

**Indústrias criativas, políticas culturais, diversidade e Relações Públicas:  
Mediação entre público, privado e sociedade civil na preservação da  
diversidade cultural**

Christiane Delmondes Versuti

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP Bauru

[christianedversuti@hotmail.com](mailto:christianedversuti@hotmail.com)

**RESUMO**

Este artigo tem como objetivo relacionar os temas indústrias criativas, políticas culturais, diversidade cultural e Relações Públicas, demonstrando a necessidade do diálogo entre esferas pública, privada e civil para a promoção e preservação da diversidade cultural, transformando tal diversidade em diferencial competitivo na produção de bens simbólicos a fim de promover geração de emprego, renda e o desenvolvimento local. Para tal, serão apontadas necessidades de políticas de Estado eficientes, que respeitem as especificidades e as necessidades de cada região; parcerias com instituições privadas para o financiamento de projetos e a atuação de profissionais de Relações Públicas no intermédio entre os públicos envolvidos, ressaltando questões como: mercados de nicho, especificidades culturais, integração e desenvolvimento regional.

**Palavras-chave:** Indústrias criativas; políticas culturais, diversidade; relações públicas.

**Introdução**

Neste artigo busca-se abordar os temas de indústrias criativas, políticas culturais, diversidade cultural e Relações Públicas, relacionando como as políticas culturais podem ser úteis às essas indústrias, à proteção e incentivo à diversidade cultural. Busca-se demonstrar ainda como o profissional de Relações Públicas pode atuar como facilitador na apropriação dessas políticas e servir como mediador entre os públicos envolvidos nesse setor.

As indústrias criativas caracterizam-se pela criação de riqueza a partir de capital intelectual, que se espalha através de cadeias produtivas, sendo a criatividade o principal elemento para geração da propriedade intelectual. Observa-se também que a cultura é tratada como produto, definido pela carga de sentido compartilhado que carrega. O

valor dado ao produto cultural é definido pelo sentido dado pelo consumidor, e não por características físicas ou materiais. As indústrias criativas transformam, então, esses significados em valor econômico, numa convergência entre artes, negócios e tecnologia.

Segundo Pedro Bendassolli (2009), as características das indústrias criativas podem ser agrupadas em três grandes blocos:

o primeiro refere-se a uma forma de produção que tem a criatividade como recurso-chave, que valoriza a arte pela arte, que fomenta o uso intensivo de novas tecnologias de informação e de comunicação, fazendo uso extensivo de equipes polivalentes; o segundo bloco abrange os contornos específicos dos produtos gerados, tais como a variedade infinita, a diferenciação vertical e a perenidade; e o terceiro bloco representa uma forma particular de consumo, que possui caráter cultural e apresenta grande instabilidade na demanda. (BENDASSOLI, 2009, p. 13)

Dessa forma, pode-se observar que a diversidade cultural pode ser utilizada para a geração de riqueza, pois oferece grande variedade e diferenciação, contribuindo para a criação infindável de novos produtos, mas para sua utilização estratégica são necessários grupos de trabalho competentes, apropriação de tecnologias e políticas culturais que protejam e incentivem a diversidade cultural.

### **Políticas Culturais e Diversidade**

A diversidade é a representação da criatividade humana, demonstrando a heterogeneidade e a multiplicidade, ou seja, a enorme riqueza que descreve as mais variadas formas de vida e expressão pelas quais nós, seres humanos, produzimos sentidos e significados para o mundo em que vivemos, compreendendo-o e re-significando-o para as próximas gerações.

A cultura demonstra essa diversidade, adquirindo diversas formas através do tempo e do espaço.

