

25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBa – Salvador-Bahia-Brasil

## A TRANSFORMAÇÃO SOCIAL ATRAVÉS DA CULTURA NÃO É NOTÍCIA NO JORNALISMO IMPRESSO (UM ESTUDO COM O JORNAL A TARDE)

Antonio Teófilo de Almeida<sup>1</sup>

**Resumo:** O tratamento da cultura na imprensa tem conquistado cada vez mais espaço nas páginas dos periódicos, bem como na grande mídia em geral, tanto no Brasil quanto na Bahia. A partir de uma análise das publicações relacionadas à cultura no jornal mais lido no Estado baiano pudemos verificar que as referências à cultura contêm características que perpassa programação em caráter de entretenimento, notas de utilidade pública, fala de representantes de instituições públicas, até crítica ou artigo a respeito de uma determinada ação do Estado. A interferência da chamada Economia Criativa ou Economia da Cultura, sobretudo, a partir dos projetos das organizações da sociedade civil, a exemplo dos Pontos de Cultura, não aparece de forma suficiente que dê conta de sua abrangência enquanto uma intervenção de transformação social.

**Palavras-chave:** mídia impressa, transformação social, cultura, políticas públicas.

A cada dia que passa, sobretudo, a partir dos últimos dez anos, a Cultura é um tema cada vez mais abordado e solicitado tanto nas dissertações acadêmicas quanto nos programas de governo e, portanto, na elaboração de políticas públicas. Assim, não podemos esquecer-nos de mencionar a dimensão de mercado, de organização do trabalho e da cadeia produtiva da cultura, no que se refere hoje como Economia da Cultura ou Economia Criativa.

Em uma estrutura social cada vez mais modificada a partir do potencial desenvolvimento da microeletrônica, dos meios de processamento da informação e da automação industrial, os estratos sociais são afetados diretamente e novas formas de ocupação no meio produtivo e no mundo do trabalho são exigidas, bem como, a reorganização das tradicionais classes sociais e dos movimentos sociais. A presença da força de trabalho braçal vai desaparecendo face ao desenvolvimento do aparato tecnológico e com ela surgem alternativas de comunicação e de difusão cultural, possíveis graças à própria revolução causada por essa tal sociedade informatizada. Já que a imprensa tradicional também é fruto da modernidade e dos seus preceitos de mercado capitalista, os movimentos sociais têm recorrido a instrumentos alternativos de comunicação que desencadeiam novas relações na sociedade e possibilitam duas vias de empoderamento cultural, a saber, a primeira pela crescente capacidade de produção e de

---

<sup>1</sup> Relações Públicas, Produtor Cultural e Assessor Parlamentar. [tonyteofilo@yahoo.com](mailto:tonyteofilo@yahoo.com).

difusão das chamadas culturas marginais (seja referentes à dita cultura popular, a culturas étnicas ou a cultura periférica) e, segundo, pelo acesso e intercâmbio de informações e de conhecimento entre culturas distintas ou distantes, territorialmente, ideologicamente, politicamente ou economicamente.

Este entrelaçamento da comunicação em uma sociedade informatizada vai atingir o mercado, mas também, o Estado que, estimulado ainda por recomendações em novos tratados internacionais passa a dedicar atenção à cultura nas políticas públicas sociais, a exemplo do que tem sido feito no recente governo brasileiro, com a reestruturação do Ministério da Cultura sob o comando do presidente Lula e com a execução de ações como os Pontos de Cultura através do Programa Mais Cultura. Os Pontos de Cultura representam nada mais que o reconhecimento público do Estado e a oferta de estrutura física e financeira, por um determinado período, para grupos organizados da sociedade civil que já desenvolviam experiências com atividades culturais beneficiando direta e indiretamente as esferas marginalizadas da sociedade, como áreas periféricas, de regiões mais pobres ou ligadas a movimentos sociais e de comunidades tradicionais, além do legado das culturas negra e indígena.

