



Intersecções e tensões entre políticas públicas de cultura e de comunicação¹

Carlos Augusto LOCATELLI²

Resumo

Aborda questões contemporâneas da relação entre a cultura e a comunicação, sobretudo as implicações para as sociedades nacionais dos efeitos da globalização cultural e as possibilidades de reação a este processo. Entende-se que as sociedades nacionais têm, em ambientes democráticos, opções para rever este relacionamento, marcado entre a *autopóiesis* do mercado, que vê a cultura como mercadoria e a comunicação como negócio, e a adoção de políticas públicas que entendam comunicação e cultura como dimensões essenciais ao desenvolvimento social, à cidadania e a própria democracia. Discute a internacionalização da produção cultural, os usos do conceito e da cultura, o papel do Estado nos processos regulatórios e noções de políticas públicas. Contrasta intersecções e tensões entre as políticas públicas de comunicação e de cultura no ambiente pré-Conferência Nacional de Comunicação.

Palavras-chave: comunicação, cultura, políticas públicas.

Abordo aqui algumas questões que se estabelecem na relação entre a cultura e a comunicação de massa, sobretudo as implicações para as sociedades nacionais da globalização cultural em curso e as possibilidades de reação a este processo. Parto do princípio de que as sociedades nacionais tem, em ambientes democráticos, opções claras ao estabelecer este relacionamento, que vão das escolhas entre a *autopóiesis* do mercado, resultado da interação dos agentes privados nacionais e estrangeiros e dos agente públicos, à posição de que esse processo de *laissez-faire* não é necessariamente

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS), e-mail: locatelli.jor@gmail.com



benéfico a multiplicidade de interpretações, interesses e possibilidades em torno da cultura e da mídia, que necessitariam de mecanismos permanentes para sua preservação, reprodução, gerenciamento e regulação. Nesse sentido, os mecanismos capazes de interferir em algum grau – e ressalte-se, com evidentes ineficiências - são as políticas públicas aplicadas tanto a área cultura quanto a área midiática.

A identificação de que é necessário agir na defesa da cultura nacional diante do recente cenário de globalização, para além das visões clássicas da indústria cultural, é tratada, entre outros autores, por ORTIZ (1998). O autor é taxativo: diante da dinâmica do processo de globalização cultural “é preciso fazer algo pela cultura nacional”. Essa constatação também está presente do um intenso debate sobre o tema comunicação e cultura nos últimos anos, especialmente diante das mudanças e pressões crescentes nos planos econômico, cultural e social³.

A internacionalização da produção cultural

A escolha dos argumentos com que CANCLINI (2005a) trabalha o tema contribui para se compreender a relação entre cultura e a mídia a partir de um ambiente político e econômico historicamente datado e específico. Canclini descreve como, em 1993, no início da Rodada Doha⁴, aberta para procurar resolver diversos entraves ao comércio internacional, um dos pontos apresentados pela Comunidade Européia foi a necessidade de se discutir as trocas desiguais de bens simbólicos, ou seja, de bens culturais. Mas ao contrário de tantos pontos polêmicos que permaneceram na agenda naquele momento, tais como o dos subsídios agrícolas americanos e europeus e a abertura dos mercados industriais dos países em desenvolvimento, a inserção da questão dos bens simbólicos não foi aceita pelos Estados Unidos, que ameaçou retirar-se da mesa de negociação caso permanesse em pauta.

O fato cristalizou o conflito entre as estratégias econômicas e culturais no âmbito do comércio internacional, posicionando de um lado a indústria cultural dos EUA, no papel de exportador de conteúdo, e os demais países do mundo, no papel de importadores.

³ Entre eles HALL (1992), HARVEY (1993), LÉVY (1999), MARTÍN-BARBERO (2001), CANCLINI (2005a, 2005b), CASTELLS (2006) e TOLILA (2005).

⁴ A Rodada Doha foi finalizada sem resolver diversas questões da pauta original em julho de 2008, sendo que muitos países, entre eles o Brasil, reivindicam atualmente a necessidade da reabertura a conclusão das discussões.



