
Políticas Públicas de Cultura no Brasil e Comunicação: Marcos Legais, Mudanças Tecnológicas e os impactos na Sociedade e no Governo¹.

Pedro Sergio Lima ORTALE²
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

O período inicial da pós-redemocratização no Brasil é caracterizado por uma redefinição quanto ao papel do Estado frente às políticas de cultura. O Estado deixa de ser o indutor direto, promotor e principal dinamizador da cadeia produtiva do setor e passa a atuar de forma reguladora. No início dos anos 2000, novos marcos legais são engendrados visando reposicionar o papel do Estado na política pública cultural para bases mais participativas e cooperadas. Os processos comunicativos sempre estiveram presentes na história humana nas mais diferentes épocas. Diante do surgimento da internet, no final do século XX, situamo-nos na transição do capitalismo industrial para o capitalismo informacional, em que a conectividade e a interatividade são referentes da nova configuração da sociedade, que vem se reorganizando diante desse novo cenário, que media e perpassa a realidade global.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Interdisciplinaridade; Políticas e estratégias de comunicação.

TEXTO DO TRABALHO

Introdução.

O período inicial da pós-redemocratização no Brasil é caracterizado por uma redefinição quanto ao papel do Estado frente às políticas de cultura. O Estado deixa de ser o indutor direto, promotor e principal dinamizador da cadeia produtiva da cultura e passa a atuar de forma reguladora, incentivando indiretamente o setor. Verifica-se o protagonismo das leis de incentivo fiscal e a concentração na aplicação dos recursos federais na cultura, alocados principalmente por meio do mecanismo de renúncia fiscal da lei Rouanet. No início dos anos 2000, novos marcos legais são engendrados visando reposicionar o papel do Estado na política pública cultural para bases mais participativas e cooperadas.

Os processos comunicativos sempre estiveram presentes na história humana nas mais diferentes épocas. O desenvolvimento tecnológico verificado de forma mais acentuada ao longo do século XX está na base que possibilita substanciais mudanças na organização das sociedades ocidentais. Nesse cenário, as investigações sobre os efeitos dos meios de

¹ Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 13 a 15 de junho de 2018.

² Mestrando do Curso de Comunicação do PPGC-UFMS, e-mail:pedroortale@yahoo.com.br

comunicação de massa na sociedade se constituem em palco principal das pesquisas empreendidas nos EUA e Europa ao longo do século. Com surgimento da internet, no final do século XX, colocamo-nos diante da transição do capitalismo industrial para o capitalismo informacional, em que a conectividade, a interatividade, a formação de novos territórios de identidade, a percepção de tempo, distância e espaço, a emergência de uma multiplicidade de vozes em interações comunicativas horizontais, dentre outros aspectos, são referentes da nova configuração da sociedade, que vem se reorganizando a partir desse novo cenário que media e perpassa a realidade global.

Dessa forma, esse texto se propõe a discorrer acerca dos principais marcos legais federais para as políticas públicas culturais no Brasil, da pós-redemocratização ao Sistema Nacional de Cultura, traçar um panorama das transformações nas práticas comunicativas, refletir sobre o papel das tecnologias como instrumentos potenciais agenciadores de mudanças na estrutura social e o papel dos Estados Nacionais na formulação e gestão das políticas públicas diante da sociedade da informação.

Políticas Públicas de Cultura no Brasil: da redemocratização ao Sistema Nacional de Cultura - Mecanismos federais de incentivo à cultura

O período inicial da pós-redemocratização no Brasil é caracterizado por uma redefinição quanto ao papel do Estado frente às políticas de cultura. O Estado deixa de ser o indutor direto, promotor e principal dinamizador da cadeia produtiva da cultura e passa a atuar de forma reguladora, incentivando indiretamente o setor, conforme observado por Alvarez (2003. p. 350), quando diz que,

Não é papel do Estado produzir cultura, nem se espera a promoção de uma imagem estereotipada das culturas nacionais. Cabe ao Estado a mediação para evitar uma situação monopólica, em que as grandes empresas inviabilizem a participação de outras empresas privadas. O Estado tem um importante papel na promoção da produção de conteúdos nacionais, que expressam a diversidade dos estados nacionais.

Na emergência dos processos de privatização, decorrentes dos novos modelos de gestão que se implementam, o poder político constituído tomou a iniciativa de montar o que denominou de novo sistema de financiamento da cultura, mediado pelo mercado. O objetivo era fortalecer a cultura no espaço social e enxugar a máquina pública.