Sabemos, portanto, não se tratar de novidade alguma que estas ações, ligadas a movimentos sociais organizados ou ao Estado, não apareçam de forma suficiente na imprensa convencional, ou seja, de forma que dê conta da sua abrangência, e quando referidas, são citadas a partir de elementos de questionamento, de críticas ou superficialidade. Porém, não se trata de uma atitude gratuita destes veículos de comunicação que possuem um desempenho de produção similar a qualquer empresa de mercado, ademais, tais ações no campo da cultura são inevitáveis de todo estarem tão invisíveis quando passam a engrossar os cadernos de programação e de crítica cultural na mídia impressa, quando começam a ter presença maior em programações de auditórios, de rádio e TV e, conseqüentemente, quando são absorvidas pela Indústria Cultural na forma de produto de mercado.

E para efeito desse estudo, tomamos como base o Estado da Bahia que vive um momento político que demarca um rompimento com o legado deixado durante o período em que esteve sob o comando da direita carlista. Recorremos a uma análise que consideramos qualitativa de matérias publicadas no Jornal A Tarde, com destaque para o período entre os anos de 2008 e de 2009, que correspondem ao núcleo da atual gestão do Estado com o Governador Jaques Wagner e quando foi criada a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, a partir de uma desvinculação da anterior Secretaria de Turismo e

Cultura. E a pesar das publicações do Jornal A Tarde terem nos servido para a elaboração deste estudo, por se tratar do jornal impresso de maior circulação no Estado e pelo prestígio que goza de sua história, tradição e contribuição para a veiculação de informação na sociedade baiana, o resultado deste trabalho pode ser considerado, para efeito comparativo, de forma extensiva aos demais veículos da imprensa tradicional e comercial.

Entretenimento, crítica artística, notícia na forma de utilidade pública, crítica de setores da sociedade, fala de representantes de órgãos oficiais do Estado permeia as características das publicações na área da cultura no jornalismo impresso, ao que nos estimula a continuar refletindo os limites e o papel da imprensa em nossa sociedade, bem como, a grande dependência que ainda existe da maioria dos indivíduos aos veículos tradicionais de comunicação comercial ao que lhe encarecem o que deve ou não ser noticiado enquanto interesse público.

Com a análise das matérias relacionadas à área da cultura publicadas pelo A Tarde, entre 2008 e 2009, coletamos as indicações do que poderíamos relacionar sob a forma de categorias de publicações da cultura na imprensa escrita convencional. Pela falta de aprofundamento necessário em matéria jornalística, gostaria apenas de sugerir, tais categorias, com o simples efeito de facilitar a sistematização destas, quando o assunto é cultura, e a sugestão de uma nova possibilidade da qual sentimos falta, e que tratamos aqui como conteúdo de cultura enquanto fator de transformação social. Alcançamos, ao menos, cinco características básicas que estão presentes nas matérias das publicações estudadas e que elencamos da seguinte forma:

### **1) Programação de entretenimento e de lazer**

Refere-se às produções culturais que irão resultar em montagens, espetáculos, mostras, feiras e festivais; artigos de crítica artística; eventos comemorativos, premiações, homenagens, lançamentos, estréias, etc. Ex:

<b>MATÉRIA/NOTÍCIA</b>	<b>EDITORIA</b>
São João de vários estilos no Pelourinho	Caderno 2, 20/06/2008, p. 1.
Carnaval: Governo e entidades tratam de mudanças para 2009	Salvador, 14/09/2008, p. 9.
Parada Gay: Dia de festa e ação política	Salvador, 13/09/2008, p. 12.
João Ubaldo ganha prêmio Camões	Brasil, 24/09/2008, p. 21.
Estudantes de todo o País fazem bienal da UNE	Salvador, 20/01/2009, p. B1.

