog com o objetivo de oferecer informações sobre as atividades da OCR, além de receber comentários que se tornem construtivos para atividades posteriores.

Com as estratégias de ações propostas no trabalho, esperamos oferecer à OCR de Bauru uma orientação inicial para realização de atividades de comunicação e relações públicas perante seus diversos públicos de forma acessível e explicativa. Com isso, será possível buscar a otimização do fluxo de informações oferecidas, realização de uma melhor comunicação com públicos-alvo e imprensa, além da manutenção de relacionamentos eficazes com públicos cada vez mais envolvidos e engajados nas atividades culturais oferecidas.

Esperamos que o trabalho seja enriquecedor para a OCR, por terem sido propostas ações que são do alcance atual da Organização Social, além de servir como contribuição aos estudos de relações públicas no âmbito cultural.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRUDA, M. A. N. *A política cultural: regulação estatal e mecenato privado*. Tempo Social. V.15, n.2, 2003.

ANDRADE, C. T. S. *Panorama histórico de relações públicas*. 2ª ed. São Paulo: Com-Arte, 1973.

\_\_\_\_\_. *Dicionário profissional de relações públicas e comunicação*. São Paulo: Summus, 1996.

BRANDÃO, E. P. *Conceito de comunicação pública*. In: DUARTE, Jorge. *Comunicação pública, estado, mercado e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

\_\_\_\_\_. *Usos e significados do conceito comunicação pública*. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Relações Públicas do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

BOTELHO, I. *Políticas culturais: discutindo pressupostos*. In: NUSSABAUMER, Gisele Marchiori (Org.). *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: Edufba, 2007.

\_\_\_\_\_. *Romance de formação: Funarte e política cultural 1976-1990*. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2001.

\_\_\_\_\_. *Dimensões da Cultura e Políticas Públicas*. São Paulo Perspectiva, vol15 nº2. São Paulo, 2001.

BOTELHO, I. e OLIVEIRA, C. V. *Centros culturais e a formação de novos públicos*. PERCEPÇÕES - CINCO QUESTÕES SOBRE POLÍTICAS CULTURAIS – São Paulo: Itaú Cultural, 2010.

CAIADO, A. S. *O espaço da cultural. Guia Cultural do Estado de São Paulo*. Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-8839200100020000-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-8839200100020000-)

Acesso em: 10/09/2011.

CALABRE, L. *Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas*. In: III ENE-CULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Universidade Federal da Bahia, 2007.

\_\_\_\_\_. *Políticas públicas culturais de 1924 a 1945: o rádio em destaque*. *Revista Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, n. 31, 2003

CANDIDO, N. C. *A cultura a que tenho direito: direitos fundamentais e cultura*. Políticas Culturais em Revista, vol. 2 n. 2, 2009. Disponível em: [www.politicasculturaisemrevista.ufba.br](http://www.politicasculturaisemrevista.ufba.br)  
Acesso em: 20/08/2011.

CASTANHAR, J. C. e COSTA, J. C. *Avaliação de programas públicos: desafios conceituais e metodológicos*. *Revista de Administração Pública (RAP)*, Edição Set/Out, Rio de Janeiro, 2003.

CESCA, C. G. G. *Organização de Eventos: Manual para planejamento e execução*. São Paulo: Summus, 1997.

COELHO, T. *Usos da cultura: políticas de ação cultural*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

\_\_\_\_\_. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Iluminuras, 1997.

COHN, G. *A concepção oficial de cultura nos anos 70*. In: MICELI, Sergio. *Estado e cultura no Brasil*, São Paulo, 1984.

DUARTE, J. *Comunicação pública, estado, mercado e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

DURAND, J. C. *Cultura como objeto de política pública*. São Paulo Perspectiva, vol15 nº2. São Paulo, 2001.

FACCIOLI, F. *Comunicazione pubblica e cultura Del servizio*. 3ed. Roma: Carocci, 2002. (tradução livre).

FORTES, W. G. *Relações públicas: processos, funções, tecnologia e estratégias*. São Paulo: Summus, 2003.

HASWANI, M. *Comunicação nas relações internas das instituições estatais*. In: GT ABRAPCORP 6, São Paulo, 2009.