As leis de incentivo à cultura inauguraram uma nova forma de atuação do Estado brasileiro na gestão das políticas públicas para o setor. A política cultural neste novo modelo de gestão passa a orientar-se principalmente pelo financiamento à cultura proporcionado pelas leis de incentivo. Baseados em renúncia fiscal, os mecanismos de incentivo vão ao encontro

do modelo de reforma de cunho neoliberal por que passa o Brasil, principalmente após a ascensão de Collor ao poder em 1990. Estas possibilitam que o Estado atue de forma indireta no setor cultural, funcionando como agente regulador, ao transferir para a iniciativa privada o papel gerencial da aplicação de recursos públicos.

A primeira lei de incentivo à cultura foi a Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, conhecida como Lei Sarney. Estima-se que durante sua vigência tenham sido investidos cerca de 100 milhões de reais no setor³.

Ao assumir o poder político nacional em 1990, o Governo Collor promoveu um significativo desmonte das instituições culturais, extinguindo o Ministério da Cultura⁴, pela Lei 8.028, de 12 de abril de 1990 e instituições a ele vinculadas, entre elas, a Embrafilme, a Funarte e a Fundação do Cinema Brasileiro. Criou em substituição ao Ministério a Secretaria de Cultura, sob supervisão da Presidência da República. Com isso, o Estado brasileiro ausentava-se deliberadamente do setor. Conforme relata Silva; Araújo (2003, p. 324),

A política federal de cultura passou por dois períodos singulares: nos primeiros anos da década, as instituições públicas de cultura foram desorganizadas e as políticas culturais perderam o status de política ministerial.

Em substituição à Lei Sarney e em resposta às pressões dos setores artísticos, o governo Collor encaminhou ao Congresso Nacional, em agosto de 1991, uma nova versão da extinta Lei Sarney, agora denominada Lei Rouanet (Lei n.º 8313/91), que recebe esse nome em homenagem ao sociólogo Sergio Paulo Rouanet, que na época ocupou o cargo de secretário nacional de cultura no governo Fernando Collor. A Lei Rouanet passou a ser, desde então, o principal instrumento de incentivo e captação de recursos no âmbito do setor cultural no país. Uma das medidas mais importantes da lei foi instituir o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC, que funciona por meio dos seguintes mecanismos de apoio:

- Fundo Nacional de Cultura (FNC): com os recursos do FNC, o MinC pode realizar uma série de ações, entre elas a concessão de prêmios, o apoio para a realização de intercâmbios culturais e demais programas divulgados por edital;

- Incentivos Fiscais: por meio desse mecanismo, titulares de iniciativas que podem buscar apoio junto a pessoas físicas pagadoras do Imposto de Renda (IR) e empresas tributadas com base no lucro real, as quais por sua vez terão benefícios fiscais sobre o valor incentivado;

³ Segundo Marcelo Gruman, no artigo Nem tanto ao céu, nem tanto a terra: limites e possibilidades da lei de incentivo fiscal à cultura. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/38605/artigo-de-marcelo-gruman.pdf/3d73444a-d1d9-4357-b1eb-737f3b7dc39b>. Acesso em 04 de maio de 2018.

⁴ Ao final de 1992, o Ministério da Cultura foi reinstituído pela Lei nº 8490/92.

- Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart): mecanismo até o momento não implantado. Consiste na comunhão de recursos destinados à aplicação em propostas culturais de cunho comercial, com a participação de investidores em eventuais lucros.

Em 1993, durante o governo de Itamar Franco, foi criada a Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, a Lei do Audiovisual, que, juntamente com a Lei Rouanet, só passou a uma efetiva dinamização após 1995, já no primeiro mandato do governo de Fernando Henrique Cardoso.

A década de 90 foi marcada pelo protagonismo dos incentivos fiscais. De acordo com Botelho (2001),

A possibilidade de busca de patrocínio junto a empresas privadas por parte dos produtores, considerando a diversificação de atividades fora da tutela do poder público, pode ser vista como um dos aspectos positivos da criação das leis de incentivo, resultando numa maior mobilização de artistas e produtores culturais. Quanto aos aspectos negativos, são provocados por um equívoco de base: o financiamento a projetos assumiu o primeiro plano do debate, empanando a discussão sobre as políticas culturais. O financiamento da cultura não pode ser analisado independentemente das políticas culturais. São elas que devem determinar as formas mais adequadas para serem atingidos os objetivos almejados.

A principal crítica feita ao PRONAC é de que o poder público não efetivou o papel indutor para o desenvolvimento cultural do país, ao canalizar o grosso dos recursos para a renúncia fiscal, sem estabelecer critérios e instrumentos mínimos para a concessão de apoios com eficiência, proporcionalidade e finalidade⁵. Conforme dados do Ministério da Cultura, a captação total via mecenato, entre os anos de 1995 até o início de 2008, foi de cinco bilhões, duzentos e quarenta e sete milhões, quatrocentos e noventa e quatro mil, duzentos e quarenta e um reais. Do total captado, cerca de 90% (quatro bilhões, setecentos e dezesseis milhões, quinhentos e quarenta mil, cento e trinta e dois reais) concentraram-se nas regiões Sul e Sudeste brasileiras.