Bahia Mostra Bahia: Projeto valoriza e ajuda a divulgar a cultura regional	Municípios, 31/01/2009, p. 2.
Mês de Feiras Criativas no Pelô	Caderno 2, 12/09/2009, p. 9.
Big Bands: em ano de crise, festival resiste	Caderno 2, 20/10/2009, Capa, p. 4
Dia da baiana de acarajé	Salvador, 26/11/2009, p. A11.
O samba faz farra no Centro da cidade	Salvador, 30/11/2009, p. A7.
Grupos culturais do interior entram na festa do IX Mercado	Caderno 2, 02/12/2009, p. 4 e 5.

Festas tradicionais como o Carnaval e Festas Juninas, premiações, inaugurações, festivais, estréias, estão entre os eventos culturais que consideramos no estudo como de entretenimento, festivos e comemorativos. Geralmente, é reservado para essas matérias um espaço com texto e fotos à vontade que ocupam a partir de uma página, chegando a duas, três, quatro páginas, ou até mesmo, a se tornar um suplemento à parte, dedicado exclusivamente ao mesmo evento, a exemplo do Carnaval.

## 2) Notas de utilidade pública

Divulgação de lançamentos de mecanismos de financiamento da cultura, como Editais; inscrição em festivais, seminários, cursos e oficinas; resultado de processos de seleção pública, etc. Ex:

<b>MATÉRIA/NOTÍCIA</b>	<b>EDITORIA</b>
Workshop – Elaboração de Projetos Culturais	Caderno 2, 17/07/2008, p. 6
Projetos de fomento à literatura terão apoio	Salvador, 22/11/2008, p. A10
Curtas – Apoio – Funceb divulga resultados	Caderno 2, 24/01/2009, p. 3
Curtas – Teatro – Oficina gratuita no Morro das Artes	Caderno 2, 17/07/2008, p. 6

As notas de utilidade pública relacionadas à cultura no A Tarde são publicadas com uma devida regularidade e não se restringe a ações do governo do Estado. Algumas são mais detalhadas que outras, incluindo maiores informações da natureza das ações, o processo de participação, área de atuação e contatos de acesso.

## 3) Entrevistas ou informações de representantes e instituições públicas

Artigos, entrevistas e depoimentos de representantes e gestores públicos ou de organizações da sociedade civil; Notas Públicas; anúncios e publicações de marketing, etc. Ex:

“Vamos zerar os municípios sem biblioteca no Brasil”

“Depois de assumir... a direção da pasta que era de Gilberto Gil, Juca Ferreira responde... a algumas perguntas direcionadas a ele por representantes de várias áreas da cena artística e cultural da Bahia” (Entrevista com o Ministro da Cultura, Juca Ferreira, em 14/09/2008)

“O cargo de secretário é do governador do Estado”

“Márcio Meirelles faz parte de um grupo de artistas que se aventurou pela administração pública, assumindo posições na organização da política cultural do país.” (Entrevista com o Secretário de Cultura da Bahia, Márcio Meirelles, em 08/11/2008)

“Fomentar ações em vez de executar”

“Diretor de música da Funceb, Gilberto Monte faz avaliação dos dois anos de gestão” (Entrevista com o diretor de Música da Funceb, Gilberto Monte, em 18/11/2008)

“Faço as coisas acontecerem”

“Não vá chamar Gisele Nussbaumer, 41 – ou pelo seu mais singelo apelido, Gica – de boazinha. O que poderia ser um elogio é para ela quase uma ofensa. (Entrevista com a diretora da Funceb, Gisele Nussbaumer, em 30/11/2008)

A fala “autorizada” do Estado, ou a fala dos representantes do Estado pode aparecer de forma direta, como nas entrevistas e em notas públicas de resposta; ou de forma indireta, como nos informes de utilidade pública, anúncios ou suplementos de marketing. A respeito deste último, suplementos de marketing, a Secult elaborou em 2009, juntamente com o Jornal A Tarde, os Cadernos Especiais Cultura em Movimento. A primeira edição, de 18 de janeiro, trouxe matérias divulgando as ações da Secretaria e um balanço da gestão pelo Secretário Márcio Meirelles:

“Museu de Arte Moderna se firma como centro multicultural”, p. 3.