Entretanto, ao contrário de bens físicos, bens simbólicos não são apenas bens comerciais (embora os bens físicos também possam ter um caráter simbólico), mas um “poderoso investimento de registro e auto-afirmação da língua e das culturas próprias e suas difusão além fronteiras”. (CANCLINI, 2005a, p. 142)

O tema foi retirado da negociação, mas a reação de muitos países, sobretudo europeus, foi o estabelecimento de cotas e subsídios para a produção audiovisual, em um contexto de privatização dos meios de produção cultural e de comunicação. Por trás dessa posição está a percepção estratégica de que a redefinição das identidades nacionais passa pela cultura e pelo conjunto dos meios de comunicação. A partir desse ponto de vista, observa-se a necessidade de reformular de modo articulado essas políticas por conta, sobretudo, das mudanças nas áreas de comunicação audiovisual, perguntando-se o que é interesse público no âmbito das interações entre as culturas locais e globais, sempre sob a sombra do inexorável dilema de que a proteção ao nacional possa conduzir a estreiteza do nacionalismo.

TOLILA (2005) contribui para entender – embora seus argumentos não pretendam justificar - a posição norte-americana. Segundo ele, a importância comercial do fluxo cultural na atualidade é algo real, tangível e calculável do ponto de vista das contabilidades nacionais. Cita o exemplo dos Estados Unidos, onde a partir de 1996 as vendas de produtos culturais, incluindo-se filmes, livros, músicas, programas de televisão e softwares passou a ser o primeiro setor de exportação, com um volume anual superior a 60 bilhões de dólares⁵. A situação na área das indústrias culturais é, no plano mundial, de clara dominação norteamericana. Comparado com os Estados Unidos, mesmo o conjunto de países da Comunidade Européia tem uma relação muito desigual. Utilizando dados de 2000, o autor indica que a Itália produz apenas 17,5% da própria demanda por cinema de seu mercado, a Espanha 10%, a Alemanha 12,5% e a França, a mais dinâmica de todas as economias nesse setor, apenas 28,2%. Em contrapartida, os Estados Unidos cobrem 92,5% da demanda de seu mercado doméstico.

Por onde quer se olhe as vantagens dos Estados Unidos neste mercado global de bens culturais é enorme, por várias razões. Entre elas destaca-se o tamanho do próprio mercado doméstico; a história do país, tanto no sentido de utilizar a cultura com

⁵ A título de comparação, valor equivalente a 40% das exportações totais brasileiras de 2008, que foram de US\$ 148 bilhões.



instrumento de legitimação ideológica quanto no de apropriar-se das oportunidades tecnológicas e mercadológicas, e, também, na própria relação que a sociedade norte-americana tem com o universo da cultura, bem menos conflituosa de que nos demais países, pois “...cuanto en Europa hablamos de industrias culturales, los norteamericanos emplean el término ‘entretenimiento’”. (TOLILA, 2005, p. 129)

Ademais, observe-se que em termos mundiais somente o setor de mídia, cada vez mais produtor e difusor dessa produção cultural, está concentrado nas mãos de cerca de duas dezenas de conglomerados, sobretudo norte-americanos e europeus, com receitas individuais entre US\$ 5 bilhões e US\$ 35 bilhões ao ano, veiculando dois terços das informações e dos conteúdos culturais disponíveis no planeta, em busca permanente de novos mercados e melhores retornos financeiros. (MORAES, 2003)

Na América Latina, a internacionalização da mídia vem se aprofundando desde a década de 1990, após um período de desregulamentações e privatizações, tendo como alvo prioritário os mercados do México, Brasil e Argentina. Nesses mercados, operam empresas como a Televisa do México, a Globo do Brasil e o Clarín da Argentina, situadas entre as 70 maiores empresas de mídia do mundo, e que tendem em parceria com as gigantes da mídia internacional reproduzir a mesma estratégia nos mercados nacionais e regionais, expandindo-se ainda para países com o mesmo idioma. Essa estratégia compreende não apenas os segmentos tradicionais da mídia, como os impressos e a radiodifusão, mas também, toda a produção audiovisual, fonográfica e as novas oportunidades vinculadas à internet. (JAMBEIRO, 2000)