Essa diversidade se manifesta na originalidade e na pluralidade de identidades que caracterizam os grupos e as sociedades que compõem a humanidade. Fonte de intercâmbios, de inovação e de criatividade, a diversidade cultural é, para o gênero humano, tão necessária como a diversidade biológica para a natureza. (UNESCO, 2002)

Nesse sentido, a diversidade coloca as indústrias criativas como uma opção lucrativa, porque possibilita uma gama infinita de bens culturais. Contudo, a diversidade cultural necessita de proteção e apoio do Estado, pois os fluxos de produção e

distribuição no mundo globalizado são extremamente desiguais, com tendências a privilegiar apenas as nações de economias mais fortes e possuidoras de grande aparato tecnológico. De acordo com Zallo:

Nos processos culturais e comunicativos atuais são reforçadas as culturas planetárias centrais, as culturas dos grandes idiomas, os países com uma importante rede comunicativa e cultural, as empresas das grandes nações com armazenamento de dados, informação, programas” (ZALLO, 2011, p. 90)

Segundo declaração da UNESCO (2002), para enfrentar os desequilíbrios provocados pelos fluxos e intercâmbios de bens culturais em escala mundial, seria preciso reforçar a cooperação e solidariedade internacional a fim de permitir que todos os países, principalmente os países em desenvolvimento e os em transição, possam constituir indústrias de bens culturais fortes e competitivas em âmbito nacional e internacional. Contudo, seria de interesse dos países desenvolvidos cooperar nesse sentido, perdendo espaço de mercado para produtores locais?

Por conta disso, é necessário que cada Estado desenvolva políticas culturais fortes, que assegurem a circulação de bens e serviços culturais variados, buscando o desenvolvimento local, nacional e mundial.

As políticas culturais, enquanto assegurem a livre circulação das ideias e das obras, devem criar condições propícias para a produção e a difusão de bens e serviços culturais diversificados, por meio de indústrias culturais que disponham de meios para desenvolver-se nos planos local e mundial. Cada Estado deve, respeitando suas obrigações internacionais, definir sua política cultural e aplicá-la, utilizando-se dos meios de ação que julgue mais adequados, seja na forma de apoios concretos ou de marcos reguladores apropriados (UNESCO 2002)

Frente às desigualdades encontradas nos fluxos de bens culturais, corre-se o risco de que a diversidade cultural seja ameaçada, considerando a possível homogeneização dos produtos culturais que serão produzidos, distribuídos e consumidos em escala global, tirando o espaço de culturas locais e minoritárias.

Assim, para garantir a diversidade cultural, deve haver a livre circulação das ideias, atentando para que todas as culturas tenham a possibilidade de se expressar e se fazer conhecidas.

Enquanto se garanta a livre circulação das ideias mediante a palavra e a imagem, deve-se cuidar para que todas as culturas possam se expressar e se fazer conhecidas. A liberdade de expressão, o pluralismo dos meios de comunicação, o multilinguismo, a igualdade de acesso às expressões artísticas, ao conhecimento científico e tecnológico – inclusive em

formato digital – e a possibilidade, para todas as culturas, de estar presentes nos meios de expressão e de difusão, são garantias da diversidade cultural. (UNESCO, 2002)

Assegurar a diversidade cultural é papel do Estado, mas as políticas, além de assegurar a cultura, também devem ser capazes de gerir o bem estar social, com saúde, educação, emprego, acesso à ciência e tecnologia. No que diz respeito à tecnologia, Zallo afirma que:

As tecnologias não têm virtudes intrínsecas de desenvolvimento econômico ou de ampliação da democracia participativa nos âmbitos territoriais [...] A contribuição da implantação de tecnologias ao desenvolvimento territorial depende de seu encaixe no sistema e na sociedade a que servem. Em ausência de conhecimento, interatividade entre agentes, utilidades e usos precisos, de pouco servirá uma rede que permita o tele-trabalho, a tele-educação e os serviços públicos de rede. (ZALLO, 2011, p. 105)

E sobre a questão do bem estar social, é importante ressaltar também que se o cidadão não tem saúde, emprego e conhecimento, ele não irá produzir e nem consumir bens culturais, porque suas preocupações estão relacionadas a estar saudável para trabalhar no dia seguinte e colocar comida em sua mesa, ou até mesmo para procurar um emprego.

Investimentos em infraestrutura também são importantes para assegurar a possibilidade de produção e distribuição de produtos culturais, pois é preciso haver locais adequados, materiais, equipamentos adequados à essa produção. Também é preciso que haja esforço na gestão de relações internacionais, buscando abrir caminhos e mercados para essa produção.