“Salão da Bahia é vitrine de artistas visuais baianos e de todo o Brasil”, p. 4.

“Salões Regionais ampliam espaços para as artes visuais na Bahia”, p. 5.

“Audiovisual ganha maior espaço na nova política de comunicação”, p. 6.

“Música independente vem se fortalecendo no cenário baiano”, p. 7.

“Neojibá ensina a arte da orquestra para crianças e jovens e incentiva intercâmbio cultural com artistas, músicos e regentes de fora do Brasil”, págs. 8 e 9.

“Pelourinho Cultural atrai 250 mil visitantes ao Centro Histórico”, p. 10.

“Projetos e atrações de peso movimentam ruas do Pelourinho”, p. 11.

“Direção do TCA amplia proposta de trabalho e lança novos projetos”, p. 12.

“Novos projetos e ampliação dos recursos para a dança na Bahia”, p. 13.

“Secretário faz balanço das ações de descentralização da Cultura”, p. 14 e 15. / Página 16

– Anúncio.

A edição Cultura em Movimento II, do domingo 05/07/2009, teve enfoque nas ações mais estruturantes das políticas públicas da Secretaria, como os Pontos de Cultura, a formação dos Sistemas Municipais e do Sistema Estadual de Cultura e uma proposta de Lei Orgânica de Cultura para o Estado. As matérias de destaque nesta edição foram as seguintes:

“Rede Pontos de Cultura chega a toda Bahia”, p. 3.

“Cidadania e desenvolvimento (experiências de Pontos de Cultura)<sup>2</sup>, p.4.

“Mapa dos 220 Pontos de Cultura na Bahia”, p. 5.

“Lei Orgânica por uma política de Estado para a cultura”, p. 6.

“Entenda o que é o Sistema Estadual de Cultura”, p. 7.

“Diversidade e desenvolvimento, território a território (representantes territoriais de cultura)<sup>3</sup>, págs. 8, 9 e 10.

“A Bahia na tela da TV pública em 26 documentários”, p. 11.

“Prefeituras estruturam gestão municipal de Cultura”, p. 12.

“Apenas 5,1% dos municípios baianos têm Secretaria de Cultura”, p. 13.

“Mais bibliotecas públicas na Bahia”, p. 14.

“Patrimônio preservado – Ipac dá início a Sistema Estadual de Patrimônio e intensifica ações de salvaguarda”, p. 15 / Página 16 – Anúncio.

#### **4) Artigos e matérias de crítica política**

Em geral, são artigos publicados por terceiros, em relação ao veículo de comunicação e que podem defender posições diversas, de crítica e questionamento ou de manifestação de louvor à atuação do poder público; colunistas que publicam uma opinião particular; cobertura de repercussão polêmica como manifestações. Ex:

A Bahia e o Minc (por Armando Avena, economista)

“... o Ministério da Cultura fez muito pouco pela Bahia nesses seis anos...” (Artigo publicado em 12/09/2008)

A ilusão da participação (por Damian Hazard, ONG Vida Brasil)

“Enquanto não houver participação plena por parte da sociedade civil organizada... permanecerão os mesmos conflitos nas políticas de desenvolvimento”.(Artigo publicado em 21/09/2008)

Descentralização da cultura (por Edivaldo Boaventura, escritor)

“Uma das marcas da Secretaria de Cultura do Estado (Secult) é a descentralização de ações e programas que antes ficavam concentradas na capital”.(Artigo publicado em 30/01/2009)

O balé da agonia (Samuel Celestino, colunista)

“A irresponsabilidade sobre o Balé do TCA é tal que a secretaria chega ao ponto de contratar bailarino para realizar projetos que, sequer, sabe fazer coreografia, ou

---

<sup>2</sup> Parênteses do autor deste trabalho.