O protagonismo delegado por toda a sociedade ao PRONAC deixa de ser cumprido com maior racionalidade. O acúmulo de investimentos patrocinados pelo Fundo Nacional de Cultura - FNC, embora não desprezível, é pouco expressivo, comparado ao instrumento do mecenato pela renúncia fiscal. As vertentes fundamentais do fazer artístico-cultural, sem propósitos comerciais ou apelos conjunturais ao grande público ou ao marketing empresarial, são, assim, precariamente atendidas (BOTELHO 2001).

⁵ Princípios básicos com os quais se deve guiar a administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, conforme estabelece o art. 37, caput, da Constituição Federal, e, no tocante à administração federal, o art. 2º da Lei nº 9.784/99.

O protagonismo da renúncia fiscal segue bem estruturado ao longo de toda a década de 90. Porém, já no início dos anos 2000, objetivando dialogar com as diversas regiões brasileiras, e não apenas àquelas já amplamente privilegiadas pelo financiamento via renúncia fiscal, novos marcos legais são instituídos evidenciando um reposicionamento do papel do estado diante das políticas públicas culturais no Brasil. Nesse sentido, destacam-se o Decreto nº 5520, de 24 de agosto de 2005, que “Institui o Sistema Federal de Cultura - SFC e dispõe sobre a composição e o funcionamento do Conselho Nacional de Política Cultural - CNPC do Ministério da Cultura”⁶. Esse decreto cumpre com um importante papel dado que organiza as atribuições do Ministério da Cultura, com suas secretarias nacionais e unidades vinculadas - fundações e institutos – além do Conselho Nacional de Política Cultural-CNPC, estabelecendo suas competências e atribuições. O CNPC tem papel central na medida que garante a representação nacional da sociedade civil junto ao governo federal para a elaboração de políticas públicas culturais para o país.

Outro avanço na conformação do arcabouço legal para a área cultural foi a Emenda Constitucional nº 48, de 2005, que insere ao artigo 215 da CF/88 a seguinte redação: “§ 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País”⁷. O primeiro Plano Nacional de Cultura – PNC foi aprovado pela lei nº 12.343/2010. Em seguida, o Ministério da Cultura organizou as 53 metas previstas no referido Plano. O PNC define como primeira meta o seguinte: “Sistema Nacional de Cultura Institucionalizado e implementado, com 100 % das Unidades da Federação (UF) e 60 % dos municípios com sistemas de cultura institucionalizados e implementados” (MinC, p. 22). Com o Plano Nacional de Cultura aprovado, o Sistema Nacional de Cultura ganha um novo impulso em seu processo de organização e institucionalização.

O Sistema Nacional de Cultura

No início dos anos 2000 já se discutia no Brasil a necessidade de um Sistema de Cultura de modo a abarcar as dimensões territoriais do país, considerando a diversidade cultural e redefinindo o escopo da abrangência da política pública cultural. Mata-Machado (2016, p.35) afirma que:

não é possível dar conta de uma tarefa dessa amplitude sem dotar o poder público de uma estrutura equivalente, uma base institucional

⁶ Decreto 5520, de 24 de agosto de 2005. Disponível via: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/Decreto/D5520.htm. Acesso em 11/01/2018

Constituição Federal de 1988. Disponível na internet via: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em 7/5/2017. Acesso em 15/01/2018

capaz de substituir a política cultural tradicional, voltada unicamente para promover a distinção social de um diminuto grupo de artistas e intelectuais (incluindo os que manejam a cultura popular), por uma nova política pública, cujo objetivo primordial é garantir a todos a fruição dos direitos culturais.

No ano de 2012 o Sistema Nacional de Cultura (SNC) foi inserido por meio do Artigo 216-A na Constituição Federal Brasileira de 1988. Segundo a Constituição Federal (1988⁸) o SNC é definido como

um instrumento de gestão compartilhada de políticas públicas de cultura entre os entes federados e a sociedade civil. Seu principal objetivo é fortalecer as políticas culturais da União, Estados, Distrito Federal e Municípios por meio de institucionalização e ampliação da participação social para promover o desenvolvimento – humano, social e econômico – com pleno exercício dos direitos culturais e amplo acesso a bens e serviços culturais.