Usos do conceito de cultura e da cultura

O tema cultura sempre esteve relacionado a questão política, embora de modo geral, seja visto muito mais como um conjunto de normas, regras e regulamentos, raramente explicitando-o como objeto do domínio do poder e da política. Entretanto, KUPER (2002) relata que autores como Nietzsche, Gramsci, Elias, Williams, entre outros, nunca duvidaram dessa complexa relação, a tal ponto que, hoje, os conceitos de cultura, poder e política estão cada vez mais imbricados entre si, muitas vezes de maneira “perigosamente diluidora”. A categoria cultura, portanto, ainda permanece como fonte de negociação e disputa política de grande importância, pois permeia e se inscreve no interior de conceitos “eruditos” formulados em instituições de ensino, entre os mais



proeminentes intelectuais e na sociedade mais ampla, extrapolando os próprios muros da academia. De forma geral, observa-se que as teorias contemporâneas de cultura tendem a reavaliar ou reciclar os conceitos pré-existentes, incluindo com maior intensidade as complexas questões econômicas, sociais e individuais da vida cotidiana.

Não é intenção deste trabalho fazer uma genealogia do termo cultura, nem dar conta de sua historicidade, mas pensar como tal categoria aparece em determinados momentos com uma roupagem na arena política e, em outros, assume uma configuração diferente quando é relacionada com a mídia. Entretanto, esta breve incursão é fundamental, pois a cultura e sua configuração como uma dimensão não-econômica da mídia torna o debate e a regulação de ambas áreas muito mais complexa que as demais em que o Brasil tem alguma experiência acumulada, como o de telecomunicações e o de energia, pois na condição de bens simbólicos, ambos afetam temas constituintes do Estado-Nação (e, portanto, a identidade nacional) e a própria democracia.

Para abordar as questões culturais parte-se do conceito proposto por WILLIAMS (1992), para quem cultura é a experiência ordinária, que designa os significados comuns de uma sociedade humana, seus modos de vida usuais e sua produção artística e intelectual. Agrega-se ainda a visão de KELLNER (2001, p. 11), para quem

“a cultura, em seu sentido mais amplo, é uma forma de atividade que implica em alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades. A cultura modela os indivíduos, evidenciando e cultivando suas potencialidades e capacidades de ação e criatividade. A cultura da mídia participa igualmente desses processos”.

A percepção de que os impactos dos processos de globalização, inovação tecnológica e disseminação global de informação provocam nas culturais nacionais e locais são significativos, mas muitos distintos predominam na visão dos autores que tratam do tema. Atendo-se ao campo das teorias da comunicação, a sociologia funcionalista concebia as mídias como novas ferramentas da democracia moderna, como mecanismos decisivos de regulação da sociedade, advogando uma teoria voltada pra a reprodução dos valores do sistema social. As escolas de pensamento crítico, passando pela Escola de Frankfurt, desde os anos 40, e, a partir dos anos 60, o movimento estruturalista e os estudos culturais, irão se interrogar sobre as conseqüências do desenvolvimento desses



novos meios de produção e transmissão cultural, recusando a idéia de que nesse ambiente a democracia sai necessariamente fortalecida. (MATTELART, 1999)

Embora pulverizada numa miríade de correntes, é possível observar posições que colocam de um lado autores que vêem nesse processo a continuidade de um projeto de imperialismo cultural, no sentido originalmente proposto por Shiller, em que o globalismo e a mídia global são uma nova forma de neobarbárie, trazendo desigualdade e discriminação (SODRÉ, 1995). De outro lado, há autores com visão diametralmente oposta, que vêem nesse processo novas oportunidades para os indivíduos, as nações e a própria humanidade. LEVY (1999), por exemplo, propõe, entre outros pontos de sua discussão, que as novas mídias interativas disponíveis a partir da internet e as comunidades virtuais desterritorializadas são constituintes de uma nova esfera pública, o ciberespaço, ambiente que conduzirá a uma nova forma de representação, a ciberdemocracia. Ele entende a globalização como o emergir de sociedade civil planetária desterritorializada (nações de signos), cujas características são a inclusão, transparência e universalidade. CASTELLS (2006) aponta a internet como o epicentro da transformação das mídias, por sua condição articuladora e multimídia, sendo no limite a própria sociedade, na medida em que ela expressa valores, processos, interesses e instituições sociais.