Por conta da lógica neoliberal, que defende a não intervenção do Estado na economia e a liberdade de comércio com ênfase na globalização, faz necessário um processo dialógico entre público e privado, fazendo com que a diversidade cultural possa se beneficiar dos investimentos das grandes corporações que se instalam no país.

Nessa lógica, existem leis como a Rouanet e a Lei do Audiovisual, através das quais empresas podem apoiar projetos culturais tendo como benefício abatimento fiscal, contudo, tais leis podem ter seu caráter de políticas públicas questionado, pois deslocam uma obrigação do Estado para a o poder privado.

Ressalta-se também que as empresas não optarão por projetos de culturas minoritárias, pois, buscando realizar um marketing social, optarão por grandes projetos,

que atinjam a maior quantidade de pessoas possível, contemplando uma cultura massificada e de fácil digestão.

Outro fator desfavorável à diversidade cultural é o controle dos meios de comunicação por alguns poucos grupos, o que limita a liberdade de expressão e a pluralidade de opiniões, demonstrando a necessidade de uma ação positiva do Estado no sentido de assegurar a participação do máximo de atores sociais e da apropriação de capacidades que permitam a produção e a difusão de suas produções simbólicas. Colocadas essas questões, percebe-se a necessidade não apenas de políticas culturais, mas também de regulação e políticas de comunicação.

### **Regulação e Políticas de Comunicação**

As políticas de comunicação estão diretamente ligadas às políticas culturais, pois é através dos grandes meios de comunicação que recebemos, absorvemos e consumimos a maioria dos produtos culturais.

Em relação a essas políticas, o que se percebe é a tendência cada vez maior do afastamento do Estado, favorecendo interesses privados, em detrimento da defesa de interesses públicos, da democracia e da diversidade cultural. Outro fator preocupante são os monopólios e oligopólios proprietários das instituições de comunicação, pois se apenas pequenos grupos têm poder sobre tais meios, a diversidade cultural fica ameaçada.

[...] os processos de concepção e execução de políticas de informação e comunicação enfrentam, hoje, entre outros, dois fortes condicionantes de natureza tanto conceitual quanto contextual: em primeiro lugar, a tendência de retirada progressiva do Estado, em benefício do interesse privado e mercantil, facilitando a mercantilização dos produtos e processos informacionais e comunicacionais; em segundo lugar, a tentativa crescente de instrumentalização direta das ações públicas em favor dos grupos empresariais, em prejuízo do interesse público e da democratização dos serviços informativos culturais. (JAMBEIRO, 2007, p. 123-124)

Nesse contexto, observa-se também o que pode ser chamado de “coronelismo eletrônico”, que abrange a relação de clientelismo político entre os possuidores do poder público e os proprietários de canais de rádio e televisão, configurando um obstáculo à diversidade representativa, visto que prioriza interesses particulares ao invés do interesse público.

Por conta disso, é preciso que haja a regulação e políticas de comunicação a fim de assegurar essa diversidade e espaço às minorias. A regulação faz parte da vida do ser humano e serve para colocar em equilíbrio certos fatores, para que os tenhamos nas quantidades necessárias, e nas políticas de culturais e de comunicação, não poderia ser diferente.

Os meios de comunicação social devem cumprir com suas responsabilidades para com a sociedade, como direito de expressão e possibilidade de tomadas de decisões aos cidadãos, para tal, podem ser implementados os MARS (Meios de Assegurar a Responsabilidade Social), e o *Accountability* (a prestação de contas por parte das instituições de comunicação).

Os MARS exigem um modelo de comunicação participativa a partir do engajamento dos públicos em exigir seus direitos de liberdade de expressão, direito à informação, de espaço na mídia, de exigir qualidade e diversificação de programação e solicitar esclarecimentos sobre os conteúdos exibidos.