Um sistema de cultura é composto por órgão gestor, mecanismos de financiamento, plano de cultura, conselho de política cultural e deve prever, também, a realização periódica de conferência de cultura. O parágrafo 4º do artigo 216 estabelece que estados municípios e distrito federal instituirão seus respectivos sistemas de cultura por meio de leis próprias. Os sistemas de cultura dos estados, Distrito Federal e municípios brasileiros fazem parte do Sistema Nacional de Cultura, coordenado pelo Ministério da Cultura-MINC.

Inúmeros municípios brasileiros vêm ao longo desses últimos anos organizando seus respectivos planos de cultura. O que posiciona a política pública cultural brasileira em um novo patamar organizacional. Ademais, os planos de cultura, com periodicidade de 10 anos e leis específicas tramitadas nas câmaras municipais e em assembleias legislativas estaduais, possibilitam que a política cultural assuma características de política de Estado, dado que suas vigências ultrapassam a sazonalidade eleitoral.

A participação social se apresenta como um dos principais desafios no processo de estruturação dos sistemas de cultura, em especial na organização dos planos, conselhos e realização de conferências de cultura. Nesse sentido, a comunicação representa um instrumento estratégico para potencializar a participação da sociedade na elaboração e no controle social do desenvolvimento da política cultural pública.

Comunicação e Políticas públicas

⁸ Constituição Federal de 1988. Disponível na internet via:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em 7/5/2017.

Pode-se afirmar que os processos comunicativos estiveram presentes no âmbito das indagações do homem nas mais diferentes épocas. O ato de comunicar, na dimensão humana, exige o diálogo entre consciências. Um emissor, uma mensagem e um receptor. Aristóteles, em sua explanação sobre a retórica, faz desenho do processo comunicativo por excelência: “o que fala, aquilo do que fala, aquele a quem fala”. Pode-se considerar, também, que a comunicação, ao longo da história das civilizações, desempenha papel estratégico para a legitimação e permanência do poder político e expansão econômica. Os romanos consideravam a comunicação estratégica para o controle social, manutenção do poder político e para a formação de consensos. (MARTINO, 2011).

Na Idade Média, a construção da biblioteca de Alexandria, que se estima teve mais de 700 mil volumes, o desenvolvimento do papel, as grandes navegações são alguns dos marcos referenciais que asseveram as transformações na história das comunicações.

Por volta do século XVIII, no mundo ocidental, ocorre uma grande alteração na organização social. A separação do poder do Estado do poder do Clero, intensa urbanização, industrialização, conformação dos Estados Nacionais e a emergência do homem moderno são fatores que levam pesquisadores a ver uma mudança de natureza nas organizações coletivas. Esse novo modelo de organização social é saudado como sociedade, em substituição à organização anterior, de caráter comunitário (MARTINO, 2011). Nesse cenário, a comunicação passa a ter relevância como disciplina, pois adquire o caráter de uma prática social que se exprime na racionalização do indivíduo visando sua inclusão na coletividade, a qual não pode mais ser assegurada por meio da tradição. A comunicação, a partir de então, passa a ter como objeto de investigação os meios de comunicação e sua relação com a prática social de inclusão dos indivíduos na sociedade. (MARTINO, 2011). Essa configuração de comunicação – objeto de estudos – é denominada de comunicação de massa, cuja característica é a disseminação de informações por meio de jornais, televisão, rádio, cinema e Internet, os quais perfazem um sistema denominado 'mídia'. A comunicação de massa tem a propriedade de chegar a uma grande quantidade de receptores ao mesmo tempo, partindo de um único emissor.

O primeiro veículo de comunicação de massa foi um jornal surgido em Nova Iorque por volta de 1830. Com o aparecimento e aceitação da imprensa de massa, o ritmo da comunicação se tornou cada vez mais intenso. Defleur (1993, p. 41) destaca que “Já no século XX, com o cinema, o rádio e a televisão, a comunicação de massa virara um dos fatos mais expressivos e inescapáveis da vida moderna”. Nesse contexto, as pesquisas em comunicação

ganham grande destaque nos Estados Unidos e na Europa, principalmente a partir do início do século XX. As primeiras investigações sistemáticas acerca dos efeitos dos meios de comunicação de massa ocorrem no período pós Primeira Guerra Mundial. Nos EUA a investigação sobre os efeitos da comunicação se deu, no início, centrada sobre a influência da propaganda e da imprensa sobre a opinião pública. Na Europa, a gênese se deu ligada a elucidação da estrutura socioeconômica dos meios e às implicações que essa estrutura originava no meio social. Essa separação entre as investigações não se deu indiferente a ideologização das sociedades e dos pesquisadores. Posteriormente, as linhas mestras de investigação ter-se-ão aproximado. (SOUZA, 2002, p. 124). As linhas de investigação nos EUA, eminentemente quantitativos, se estenderam para a Europa e as linhas de investigação qualitativas europeias se estenderam para os EUA. Os estudos iniciais em comunicação na América Latina são marcados por forte presença da escola norte-americana em seu projeto hegemônico de expansão capitalista e político, em oposição ao bloco comunista.