Entre o ceticismo dos primeiros e certo deslumbramento tecnomercadológico dos segundos, há autores que vêem no processo contradições suficientes para que as sociedades construam alternativas à globalização cultural. HARVEY (1993), embora reconheça que a cultura tornou-se matéria prima da nova indústria de bens simbólicos, defende a existência de “espaços de esperança”, na medida em que observa avanços culturais locais divergentes, transgressores e criativos, com espaço para o pensamento e a ação política alternativa à globalização. MARTÍN-BARBERO (2001), em sua análise da globalização comunicacional e transformação cultural, propõem um novo sentido de lugar em um espaço-mundo de redes e fluxos, com fragmentação e revalorização, onde o nacional e local são entendidos como pontos de acesso, permitindo um novo sentido de cidadania global. THOMPSON (1998) defende a autonomia do receptor de bens e produtos culturais, reivindicando um pluralismo regulado para a mídia e uma democracia deliberativa e não eletrônica. Ele entende que os meios de comunicação



fazem parte da sociedade moderna e, como tal, devem receber da sociedade o mesmo tratamento que as demais instituições.

Em outro campo, o das identidades nacionais, HALL (1992), ao discutir a “homogenização” das culturas nacionais, defende o uso de uma dialética das identidades para compreender este fenômeno, sugerindo a existência de culturas híbridas entre o local e o global. Ainda nos anos 70, SAHLINS (1997) observou que o processo de globalização cultural levou as antigas vítimas do colonialismo e do imperialismo a descobriram a sua ‘cultura’, e, desta forma, a cultura se tornou um valor objetivado, assim como objeto de uma guerra de vida e morte. A globalização, neste sentido, longe de impor uma hegemonia monótona sobre o planeta, teria gerado uma diversidade de formas e conteúdos culturais sem precedentes, conteúdos extremamente políticos, pois frutos das disputas de poder nos processos de negociação, de reconhecimento, de legitimidade e de resistência frente às tentativas de indiferença, de submissão e de violência.

CANCLINI (2005a) ressitua a teorização e os debates sobre a identidade, heterogeneidade e hibridação na disputa pelo espaço audiovisual que se dá entre os Estados Unidos, a Europa e a América Latina, procurando entender como as mudanças na maneira de consumir alteram as possibilidades de exercício da cidadania, partindo do princípio de que a participação social também se dá pela ordem do consumo. Na perspectiva do contexto atual da globalização cultural, observando-se especificamente o segmento audiovisual, a América Latina apresenta-se como um agente subdesenvolvido apenas produção, mas não no consumo audiovisual. E, quando a produção nacional acontece, o direito de produzir pertence às elites, em um movimento pouco democrático do ponto de vista de exercício da cidadania. Por conta disso, o autor defende a necessidade de debate público sobre o que deveria ser feito para a construção de alternativas em um contexto em que as identidades pós-modernas se mostram transterritoriais e multilinguísticas.

Outra visão contemporânea interessante é a de YUDICE (2004). O autor aponta – e faz incisiva crítica - que ao perceberem na cultura uma área com grande potencial para receber e capitalizar investimentos, alguns países da União Européia, organismos multilaterais como o Banco Mundial e as grandes fundações com ação internacional passaram a tratá-la como um recurso. Nessa perspectiva – a de um recurso - a cultura



passa a ser vista como uma grande possibilidade de desenvolvimento dos países, especialmente para a superação do subdesenvolvimento, contribuindo para manter a agregação social, a auto-estima e viabilizar renda. Entretanto, critica autor, esse movimento de produção de “patrimônio cultural” tem como pano de fundo a despolitização do próprio sentido político da cultura. No mesmo sentido, BRANT (2003, p. 3), observa que no Brasil “a cultura tem sido tratada pelo poder público como se fosse uma mercadoria, restringindo sua importância no mínimo denominador neoliberal, transformando-se em mero commodity”.

É justamente a partir da visão e da crítica desses últimos autores que este texto percebe espaço para a construção de políticas públicas que contemplem simultaneamente as áreas de cultura e mídia do país. Ela parte do princípio de que as sociedades nacionais ainda têm, ou podem retomar, sob diversos aspectos e em diferentes intensidades, instrumentos e condições de intervir e ressignificar os paradigmas de humanismo e da cidadania como ideais do Estado-Nação, insurgindo-se contra o entendimento mercadológico da cultura e da mídia e a inércia aparentemente avassaladora da tecnologia e do mercado.