<sup>3</sup> Parênteses do autor deste trabalho.

seja, está na linha de incompetência que a única diretriz que a Cultura baiana tem hoje.” (Coluna em 25/01/2009)

A questão da cultura (matéria)

“Jaques Wagner admite que tem problemas na área da cultura. atribui a raiz da questão a três grupos, os que discordam das políticas implementadas, os que têm problemas objetivos com o governo (como dinheiro a receber) e os que tinham relações com os governos anteriores, as viúvas do carlismo, que tanto rebuliço causaram...

Em suma, a gritaria que tanto barulho causa seria fruto dos que perderam o status quo após a derrota do carlismo...

No contraponto, estariam os ex-excluídos agora incluídos. Seja como for, o fato objetivo é que de uma forma ou de outra, Márcio está “satanizado”.(Tempo Presente, em 07/07/2009)

## **5) Cobertura de atividades públicas de discussão ou de ações do poder público**

Neste ponto estão previstas as matérias relacionadas, principalmente, aos fóruns de diálogo entre poder público e setores da sociedade civil, como os debates das câmaras setoriais de cultura ou as conferências de cultura; plenárias, seminários, congressos, cursos e fóruns diversos, como a Bienal de Cultura da UNE ou o Mercado Cultural; ações que estão vinculados a projetos do governo, como, propostas de intervenção no Pelourinho ou de formação aos municípios para a implementação do Sistema Municipal de Cultura. Ex:

Salvador é ponto de partida para série de 30 seminários do Sistema Nacional de Cultura

“A edição de Salvador, que segue até amanhã com atividades nos dois turnos, inaugura uma maratona de 30 seminários que devem percorrer todas as capitais do país até o mês de novembro, levando a proposta do ministério para a estruturação do SNC a setores públicos e sociedade”. (Caderno 2, 06/07/2009).

Cultura: protesto em conferência

“A abertura da 3ª Conferência Estadual de Cultura, ontem à noite, em Ilhéus, teve muito mais de protesto do que de discussão sobre os rumos da cultura no País. Pequenos agricultores da região aproveitaram a presença do governador Jaques Wagner para cobrar dele uma postura sobre as terras ocupadas pelos índios tupinambás”. (Últimas, 27/11/2009)

Nessa relação de características de conteúdo de matérias relacionadas à cultura há de se considerar o fato de estar havendo uma crescente atenção para o tema nos últimos anos pela imprensa em geral. Uma comparação entre os cadernos de programação cultural dos jornais de hoje e os mesmos cadernos anos atrás na sua origem pode oferecer uma demonstração do quanto houve em ampliação. Se as características atuais de circulação da informação criam novas fontes ou se a política editorial da referida publicação está mais flexível na inclusão de atrações em suas

páginas, podem ser variantes que se combinam. Os números que o governo atual apresenta em apoio e promoção da cultura, também se mostram crescentes em relação ao período das gestões anteriores. Sejam quais forem as razões da origem, é notável como a cultura tem ocupado um lugar cada vez mais expressivo nas publicações da mídia impressa, e com recortes cada vez mais variados, como produção, programação, crítica de arte, negócios, tendências, oportunidades e política. Nesse horizonte, o Jornal A Tarde lançou, em 2008, a revista “Muito” que publica todos os domingos, oferecendo recomendações de artes, moda, culinária, saúde, tecnologia, roteiros turísticos, artigos e entrevistas, com ênfase na produção baiana, em 44 páginas, incluindo capa e contracapa.

O Brasil viveu um momento da política cultural submetida à ditadura militar, depois viveu a política do neoliberalismo e a cultura como “um bom negócio” quando os departamentos de marketing das empresas e fundações decidiam o destino e a aplicação dos recursos públicos para a cultura, por meio de incentivo fiscal oferecido pelo Minc. Hoje, o Ministério da Cultura defende a cultura como um direito do cidadão, inclusive, com propostas de reforma na legislação brasileira para o setor. Cultura, como um direito de expressão, de produção e de fruição. É aquilo que também se considera atualmente como cidadania cultural.