De modo geral, considerando as diferentes linhas epistemológicas, as investigações em comunicação ocorridas ao longo do século XX, tanto nas escolas e correntes europeias como nas norte-americanas, objetivaram responder sobretudo sobre os efeitos dos Meios de Comunicação de Massa – Mass Média nos indivíduos e na sociedade. Nesse sentido, as mais diversas pesquisas empreendidas produziram diversos resultados, por vezes antagônicos, acerca do poder de influência que os meios de comunicação de massa provocavam nos indivíduos, em determinada sociedade. Souza (2002, p.117) afirma que:

As teorias dos efeitos dos meios jornalísticos são várias e frequentemente contraditórias e não se podem, geralmente, dissociar das teorias dos efeitos da comunicação social no seu conjunto. Alguns autores atribuem esses meios grande poder, enquanto outros pretendem que o seu poder é relativo.

Alguns estudos chegaram a indicar que os *Mass Média* – a mídia corporativa - tinham grande poder de influência, outros chegaram à conclusão de que os efeitos tinham um poder relativo e que dependiam de muitos outros aspectos como a ação de formadores de opinião, tipo de organização social, contexto histórico, dentre outros. Porém, produzindo maior ou menor efeito, os *Mass Media* desempenham na modernidade extraordinária função na esfera social. Souza (2011, p.121) sublinha que “Os meios jornalísticos, ao tornarem a sociedade tendencialmente mais conhecida e reconhecível por ela própria, contribuíram desde que apareceram, para a ocorrência de modificações sociais profundas.”

O jornal, a televisão e o rádio nas mais diferentes localidades do mundo ocidental se afirmaram com instrumentos de compartilhamento de realidades mediadas, pautando

sobremaneira as discussões públicas. Segundo Souza, (2002, p.119) “as notícias ao surgirem no tecido social por ação dos meios jornalísticos, participam na realidade social existente, configuram referentes coletivos, e geram determinados processo modificadores dessa mesma realidade”. Souza (2002, p.119) afirma ainda que “as notícias produzidas pelos meios de comunicação de massa são agentes participantes do processo de construção social da realidade.” O que evidencia o poder de organização das realidades nos cotidianos sociais.

Pode se dizer que hoje os Mas *Média - a mídia* corporativa - protagonizaram-se como instrumentos referenciais catalisadores de grandes mudanças ocorridas nas sociedades ocidentais ao longo do Século XX.

Com os recentes avanços tecnológicos ocorridos no período compreendido entre o final do século XX e início do século XXI, Castells, (2005, p.17) assevera que

nosso mundo está em processo de transformação estrutural desde há duas décadas. É um processo multidimensional, mas está associado à emergência de um novo paradigma tecnológico, baseado nas tecnologias de comunicação e informação, que começaram a tomar forma nos anos 60.

Encontramo-nos em transição da sociedade do capitalismo industrial para a sociedade do capitalismo informativo, cujas características são marcantes na reorganização da sociedade de modo geral, e notadamente nos processos e nas práticas comunicativas. Trata-se de um processo de transformação multidimensional, mas associado a um novo paradigma tecnológico. (CASTELLS, 2005, p.17). Nessa nova era, os fluxos de comunicação, mediados pela internet e tecnologias digitais, têm proporcionado a emergência de uma pluralidade de novas vozes em práticas comunicativas horizontalizadas, disputando narrativas com o discurso que de certo modo foi hegemônico ao longo do século XX, de comunicação verticalizada – de um pra muitos - própria dos veículos tradicionais de comunicação de massa. Castells (2005, p.24) afirma que

a comunicação entre computadores criou um novo sistema de redes de comunicação global e horizontal que, pela primeira vez na história, permite que as pessoas comuniquem umas com as outras sem utilizar os canais criados pelas instituições da sociedade para a comunicação socializante. Assim, a sociedade em rede constitui comunicação socializante para lá do sistema de mass media que caracterizava a sociedade industrial.

Jansen (2008) define três níveis de práticas comunicativas em que cada uma delas têm paralelo com seu respectivo nível midiático: As práticas comunicativas de “um a um” podem ser por **meios de primeiro grau** como conversas *cara a cara*, *cartas escritas a mão*, **meios de segundo grau** como telegrafo, telefone, fax, e **meios de terceiro grau** como correio

eletrônico, mensagens de texto, mensagens instantâneas. As práticas comunicativas de “**um a muitos**” podem ser por **meios de primeiro grau** como manuscritos, teatro, pintura, escultura, **meios de segundo grau** como livro, periódico, revista, programa de rádio, televisão, e **meios de terceiro grau** como correio Web 1.0. As práticas comunicativas de “muitos a muitos” podem ser por **meios de primeiro grau** como pinturas rupestres, diário mural, **meios de segundo grau** como meios comunitário, rádio e televisão pública, e **meios de terceiro grau** como protótipos, Web 2.0, Chat Online, Jogo online de muitos jogadores, Rede Social, Blog.