A retomada do papel do Estado

Analisando a posição e a situação do cinema mexicano frente o norteamericano, CANCLINI (2005a) questiona se as culturas cinematográficas nacionais, enquanto partes da cultura de cada país, tem algum futuro nas atuais condições dos mercados audiovisuais. Ele mesmo, embora não avalie a estrutura de mercado e o padrão de concorrência, aponta para várias novas possibilidades, tais como salas menores, alguns sucessos de filmes mexicanos e as possibilidades de difusão na internet. Por isso sugere, entre outros pontos, que os acordos de livre comércio sirvam para reavaliar as indústrias culturais, sendo para isso necessário inserir no debate a reativação das indústrias culturais nacionais, com nova política de regulação e promoção da cultura latino-americana.

Transportando essa indagação e solução parcial para todo o campo cultural e midiático de um país o que se coloca é como esses campos terão condições de enfrentar ou inserir-se em um contexto internacional? Como as políticas de comunicação e cultura vão tratar de questões complexas e uma ampla variedade de temas e interesses para a estimular e



garantir a produção e distribuição de bens culturais, inclusive os não rentáveis? Para Canclini, é difícil acreditar em alguma saída que rompa com a lógica restrita do lucro, a lógica liberal, sem exigir um papel mais ativo do poder público.

É justamente nessa direção que, em nosso entender, o debate atual sobre a necessidade e as possibilidades de democratização da cultura e da mídia no Brasil se apresenta, especialmente diante da proximidade da Conferência Nacional de Comunicação: o Estado deve ter um papel ativo nesse processo, seja como agente, formulador, regulador e indutor, e precisa, imediatamente, definir publicamente o papel que pretende desempenhar.

Políticas públicas

O estudo e a aplicação de políticas públicas é um fenômeno do século XX, a partir das ineficiências apresentadas pela condução liberal dos estados nacionais. O estudo das políticas públicas se confunde, sobretudo, com o surgimento do Estado do Bem-Estar, as estratégias de desenvolvimento dos principais países industrializados, especialmente após a Crise de 1930, e diante dos bons resultados da planificação econômica dos países do Leste Europeu após a Revolução de 1917. Ao longo do século XX, políticas públicas têm sido negociadas e construídas para resolver problemas sociais em áreas tão distintas quanto o crescimento industrial e agrícola, o desenvolvimento tecnológico, a educação, a saúde, a segurança e a comunicação e cultura, entre outros.

De modo geral, essa linha de pensamento enxerga na ação contínua dos governos em torno de questões de interesse público mais do que apenas na análise do papel do Estado, um fator de mudança social e promoção da cidadania. Sua formulação depende da vontade de um governo, ao qual foi delegada a tarefa de comandar o Estado a fim de implementar um determinado programa, ratificado pela maioria dos cidadãos participantes de um processo eleitoral, mas também das pressões internas e externas a que este governo está sujeito.

SOUZA (2007) resume os conceitos mais conhecidos de políticas públicas na ação continuada de um governo em torno de uma demanda pública ou compromisso programático e na influência na vida dos cidadãos. Pode-se, então, resumir política pública como



“o campo do 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 governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações, que produzirão resultados no mundo real”. (SOUZA, 2007, p. 69)

SUBIRATZ (2001) ressalta que a definição e implantação de políticas públicas é, na prática, um processo dinâmico de conflito e consenso entre agentes públicos e privados envolvidos. Entre suas principais conclusões sobre tema estão: (a) não há uma visão uniforme dos interesses públicos e as decisões só respondem a critérios de compromissos; (b) no debate, o mais importante é a capacidade de persuasão; (c) a definição do problema que desencadeia a política é crucial: o que se acaba decidindo é a definição de problema triunfante do debate público entre os diferentes atores e duas definições de problema; (d) a agenda dos poderes políticos não são necessariamente os mais graves; (e) em países de tradições democráticas frágeis, pesam mais os elementos tecnocráticos e menos a articulação social; (f) a tradição jurídica e liberal vê negativamente o lobbie, mas este de fato se exerce por meios poderosos de contatos e conexões pessoais e econômicas; (g) as políticas reguladoras, com custos concentrados e benefícios difusos estão diminuindo e (h) a sociedade civil passa a ter um papel cada vez mais crescente no desenvolvimento de políticas públicas.