Uma difusão cultural crescente no país tem dado origem tanto a novas produções acadêmicas quanto à criação de novas publicações, como revistas especializadas, agendas de bolso ou *sites* temáticos. Este já é um sintoma positivo que encontrou na informatização acelerada âncora para a proliferação do campo da cultura. As atividades de produção que passam a se estabelecer mediante a mobilização das capacidades criativas e intelectuais expõem possibilidades, inclusive, de promoção tanto de um conjunto de saberes científicos como de saberes populares. Campanhas internacionais pelo respeito e pela promoção da diversidade cultural se combinam com essas novas experiências e, de forma tímida, mas já em andamento, surgem como uma motivação maior para os empreendimentos das classes populares, sob a colaboração do Estado aberto para os projetos de inclusão social. Em especial, dentro dos modelos recentes de gestão pública com Lula presidente do Brasil e com Wagner governador da Bahia, a inicial abertura para o diálogo com os movimentos organizados da sociedade civil e a assinatura de convênios diretos com os mesmos nas áreas sociais de atenção básica, criam expectativas para uma intervenção nas relações sociais como ações transformadoras da realidade. A qualidade dessas intervenções não é fácil de ser



decifrada e solicita recorrer a outros estudos específicos que dêem conta de sua natureza e efetividade. A própria qualidade das organizações sociais envolvidas nesse processo merece uma investigação apropriada, mesmo com a obtenção de um aval do Estado para a execução de seus projetos. Em face destas duas esferas, governo e sociedade civil, aparecem o mercado e, conseqüentemente, a imprensa. A imprensa se propõe a informar a sociedade, em geral. A mídia impressa possui um público específico e muito restrito, sobretudo, na atualidade. Porém, vimos que a imprensa tem um modo “particular” de interpretar o que acontece nesse meio social, de acordo com as condições e tensões a que está submetida. Existe sempre uma perspectiva do acontecimento relatado em uma matéria, porque se trata também de elaboração, montagem e edição.

Contudo, a dificuldade de visibilidade das atividades desenvolvidas em ambientes populares e que tem como protagonista instituição da sociedade civil organizada ainda permanece. Raramente vê-se uma matéria sobre as centenas de projetos que se encontram em ação pelo Estado, até mesmo aquelas referentes à ONGs, Associações e Instituições tradicionais e bem organizadas, como o Centro de Referência Integral da Criança e do Adolescente – CRIA, a Comunicação Interativa – CIPÓ, o Instituto Casa Via Magia, Fundação Pierre Verger ou Academia de Letras da Bahia, que também se tornaram Pontos de Cultura e que contam com outros apoios nacionais e internacionais, em outros projetos. Dos 220 Pontos de Cultura da Bahia, 47 se encontram na capital e 173 estão distribuídos pelos 25 Territórios de Identidade do interior. Algumas propostas de ação dos Pontos de Cultura estão ligadas à formação artística, audiovisual, filarmônicas, cultura negra e afro-brasileira, cultura indígena, comunicação comunitária, circo, manifestações tradicionais, artesanato, economia solidária e ecologia. Centenas de beneficiados diretos, homens e mulheres de todas as idades produzem outras centenas de atividades culturais neste programa. A economia local aquece, sobretudo, nos municípios menores, como na cidade de Pintadas, que fica situada na região do semi-árido baiano, e através do Ponto de Cultura da Companhia Rheluz, desenvolve um curso profissionalizante de cinema, para 40 pessoas dos 14 municípios que fazem parte do Território de Identidade Bacia do Jacuípe, reunidos quinzenalmente em módulos de formação que vai durar por três anos.

Dessa forma, abre-nos uma série de reflexões que entendemos necessárias para melhor compreensão do papel da cultura como agente transformador da realidade social e do papel da imprensa na veiculação dessas informações.

Não pretendemos com isso dizer que a imprensa simplesmente nega a existência desse fenômeno de intervenção social da cultura, quando seria necessário investigar junto às redações do jornal as suas impressões a respeito do assunto. Por outro lado, seriam importantes outros estudos que, de forma mais adequada, aferisse a qualidade dessa transformação social da cultura.