[...] como o direito fundamental à liberdade de expressão é considerado um direito civil e político de primeira geração, o direito fundamental à informação deve ser enquadrado dentro dos direitos sociais e culturais de segunda geração, que protegem a pessoa no desenvolvimento de sua vida social e coletiva como direito subjetivo público de caráter social e cultural. (MORAES, 2007, p. 273)

As políticas de comunicação devem ser colocadas no sentido de regular a entrada de capital e produto estrangeiro, estabelecer cotas de cinema, garantir a produção e distribuição de produtos locais e regionais, incentivos à TVs e Rádios comunitárias, ou seja, ações que garantam pluralidade, diversidade, possibilidade de escolha e de produção dos produtos simbólicos.

Nota-se, então, que não é possível haver liberdade e diversidade sem que haja a ação do Estado no sentido de garantir que o máximo de atores sociais se aproprie da capacidade técnica e qualitativa de difundir suas produções simbólicas. Nesse ponto, é necessário ressaltar a importância do acesso e capacitação para o uso de tecnologias digitais, pois,

[...] a questão da inclusão social e informacional dos cidadãos, particularmente por via do domínio das tecnologias digitais [...] é um pressuposto básico para que se consiga o desenvolvimento humano e social dos indivíduos, no contexto da chama Sociedade da Informação. A possibilidade de interação com outros, via fluxos de informação individualizados ou em rede, estimula o exercício da cidadania. (JAMBEIRO, 2007, p. 122)

O sucesso da manutenção das identidades culturais está associado, em grande parte, em assegurar uma alta gama de produção de conteúdos correspondentes a experiências, valores, demandas e perspectivas dos cidadãos, e somente uma política eficiente de Estado pode promover o acesso da população a essa produção.

Deve-se ainda pensar a heterogeneidade e as características locais não como problema, mas como base para a pluralidade e maior capacidade de produção de bens simbólicos, e por consequência, pensar políticas públicas de acordo com as realidades e necessidades regionais, visando seu desenvolvimento, valendo-se do mesmo pressuposto para políticas de comunicação. Dessa forma,

[...] a comunicação deveria estar associada a políticas públicas mais compatíveis com a realidade socioeconômica de diferentes populações e à relação entre os modelos de comunicação e desenvolvimento local. (LEAL, 2007, p. 400-401)

Como se pode notar, existem grandes desafios no que se refere às políticas culturais e políticas de comunicação para a garantia da diversidade cultural, por conta disso, é preciso apropriar-se das leis já existentes, apropriar-se das novas tecnologias, promover parcerias entre esfera pública, privada e civil e criar novas saídas para a preservação e promoção dessa diversidade, mas antes de tudo, é preciso saber como fazê-lo.

É nesse ponto que se encaixa o profissional de Relações Públicas, cuja formação lhe garante competências para a formação redes de relacionamento entre essas esferas, para estimular cadeias produtivas, ampliar parcerias e projetos, garantindo a promoção cultural.

### **Relações Públicas e Produção Cultural**

Sabe-se da existência de políticas públicas de incentivo à cultura e dos investimentos privados reservados para este setor, mas nem todos os cidadãos possuem informação ou conhecimento para se apropriarem desses fatores, por isso é viável apontar profissionais de comunicação como mediadores nesse processo de entendimento e apropriação para a promoção e produção cultural.

A existência de um profissional da área da comunicação habilitado a promover os processos entre as organizações e os seus públicos, com uma formação sensível à realidade da região, com suas demandas e características específicas, representa um importante diferencial para o

impulso no desenvolvimento regional. (RHODEN & TERRA, 2012, p. 9)

Tratando mais especificamente da área de Relações Públicas, foi criado na Unipampa (Universidade Federal do Pampa, campus São Borja-RS) o curso Relações Públicas: ênfase em Produção Cultural da Unipampa: com o intuito de estabelecer uma melhor e maior interação entre sociedade e organizações não governamentais, privadas e públicas, propiciando o gerenciamento das políticas de comunicação entre estas instituições e seus públicos de interesse.

Esse exemplo pode ser transportado para outras regiões nas quais haja a possibilidade da expansão da área cultural como atividade econômica, aumentando a participação de instituições públicas, privadas e representantes do terceiro setor na concepção de bens culturais. E levando em conta o crescente número de ações, investimentos, e formação de organizações empreendendo recursos nesse setor, percebe-se o aumento de geração de emprego e renda.