Observe-se que no debate sobre políticas de comunicação no Brasil, além de todas as questões econômicas, políticas e jurídicas envolvidas, a agregação da questão cultural (a) torna a discussão mais complexa, (b) tem grande potencial de dispersar a própria discussão em particularidades tomadas como universais, (c) movimenta públicos e agentes com capacidades cognitivas muito potentes, de ampla circulação no meio do Estado e elevado apelo público (artistas e cineastas de renome, por exemplo). Importante observar que nos últimos embates em torno da comunicação, especialmente quando da tramitação do projeto de criação da Ancinav, esses agentes trabalharam numa perspectiva elitista, a exemplo do que Canclini percebeu no México, reivindicando seu “direito a produzir” a partir de um alinhamento político e discursivo com os proprietários dos meios de comunicação.



Para aproximar a discussão da realidade brasileira, identificamos no documento Deliberações da II Plenária das Comissões Estaduais e Nacional Pró Conferência⁶ intersecções e fontes de tensão no debate sobre políticas públicas de comunicação e cultura. Apresentados na Tabela 1, eles foram identificados a partir das temáticas dos três eixos propostos (Princípios, Sistemas e Meios) para a Conferência Nacional de Comunicação (Confecom).

Embora em caráter inicial, a Tabela 1 contribui para observar a existência objetiva de interseções e tensões entre as políticas de comunicação e de cultura, uma vez que

“El gran dilema de las políticas públicas de la cultura de hoy y su más grande problema: actuar em favor de la diversidad cultural em todos los niveles, estableciendo jerarquias de los problemas e asignando a su accioin prioridades sin la cuales cualquier esfuerzo seria inutil” (TOLILA, 2005, p. 107)

⁶ Deliberações da II Plenária das Comissões Estaduais e Nacional Pró Conferência, de 29/05/2009, disponível em <http://proconferencia.org.br/quem-somos/29052009/>



Tabela 1

Intersecções e tensões entre as políticas públicas de comunicação e cultura, a partir do documento Deliberações da II Plenária das Comissões Estaduais e Nacional Pró Confecom	
Eixo da Conferência	Temas
Princípios	Soberania, liberdade de expressão, direito à comunicação, inclusão social, diversidade cultural, religiosa, étnica, racial, de gênero, proteção a segmentos vulneráveis, regionalização.
Sistemas	Conteúdo, diversidade e pluralidade; cadeia produtiva, liberdade de expressão, gestão do conhecimento e direito autorais; educação para as mídias, formação e pesquisa em comunicação.
Meios	<ul style="list-style-type: none">• Televisão aberta: finalidades, conteúdo e programação, distribuição e digitalização.• TV por assinatura: Conteúdo e produção, programação.• Rádio: programação; cadeia produtiva; distribuição, acesso.• Internet, banda Larga e telecomunicações: acesso e universalização, produção e circulação de conteúdos digitais, cadeia produtiva, direitos, liberdades e crimes na internet; direito autorais.• Cinema: distribuição de filmes nacionais, fomento e modelo de financiamento da produção nacional, formação de público para filmes nacionais, cooperação bilateral e multilateral para produção audiovisual.• Mercado editorial e fonográfico: direito autorais, modelo de financiamento da produção e distribuição, distribuição e acesso.

Assim, em nosso entender, considerando a proximidade teórica e política significativa entre as perspectivas que vêm na democratização da comunicação e da cultura uma necessidade estrutural no Brasil, um caminho inicial para trabalhar as duas políticas de forma integrada seria dissociar as questões de estrutura de distribuição de comunicação



(o ponto de entrega, efetivamente oligopolizado, situado no âmbito da relação Estado-empresa privada-organização religiosa) e as de produção cultural (a manifestação em si, situada no âmbito do indivíduo, do criador, do étnico, dos movimentos sociais, que apesar de apropriada em boa medida pela estrutura estatal-privada-religiosa citada, apresenta grande potencial de mudança face a possibilidade concreta de reapropriação social da cultura e do processo tecnológico). Isso permitiria, simultaneamente, atacar problemas decorrentes da estrutura de mercado (que constrange o acesso e o fluxo dos dois campos) e desobstruir em grande medida a produção cultural (que interessa aos dois campos, à exceção dos atuais controladores da produção).