Com o advento da Internet, como uma rede mundial de computadores, configura-se um novo espaço para a expressão, conhecimento e comunicação humana. O escritor canadense, Marshall McLuhan, previu uma sociedade inteiramente interconectada e tomada pelas mídias eletrônicas. Esse autor defendia que essas novas mídias ao aproximar as pessoas de toda parte permitiriam a elas conhecer-se e comunicar-se, como em uma aldeia. Os homens – interfacetados pelos computadores - passam a criar conexões e relacionamentos capazes de fundar um espaço de sociabilidade virtual, o ciberespaço.

Segundo Malini e Antoun (2013. p.17) o ano de 1984 pode ser considerado o ano da invenção do ciberespaço, definido pelos autores como:

Esse território virtual de trocas, ação coletiva e produção comum de linguagens nomeada assim no seminal *Neuromancer*, romance de Willian Gibson, também datado de 1984, uma obra que se torna metáfora perfeita dessa subjetivação informacional trazida pelo povoamento da Internet através dos grupos de discussão.

O ciberespaço intensificou transformações sociais nos mais diversos campos da atividade humana. A internet proporcionou o surgimento e amplificação de uma multiplicidade de vozes que se conectam e se articulam em rede de amplitude global. Nesse contexto de sociedade globalizada, articulada por meio das redes, surgiram nos últimos anos uma série de movimentos de grandes proporções: Revolução Árabe, 15M Espanhol, Occupy Wall Street, Turquia, etc., (MALINI, ANTOUN, 2013. p.14). No Brasil, grandes mobilizações se deram em junho e julho de 2013, o que indica o surgimento de um poderoso espaço de mobilização, potencial ferramenta de reivindicação da sociedade frente a poderes institucionalizados. Esses movimentos que vêm ocorrendo demonstram claramente a insatisfação da população com sistemas de governo e com modelos de representatividade. Reivindica-se mais empregos, mais liberdade, mais participação. Há um manifesto descontentamento com determinadas práticas políticas e com a democracia representativa, de modo geral. Diante disso, por outro lado, os Estados Nacionais - em boa medida - ainda permanecem no capitalismo industrial. Consequentemente, pouco se atentaram até então para as reformulações requeridas ao conjunto

de organizações e instituições públicas visando dialogar com a nova configuração da sociedade marcada pelo capitalismo informacional.

A velocidade com que a sociedade vem se organizando em rede tendo como base os novos padrões tecnológicos não é acompanhada pelos governos. Segundo Castells (2011. p. 150)

Ao invés das mudanças ocorrerem à «velocidade da Internet», usando uma expressão muito popular nos anos 90, os governos mudam muito lentamente. Este facto não se deve à falta de mecanismos de mercado, que poderiam criar soluções mais ou menos competitivas, deve-se essencialmente à complexidade burocrática dos governos, às tarefas inerentes ao seu funcionamento e à importância de questões que urgem ser debatidas e resolvidas, nomeadamente, a responsabilização, jurisdição, distribuição de poder e equidade.

Conforme Castells, (2011, p. 19) “Nos primeiros anos do século XXI, a sociedade em rede não é a sociedade emergente da Era da Informação: ela já configura o núcleo das nossas sociedades”. Desse modo, a sociedade em rede da Era da informação é uma realidade que cada vez mais demandará aos Estados Nacionais reformulação que, em última instância, deverá revisitar e remodelar práticas que remetem às raízes da burocracia, introduzindo novos modelos organizacionais estruturados a partir da incorporação de uso de tecnologias de informação e comunicação. Castells (2011, p: 149) denomina “por estados virtuais todos aqueles que fazem um uso extensivo das tecnologias de informação, de forma a poder realçar o que poderão ser mudanças fundamentais na natureza das estruturas do Estado, na Era da Informação”. Sendo as tecnologias de informação e comunicação “o chão de fábrica” da sociedade em rede, novos modelos organizacionais nos estados devem se formar a partir da premissa da implantação e utilização dessas tecnologias visando e melhoria no funcionamento da estrutura pública. Castells, (2011, p. 27) afirma que

O sector público é actualmente o actor decisivo para desenvolver e moldar a sociedade em rede. Indivíduos inovadores, comunidades contraculturais e empresas de negócios, já fizeram o seu trabalho ao inventar uma nova sociedade e ao difundi-la por todo o mundo. A moldagem e a condução desta sociedade está, como esteve sempre no caso das outras, nas mãos do sector público, apesar do discurso ideológico que pretende esconder esta realidade.