KUNSCH, M. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

MACHADO NETO, M. M. *Relações Públicas na difusão da produção cultural*. In: KUNSCH, M. M. K. e KUNSCH, W. L. *Relações Públicas Comunitárias*. São Paulo: Summus, 2007.

MATOS, H. *Comunicação pública, democracia e cidadania*. In: LÍBERO, Fundação Cásper, Ano 2, nº 3/4, São Paulo, 1999.

MICELI, S. (org). *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo: Difel, 1984.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano Nacional de Cultura: Diretrizes Gerais. 1ª Edição*. Brasília: Ministério da Cultura, 2007a.

Disponível em

<<http://www.cultura.gov.br/site/?p=9356>>. Acesso em agosto de 2011

\_\_\_\_\_. *Primeiro Encontro: Membros do Conselho Nacional de Política Cultural estão reunidos em Brasília*. Brasília: 19 de Dezembro 2007b.

Disponível em:

<<http://www.cultura.gov.br/site/?p=9390>>. Acesso em agosto de 2011

\_\_\_\_\_. *Conselho Nacional de Política Cultural Colegiado será instalado pelo presidente Lula da Silva e pelo ministro Gilberto Gil*. Brasília: 18 de Dezembro de 2007c.

Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/?p=9298>>. Acesso em: Acesso em agosto de 2011

OLIVEIRA, I. M. B. *Que políticas culturais?* Texto escrito para a palestra proferida no Centro Cultural São Paulo em maio de 2009.

Disponível em: [www.centrocultural.sp.gov.br/informativo\\_holandeses\\_lucia.pdf](http://www.centrocultural.sp.gov.br/informativo_holandeses_lucia.pdf)  
Acesso em: 08/09/2011.

OLIVEIRA, M. C. V. *Culturas, públicos, processos de aprendizado: possibilidades e lógicas plurais*. Políticas Culturais em Revista, vol. 2 n. 2, 2009.

Disponível em: [www.politicasculturaisemrevista.ufba.br](http://www.politicasculturaisemrevista.ufba.br)  
Acesso em: 10/09/2011

REIS, P. F. *Políticas nacionais de cultura: o documento de 1975 e a proposta do governo Lula/Gil*. Políticas Culturais em Revista, vol.2 n. 1, p.73-90, 2008.

REPENTE. Política publica como garantia de direitos. Boletim, nº 26, dez/2006.  
[http://formacaoredefale.pbworks.com/f/Repente+P%C3%B3lis\\_Pol%C3%ADticas+P%C3%ABlicas+como+Garantia+de+Direitos.pdf](http://formacaoredefale.pbworks.com/f/Repente+P%C3%B3lis_Pol%C3%ADticas+P%C3%ABlicas+como+Garantia+de+Direitos.pdf)

SOUZA, C. *Políticas públicas: uma revisão da literatura*. Revista sociologias. Porto alegre nº8. Jul/dez 2006, p. 20-45.

Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/soc/n16/a03n16.pdf>  
Acesso em: 05/09/2011.

TORRES, C. *A bíblia do marketing digital: tudo o que você precisa saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

## ANEXO I

*Programação da Oficina Cultural Glauco Pinto de Moraes - 2º semestre 2010*

### AUDIOVISUAL

Oficina de Vídeo: Fazendo um Curta Metragem

16/10 a 4/12 - sábado - 10h às 13h

Coordenação: Marcelo Marques

Adolescentes e adultos, iniciantes

Seleção: primeiros inscritos - 30 vagas

### CIRCO

Apresentação do Espetáculo “Sobre Plástica” e Aula Aberta de Clown

13/10 – quarta - 14h às 15h (apresentação) e 15h às 17h (aula aberta)

Coordenação: Marina Martins Leite

Adolescentes, adultos e crianças, iniciantes

Seleção: primeiros inscritos - Vagas: 80 (espetáculo) e 30 (aula aberta 30)