Para a produção cultural, devem ser analisados cuidadosamente critérios artísticos, sociais, políticos e econômicos, levando em conta questões sociais e culturais da região. É preciso “sensibilidade para a diversidade cultural, compromisso ativo com a justiça e equidades sociais, além de uma predisposição para a criatividade, iniciativa e inovação, uma atitude proativa e uma boa capacidade organizativa” (RHODEN & TERRA, 2012, p. 6)

O mercado da área da cultura é complexo e exige profissionais preparados, e segundo Rubim:

A cultura necessita de ter profissionais qualificados. Nesta perspectiva, a formação de pessoal para o campo cultural torna-se essencial. Sem uma formação adequada de pessoal – profissional ou não – a esfera cultural fica bastante fragilizada. Um sistema cultural não pode prescindir de pessoal competentemente formado (2010, p. 41).

Nesse sentido, é essencial a capacidade de compreender as variáveis que giram dos produtos culturais: o mercado; os artistas; os tipos de produtos; formas de divulgação; distribuição; logística; viabilidade econômica; características locais e necessidades dos públicos de interesse.

Ressaltam-se, então, os atributos do profissional de Relações Públicas para o desenvolvimento de cadeias produtivas e diálogo entre organizações a fim de proporcionar maior interação entre os sujeitos envolvidos; com o objetivo de expandir

redes de relacionamento entre a sociedade, esfera pública e privada, promovendo a preservação, a produção cultural e sua diversidade.

As competências do profissional de RP estimulam toda uma cadeia de processos e relações intra e interinstitucionais propiciando uma maior interação da instituição/organização-cliente; ampliando as parcerias e projetos com a sociedade e com a esfera da administração pública através da promoção da cultura. (RHODEN & TERRA, 2012, p. 9)

Para auxiliar nos processos de formação de grupos, produção e difusão de bens culturais, esses profissionais podem realizar consultorias, fazer a leitura e entendimento de editais, colaborar na elaboração de projetos, no uso das plataformas como site do MINC (Ministério da Cultural)<sup>1</sup> e SalicWeb (sistema de apresentação de projetos culturais)<sup>2</sup> para submissão de projetos, planejamento, assessoria (divulgação), execução e controle (avaliação).

Outra questão é a visão estratégica para aproveitar as tendências do mercado em atender necessidades de públicos específicos, com serviços cada vez mais direcionados e personalizados, ou seja, os mercados de nicho. Demonstrando o diferencial desses mercados e das regiões onde se encontram é possível estimular grandes corporações a investir e patrocinar projetos culturais locais, ocasionando o desenvolvimento dessas comunidades, ao passo que agrega valor às marcas dessas organizações.

A expansão e a sofisticação da indústria e dos serviços de informação e comunicações têm levado ao aparecimento de formas organizacionais distintas, com forte tendência ao desenvolvimento de grandes bancos de dados e serviços multimídia multinacionais, tanto para o atendimento das necessidades de grandes públicos quanto para a prestação de seletivos serviços personalizados de informação, voltados para usuários de interesses específicos. (JAMBEIRO, 2007, p. 120)

De forma geral, o objetivo desse profissional, inserido no contexto da produção cultural, deve ser a promoção da cultura como forma de integração, desenvolvimento econômico, social e cultural da região, atendendo as demandas apresentadas por cada área e realizando o intermédio entre os públicos envolvidos. Seu trabalho deve, então, visar à valorização da diversidade cultural e o desenvolvimento local, fortalecendo a identidade do povo.

## **Considerações Finais**

---

<sup>1</sup> <http://www.cultura.gov.br/site/>

<sup>2</sup> <http://sistemas.cultura.gov.br/propostaweb/>

Como é possível notar no decorrer deste artigo, buscou-se a relação entre políticas culturais, diversidade cultural e Relações Públicas, no sentido de apontar a diversidade cultural como fonte inesgotável para a produção de bens simbólicos inseridos na lógica das indústrias criativas, impulsionando desenvolvimento econômico, social e cultural.