Portanto, a reforma do setor público deverá conduzir os próximos passos no desenvolvimento da moldagem produtiva da sociedade em rede. Isto inclui a difusão da e-governança, porque inclui a participação dos cidadãos e a tomada de decisões políticas. Modelos de governança que devem ser inseridos em áreas estratégicas para a política e a gestão

pública: e-cultura, e-saúde, e-formação, e-segurança, etc. Conformação de um sistema de regulação dinâmica da indústria de comunicação, adaptando-se aos valores e necessidades da sociedade. Transformações essas que solicitam a transmissão da interatividade, multiplicando as redes em função da forma organizacional do sector público. Isto é equivalente a uma reforma do Estado. O modelo burocrático racional do Estado da Era Industrial está em total contraste com as requisições e os processos da sociedade em rede (CASTELLS, 2011).

Nessa direção, ainda de forma muito incipiente, o governo brasileiro, especialmente nas últimas décadas, vem se utilizando das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) para desenvolver serviços públicos para o cidadão. O transparência Brasil, Canais de Ouvidoria, Controle de Recursos, espaços onde o cidadão pode se manifestar (blogs) são alguns dos exemplos de utilização das TICs no oferecimento de serviços públicos para a população. Os variados canais de comunicação - principalmente mecanismos interativos e colaborativos das (TICs) - são importantes ferramentas e espaços que podem possibilitar que o campo das Políticas Públicas ganhe visibilidade e permita que os cidadãos tenham mais informações, além de poder participar da elaboração e do acompanhamento do desenvolvimento de programas e projetos de interesse público. No Orçamento Participativo Digital em Belo Horizonte (MG)⁹, por exemplo, a população pode participar da discussão de alguns pontos do orçamento por meio digital; a renovação do Conselho Nacional de Política Cultural – CNPC, 10 realizada durante o ano de 2015, contou com a participação de mais de 70 mil pessoas por meio de plataforma digital e presencial. A experiência do Gabinete Digital organizada no Rio Grande do Sul é mais um exemplo sobre a utilização do potencial da internet para ampliar as relações entre os cidadãos e a gestão pública. “Criado em 2011, o Gabinete Digital objetiva permitir que os cidadãos influenciem na gestão pública e exerçam maior controle social sobre o Estado através de mecanismos relacionados às tecnologias de informação e comunicação”¹¹. As ferramentas “Governador Escuta”, “Governador Pergunta” e “Agenda Colaborativa”, realizam tarefa de captar as opiniões e propostas dos cidadãos a partir de temas propostos pelo Governo. São ferramentas consultivas as quais consistem em convocar os cidadãos a opinarem, reivindicarem demandas, ou formularem questões, em geral,

⁹ Disponível na internet via: <http://gestaocompartilhada.pbh.gov.br/orcamento-participativo/orcamento-participativo-digital>

¹⁰ Disponível na internet via: <http://cultura.gov.br/votacultura/> Acesso em 14/08/2017.

¹¹ Disponível na internet via: <https://pt.scribd.com/document/328776497/Caderno-Gabinete-Digital> Acesso em 12/10/2017.

a partir de um eixo temático preestabelecido. O Gabinete Digital ganhou prêmios nacionais e internacionais de excelência em gestão pública.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O período inicial da pós-redemocratização no Brasil é caracterizado por uma redefinição quanto ao papel do Estado frente às políticas de cultura. O Estado deixa de ser o indutor direto, promotor e principal dinamizador da cadeia produtiva da cultura e passa a atuar de forma reguladora, incentivando indiretamente o setor. Ao longo de toda a década de 90, verifica-se o protagonismo das leis de incentivo fiscal e a concentração na aplicação dos recursos federais na cultura, alocados principalmente por meio do mecanismo de renúncia fiscal da lei Rouanet. No início dos anos 2000, novos marcos legais são engendrados visando reposicionar o papel do estado na política pública cultural para bases mais participativas e cooperadas, dentre eles o Sistema Nacional de Cultura – SNC, que possui uma arquitetura que amalgama a cooperação dos entes federados articulada com à participação social. Desse modo, conselhos planos e conferências – componentes dos sistemas de cultura – tornam-se potenciais instrumentos para proporcionar o diálogo e consulta à sociedade na definição dos rumos da política em determinado território. Portanto, a comunicação desempenha papel estratégico para a potencialização da participação social na organização dos sistemas de cultura.