Estas razões nos dão indícios de que está acontecendo uma transformação da realidade de indivíduos e comunidades, a partir das intervenções no âmbito cultural, que motiva as pessoas lhes devolvendo a dignidade, formando novos cidadãos, que aplicam a arte como mecanismo de libertação, de criatividade, de campanha de paz, de superação de intolerâncias e de preconceito e como forma de emancipação sócio-econômica. Diversas crianças, jovens e adolescentes estão tendo oportunidade de desviar a marginalidade, a violência gratuita, o desemprego e a prostituição. Para nós, estes são elementos que representam o que chamamos aqui de transformação social.

Atingimos nosso objetivo, porém, se com este estudo estivermos colaborando para a provocação do debate que pode resultar em diversas possibilidades acerca do verdadeiro papel e limitações da imprensa em nossa sociedade, bem como, do impacto social da cultura.

Já que as ações de cultura não são noticiadas na condição de agentes transformadores da condição de indivíduos, esta nossa sociedade em sentido mais amplo por sua vez não tem conhecimento de que elas existam. Apenas os indivíduos que são beneficiados diretamente têm a condição de percebê-las, pois, a imprensa convencional ainda é a fala autorizada comum e principal fonte de informações para o conjunto da maioria das pessoas. A imprensa, por se tratar de um produto do mundo moderno e por fazer parte de um sistema complexo de mercado, a transformação social através da cultura pode lhe passar despercebida ou desinteressante. E a nossa intenção é provocar esse debate: por que essa tal transformação social através da cultura não é notícia? Por que transformação social não é tema para a imprensa tradicional? Devido a uma implicação de contextos e de conjunturas políticas que interferem na postura da imprensa? Ou cultura só tem repercussão e retorno para o mercado e, conseqüentemente, para a mídia, enquanto programa de entretenimento? São algumas das questões que deixamos para reflexão.

O presente artigo foi inspirado no trabalho de conclusão de curso<sup>4</sup> do autor em Relações Públicas, de mesmo título, pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB) e que inclui uma provocação para uma possibilidade de contribuição desse profissional de comunicação, o Relações Públicas, junto à Produção Cultural e, conseqüentemente, à Economia Criativa ou à Economia da Cultura.

Mediante uma economia que se desenvolve no centro dos processos criativos e intelectuais, surge uma demanda imediata de mobilização de uma série de competências para o aperfeiçoamento profissional de atores para lidar com esse mecanismo de produção emergente.

A própria formação de produtores culturais no Brasil é uma novidade e o mercado crescente se direciona a proporções ainda intangíveis. Em 2007, a Economia da Cultura correspondia a 4% dos postos de trabalho formal no país. Considerando que, grande parte dos profissionais de cultura ainda se encontra na informalidade, esse número, depois de dois anos de esforço no sentido da formalização do trabalho, já deve se encontrar bem adiantado.

O campo da cultura envolve diversos seguimentos no seu processo de produção e a atividade de comunicação é, sem dúvida alguma, um fator crucial para o seu bom desempenho. Em qualquer seguimento que atue com cultura na sociedade, quer seja no poder público, mercado, instituições, associações, cooperativas, produtoras culturais ou nos movimentos sociais, há espaço para a atuação de um profissional de comunicação com o perfil de um Relações Públicas, na gestão e intermediação de fluxos das informações entre públicos diversos.

Precisamos acabar com o estigma de considerar o Relações Públicas apenas como *promoters* de eventos.

Um profissional de Relações Públicas é preparado para planejar, manipular e gerir instrumentos de comunicação, levando-se em conta a otimização, as ações preventivas e a pertinência na aplicação de sua atividade. Além da competência administrativa da comunicação, o Relações Públicas preza pela qualidade política de mediação entre públicos para estabelecer um diálogo franco, seguro e menos conflitante entre si.