A diversidade cultural pode ser considerada como origem de inovação e criatividade, pois se revela na pluralidade das identidades dos povos que compõem a humanidade, tal fator pode ser convertido em diferencial competitivo, pois promove a geração de novos produtos ao passo que acompanha as transformações culturais.

No entanto, considerando o processo de globalização juntamente à lógica neoliberal, há certos obstáculos há preservação dessa diversidade, pois os produtos culturais produzidos, distribuídos e consumidos em escala global são relativos às culturas dos grandes capitais, tirando o espaço das culturas minoritárias e não promovendo o desenvolvimento das regiões onde se localizam.

Frente às desigualdades encontradas nos processos de produção e fluxos de produtos culturais, ressalta-se o dever do Estado em garantir e proteger a diversidade cultural, definindo estratégias e políticas públicas que assegurem a preservação de patrimônio cultural, bem como sua produção e difusão. Tais políticas devem assegurar a livre circulação de obras e ideias, criando condições adequadas para a diversificação, produção e distribuição de bens e produtos culturais, visando o desenvolvimento em níveis local, nacional e mundial.

Outro ponto abordado se refere à regulação e políticas de comunicação, pois se relacionam diretamente com os meios pelos quais recebemos e consumimos a maior quantidade de produtos culturais, e se essas políticas priorizam interesses privados e culturas massificadas, a diversidade cultural também fica ameaçada.

Mesmo apresentando tais obstáculos, também podem ser apontadas grandes possibilidades, como o aproveitamento das políticas culturais já existentes; a captação de recursos privados reservados à cultura com fins de abatimento fiscal; a formação de grupos que se organizem na produção de bens culturais e o uso das tecnologias para a produção, distribuição e divulgação desses bens.

Nesse ponto destaca-se o profissional de Relações Públicas, que inserido no setor cultural, atuaria com o objetivo de firmar parcerias entre esferas pública, privada e sociedade civil, auxiliando na apropriação e conhecimento das políticas públicas, no

relacionamento com as instituições financiadoras, identificação de potencialidades e mercados de nicho, e na formação e integração de grupos de trabalho.

Dessa forma, ao interligar os atores do processo da produção cultural e atender suas demandas específicas, é possível garantir a preservação e valorização da diversidade cultural, colocando-a como diferencial competitivo, fator lucrativo e impulsionador do desenvolvimento econômico, social e cultural de cada região.

## **Bibliografia**

ALONSO, G. **Creatividad, cultura y desarrollo económico**. Revista digital Pensamiento Iberoamericano, v. 4, 2009.

JAMBEIRO, Othon, **A re-configuração do ambiente regulador das comunicações na sociedade da informação**. In: RAMOS, M. C. (Org.); SANTOS, S. (Org.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. P. 99-125.

LEAL, Sayonara. **Radiodifusão comunitária no Brasil: desafios e perspectiva para as políticas públicas**. In: RAMOS, M. C. (Org.); SANTOS, S. (Org.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. P. 377-408.

LIMA, V. A. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

MORAES, Geórgia. **A tensão entre liberdade de expressão e direito à informação – empecilho à elaboração de políticas públicas de comunicação**. In: RAMOS, M. C. (Org.); SANTOS, S. (Org.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. P. 259-275.

RAMOS, M. C. (Org.); SANTOS, S. (Org.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007.

RHODEN, Valmor & TERRA, Elisa Lübek, **O ensino de relações públicas com ênfase: o caso da Unipampa com foco na produção cultural**. Fortaleza, Intercom, 2012.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Singularidades da formação em organização da cultura no Brasil**. In. **Comunicação, Marketing e produção cultural**. Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 7. Nº 13. 2º semestre de 2010.

RUIZ, E. S. **Diversidad y concentración en el espacio audiovisual iberoamericano**. In: C. VALLE; F. J. MORENO; F. SIERRA CABALLERO (Orgs.); **Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana**. Barcelona: Gedisa Editorial. 2012

UNESCO. **Declaração universal sobre a diversidade cultural**. Unesco, 2002.

ZALLO ELGUEZABAL, R. **Identidades tensionadas por la globalización y la digitalización.** Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona: Gedisa. P.89-124, 2011.