### GESTAO CULTURAL

Workshop de Técnicas de Apresentação de Projetos Culturais

23/10 - sábado - 9h às 13h e 14h às 18h

Coordenação: Ana Beatriz Assumpção

Adultos, com conhecimento intermediário

Seleção: carta de Interesse - 30 vagas

Workshop de Gestão de Projetos Cênicos

16/10 a 17/10 - sábado e domingo - 9h às 12h e 13h30 às 17h30

Coordenação: Ana Paula Galvão

Adultos, com conhecimento intermediário

Seleção: carta de interesse e currículo - 30 vagas

Oficina de Turismo Cultural

4/11 a 25/11 - quinta - 9h30 às 12h30 e 13h30 às 16h30

Coordenação: Valéria de Almeida Oliveira

Adultos, iniciantes

Seleção: primeiros inscritos - 30 vagas

## GESTÃO EM ARTE

Workshop de Jornalismo Cultural, Crítica e Mediação da Cultura

27/11 a 28/11 - sábado - 9h30 às 12h30 e 14h às 17h e domingo - 9h às 13h

Coordenação: Karla Beraldo de Souza

Adultos, com conhecimento intermediário

Seleção: carta de interesse - 30 vagas

## FOTOGRAFIA

Oficina “A Arte de Fotografar: Técnica e Linguagem”

16/10 a 4/12 - sábado - 9h30 às 12h30

Coordenação: Sandra Rubin

Adolescentes e adultos, iniciantes

Seleção: primeiros inscritos - 30 vagas

## MÚSICA

Apresentação do Espetáculo “Cartola Mestre Divino do Morro”

9/12 – quinta - 19h30 às 22h30

Coordenação: Gabriel Soledade Scalco

Adolescentes e adultos, iniciantes

Seleção: primeiros inscritos - 70 vagas

Apresentação do Espetáculo “Tal Pai, Tal Filho, Gonzagão e Gonzaquinha”

2/12 - quinta - 20h30 às 22h30

Coordenação: Denise Amaral

Adolescentes e adultos, iniciantes

Seleção: primeiros inscritos - 70 vagas

Apresentação do Espetáculo “Contracultura Tonalidades”

11/11 - quinta - 20h30 às 22h30

Coordenação: Manu Saggioro

Adolescentes e adultos, iniciantes

Seleção: primeiros inscritos - 100 vagas

## RÁDIO

Oficina de Locução Jornalística no Rádio

13/10 a 1/12 – quarta - 19h às 21h30

Coordenação: Franco Junior

Adultos, com conhecimento intermediário

Seleção: carta de interesse - 30 vagas

Oficina de Locução Publicitária

14/10 a 2/12 – quinta - 19h às 21h30

Coordenação: Franco Junior

Adultos, com conhecimento intermediário

Seleção: carta de Interesse - 30 vagas

## ANEXO II

- Quantidade de funcionários:

- Cargos:

ANO 2010

- Quantidade de atividades oferecidas:

- Quantidades de vagas oferecidas:

- Quantidades de participantes:

1. Tem algum público específico que procuram atingir?
  
2. Algumas atividades são feitas nas cidades da região ou fora prédio da sede da OCR. Quais critérios? Quem é responsável? Qual ligação com a prefeitura das cidades? Tem um numero mínimo de atividades a serem feitas nas cidades da região?
  
3. Quais ações de comunicação são empregadas para divulgar as atividades da Oficina Cultural Glauco Pinto de Moraes (publicidade em jornais, rádios, revistas, jornais e online, releases, cartazes, folhetos, e-mails, página na internet, ações de relacionamento)?
  
4. Sobre cada ação empregada, informe:
  - a) responsabilidade pela produção;
  - b) critérios de produção;
  - f) meios de aferição de impacto e resultados.
  
3. Quais são os meios de busca de feedback dos usuários e não usuários das atividades (questionários em papel ou correio eletrônico preenchidos no ato da inscrição e após as atividades, pesquisas de satisfação, caixas de sugestões etc) ?
  
4. Sobre cada meio de busca de feedback empregado, informe:
  - a) responsabilidade pela produção;
  - a) critérios de produção e execução;

- d) critérios de seleção do público-alvo;
- e) investimentos realizados;
- f) meios de aferição de impacto e resultados.