Portanto, apostamos que essa aliança profissional de Relações Públicas com os produtores, agentes e gestores da cultura, possa ser amadurecida e experimentada, com a devida adequação de cada função na qualidade e no sucesso do trabalho empreendido.

---

<sup>4</sup> ALMEIDA, Antonio Teófilo de. A Transformação social através da cultura não é notícia no jornalismo impresso (um estudo com o jornal A Tarde). Salvador: UNEB, 2009.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Antonio Teófilo de. **A Transformação social através da cultura não é notícia no jornalismo impresso** (um estudo com o jornal A Tarde). Salvador: UNEB, 2009. – (monografia).

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1996.

BARROS, José Márcio. **A diversidade cultural e os desafios de desenvolvimento e inclusão: por uma cultura da mudança**. Artigo apresentado no módulo “Políticas e gestão da diversidade cultural: superando intolerâncias”, do curso de Políticas e Gestão Culturais – UFBA, SEBRAE e Fundação Itaú Cultural. Salvador, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A Cobertura do Jornal A Tarde nas eleições municipais de 1966 em Salvador**. Salvador: Facom/UFBA, 1977. – (trabalho de conclusão da graduação).

BROTAS, Antonio Marcos Pereira. **Sondagem de Opinião**. Informação, Interferência e Dúvidas nas Eleições 98. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org.). *Mídia e Eleições*. João Pessoa: UFPB/Universitária. 2000.

CHAUÍ, Marielena. **Cultura e democracia**. 2<sup>a</sup> ed. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon, 2009. – (Coleção Cultura é o quê? I).

ECO, Umberto. **Guerrilha semiológica**. In: Viagem na irrealidade cotidiana. Trad. Aurora Forroni Bernardini e Homero Freitas Andrade. 4<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 165-175.

GIDDENS, Anthony. **Adminrável Mundo Novo: o novo contexto da política**. In: Caderno do Centro de Recursos da UFBA, n° 21, jul/dez.1994, p. 9-18.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna – uma pesquisa sobre as origens da Mudança Cultural**. Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 10<sup>a</sup> ed. São Paulo: Edição Loyola, 2001.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4<sup>a</sup> ed. São Paulo: Summus, 2003.

LESLEY, Philip. **A Natureza e o Papel de Relações Públicas**. In: Os fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação. São Paulo: Pioneira, 1984.

MATA-MACHADO, Bernardo Novais da. **Diretrizes para o Planejamento de uma Política Pública de Cultura**. São Paulo: Instituto Pólis, 2000. (Publicações Pólis n. 36)

MIRANDA, Nadjá Magalhães. **Jornalistas em Cena Artistas em Pauta: Análise da Cobertura Jornalística dos Espetáculos Teatrais baianos realizados pelos Jornais A Tarde e Correio da Bahia na década de 90**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Artes Cênicas – UFBA, 2001.

MATTELART, Armand. **Comunicação-Mundo: história das técnicas e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MORIN, Edgard. **Cultura de massa no século XX**. Vol. 1. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira & Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

PORTO, Marta. **Cultura e desenvolvimento em um quadro de desigualdades**. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon, 2009. – (Coleção Cultura é o quê, II).

ROUANET, Sérgio Paulo. **O desejo libertino entre o Iluminismo e o contra-iluminismo**. In O Desejo. São Paulo: Companhia das Letras, 1996 p. 5-30.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Políticas culturais: entre o possível e o impossível**. In\_NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). **Teorias e políticas da cultura. Visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007, pp.139-158.

RUBIM, Antonio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre. **Políticas Culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Por uma concepção multicultural de direitos humanos**. In: FELDMAN-BIANCO, Bela & CAPINHA, Aranha (orgs). **Identidades: estudos de cultura e poder**. São Paulo: Hucitec, 2000.

SCHAFF, Adam. **A sociedade informática**. São Paulo: Brasiliense, 1995

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1995. (Novas Buscas em Comunicação; v.46).

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja. 1993.