Diante do tecido social dos dias atuais, fortemente permeado por práticas comunicativas lastreadas pela internet e tecnologias digitais, o governo brasileiro vem se utilizando das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) para desenvolver serviços públicos para o cidadão. Porém, os avanços são tímidos, ainda há um robusto descompasso entre a estrutura organizacional dos estados nacionais, de modo geral, no que se refere ao diálogo entre o poder público e a sociedade da web 2.0, do capitalismo informacional, que questiona modelos governamentais e demanda por mais liberdade e participação da cidadania. As manifestações ocorridas nesses últimos anos são um forte indicativo.

A Era da informação assinala que tem o poder de subverter a hegemonia discursiva – gerada nos conglomerados comunicacionais das mídias corporativas e que dominou fortemente ao longo do século passado -, questionar os estados nacionais e a democracia representativa, ampliar o acesso da população a bens e serviços públicos, remodelar nossa percepção sobre o tempo e o espaço, redefinir e redimensionar a ideia de território.

Lidar com essa realidade, deverá exigir cada vez mais aos Estados Nacionais um acentuado reposicionamento em suas práticas de comunicação com a sociedade, sendo

necessário até passar em revista os fundamentos da burocracia e a concepção de novas formas de governança que privilegiem a participação social na tomada de decisões. Isso significa, em última instância, o surgimento de um novo pacto social, que recupere a credibilidade do Estado como instrumento garantidor de inclusão social.

No Brasil, o horizonte é promissor, uma vez que há base institucional que possibilita a emergência de uma política cultural mais inclusiva e democrática. No entanto, os pilares assentados sobre a base institucional serão consistentes se houver participação ampliada. Nesse sentido, a comunicação se apresenta como um instrumento estratégico para fortalecer os laços entre a sociedade e o poder público na elaboração, no controle social e no desenvolvimento da política cultural no país.

REFERÊNCIAS:

ALVAREZ, Gabriel O. (Org.). Políticas Culturais, mercado e espaço público regional. In: **Indústrias culturais no Mercosul**. Brasília: IBRI, 2003.

BOTELHO, Isaura. **As dimensões da cultura e o lugar das políticas públicas**. Disponível em: <<http://www.centrodametropole.org.br/pdf/Isaura.pdf>> Acesso em: 26 mar. 2008.

BRASIL, Constituição Federal de 1988. Capítulo III, seção III. Da educação, da Cultura e do desporto. Da cultura. Brasília: Subsecretaria de Edições Técnicas-Senado Federal. 2006.

_____. Constituição Federal de 1988. Disponível em www.senado.gov.br/atividade/const/con1988/con1988_15.12.2016/art_210_.asp Acesso em 15 jan.2018

_____. Constituição Federal de 1988. Disponível em https://www.senado.gov.br/atividade/const/con1988/con1988_04.10.2017/art_215_.asp. www.senado.gov.br/atividade/const/con1988/con1988_15.12.2016/art_210_.asp Acesso em 15 jan.2018

_____. Constituição Federal de 1988. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc71.htm. www.senado.gov.br/atividade/const/con1988/con1988_15.12.2016/art_210_.asp Acesso em 15 jan.2018

_____. Ministério da Cultura. Conselho Nacional de Política Cultural-CNPC. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/cnpc/plenario>. Acesso em 15 já. 2018.

_____. Ministério da Cultura. **As metas do Plano Nacional de Cultura**. Apresentação de Ana de Holanda e Sérgio Mambert – São Paulo: Instituto Via Pública; Brasília, 2012.

_____. Ministério da Cultura. **Seminário Internacional Sistemas de Cultura: Política e Gestão Cultural Descentralizada e Participativa**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2016.

CASTELLS Manuel. A sociedade em Rede – do conhecimento à ação política. 2005.

DEFLEUR, Melvin L. (Melvin Lawrence); **BALL-ROKEACH**, Sandra. Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993.

JENSEN, Klaus Bruhn. La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa (Spanish Edition) (Locais do Kindle 28-29). Fondo de Cultura Económica. Edição do Kindle. Carretera Picacho-Ajusco, 227; 14738 México, D. F. Empresa certificada ISO 9001: 2008.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre, RS: Editora Sulina, 2013.

MARTINO, Luiz C.. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. IN: FRANÇA, Vera Veiga; Martino, Luiz C.; HOLHFELDT, Antônio. (orgs) Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2011.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa da; ARAÚJO, Herton Ellery de. O mercado formal de cultura: características e evolução. In: **Indústrias Culturais no Mercosul**. Brasília: IBRI, 2003.

SOUZA, Jorge Pedro. Teorias da notícia e do jornalismo. Chapecó: Letras Contemporâneas, 2002.