Considerações finais

Comunicação e cultura são conceitos que se mostram cada vez mais autoreferentes nas sociedades midiáticas e globalizadas. Portanto, o debate sobre comunicação e cultura tende a ser, de fato, cada vez mais indissociável. Políticas culturais e de comunicação integradas parecem ser um caminho para fazer frente às complexas e crescentes demandas de proteção, desenvolvimento e gerenciamento da cultura e da comunicação em países com elevada inserção internacional, como o Brasil.

Entretanto, como coloca SUBIRATZ (2001), toda política pública é de difícil negociação e aplicação e seus resultados são incertos, fruto do permanente conflito entre os agentes “vencedores e vencidos” em cada momento histórico, uma vez que elas alteram efetivamente o *status quo*. Conceitualmente, políticas públicas de comunicação e cultura podem ser mais eficientes desde que assimilem concepções como as propostas por Canclini (2005b), de que toda cultura é intrinsecamente multicultural, e de que a identidade transpassa todas as classes e segmentos de um país, bem como relacionam-se intrinsecamente com o desenvolvimento econômico.

A análise de políticas públicas para a cultura e a comunicação requer a intersecção com outras questões complexas, como a proteção ao patrimônio cultural, o financiamento da produção audiovisual, o estabelecimento de cotas para a produção nacional, as políticas de ação afirmativa. Há ainda que se considerar a possibilidade de se compreender a cultura e a mídia como partes do que se convencionou chamar de economia criativa, sob o ponto de vista de um recurso, que deve ser gerida e estimulada de forma a se obter renda por meio do turismo, artesanato e empreendimentos culturais. (TOLILA, 2005)



As duas políticas mantêm ainda conexões fortes com outras políticas públicas, sobretudo a política industrial, a tecnológica e a de comércio exterior. (LOCATELLI, 2001) No caso brasileiro, entendemos que a nova regulamentação da cultura e da mídia neste momento tem um caráter específico: trata-se da transição entre um ambiente com regulações historicamente tratadas em separado, de caráter técnico-normativas e com claro viés político, para um ambiente que em termos ideais buscaria o diálogo entre as duas políticas, construído a partir de princípios comuns.

Referências

- BRANT, L. **Políticas Culturais** (org.). Barueri, SP : Manole, 2003
- CANCLINI, N. G.. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro : Editora UFRJ, 2005a. 5 ed.
- CANCLINI, N. G. **Diferentes, Desiguais e Desconectados**. Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 2005b.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede. economia, sociedade e cultura**. 9^a.ed. atualizada. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2006
- COELHO, T. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário**. São Paulo : Iluminuras, 1999.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Ed. Loyola, 1993.
- JAMBEIRO, O. **Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul**. Salvador, Edufba, 2000
- KELLNER, D. **A Cultura da Mídia**. Florianópolis, EDUSC, 2001.
- KUPER, A. **Cultura: a visão dos antropólogos**. Bauru/SP: EDUSC, 2002.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34,1999.
- LOCATELLI, C. **Livre e sob controle: o desafio de regular a mídia no Brasil**. 2001. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.
- MATTELART, A. e M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Ed. Loyola, 1999.



MORAES, Dênis de. **O planeta mídia: tendências da comunicação na Era Global**. Campo Grande. Letra Livre, 1998.

ORTIZ, R. **Mundialização da cultura**. 3. reimpressão. São Paulo : Brasiliense, 1998

SAHLINS, M. **O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um “objeto” em via de extinção** (parte i). 1997. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/mana/v3n1/2455.pdf>

SODRÉ, Muniz. **O social irradiado: violência urbana, neogrotesco e mídia**. São Paulo: Cortez, 1995.

SOUZA, C. **Estado da arte da pesquisa em políticas públicas**. In.: HOCHMAN Gilberto, ARRETCHE, Marta e MARQUES, Eduardo (Org.). **Políticas Públicas no Brasil**. Rio de Janeiro : Editora Fio Cruz, 2007

SUBIRATS J. **Análisis de políticas públicas y gestión pública: promesas e riesgos de una vida em común**. Departament de Ciència Política i Dret Públic. Universitat Autònoma de Barcelona. 2001

THOMPSON, J. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TOLILA, P. **Indústrias culturais: datos, interpretaciones, enfoques . Un punto de vista Europeu**. In.: Nexus: revista semestral de Cultura. N. 35. Barcelona : Fundación Caixa Catalunya, 2005.

WILLIAMS, R. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1992

YÚDICE, G. **A Conveniência da Cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.