



## **Comunicação e Políticas Culturais: Ferramentas para circulação cultural a partir do Estudo de Caso do III Festival Cultura de Música<sup>1</sup>**

Fabrizio Santos de MATTOS<sup>2</sup>

### **Resumo**

O debate sobre as políticas culturais as situam num campo disciplinar e de atuação prática muito diversificado, por se tratar de um conceito em transição e pela amplitude que ganhou o conceito de cultura, continuamente aliado às dinâmicas comunicativas, num momento em que a comunicação permeia as estrutura e o ambiente social. Partindo do estudo de caso do III Festival Cultura de Música, realizado numa rádio pública brasileira, a Rádio Cultura FM de Belém (PA), propomos investigar a possibilidade dessas imbricações, estabelecendo os cruzamentos conceituais entre políticas culturais, circulação cultural e comunicação, e demonstrando a construção de uma ferramenta operativa para intersecção dos campos da comunicação e da cultura.

**Palavras-chave:** Comunicação; Políticas culturais; III Festival Cultura de Música; circulação cultural.

### **Pressupostos conceituais e ambiente de atuação das políticas culturais**

O debate contemporâneo sobre as políticas culturais as situam num campo disciplinar e de atuação prática muito diversificado<sup>3</sup>, por se tratar de um conceito em transição e pela amplitude que ganhou o conceito de cultura<sup>4</sup>, continuamente aliado às dinâmicas comunicativas, num momento em que a comunicação permeia as estrutura e o ambiente social.

Assim, o conceito de políticas culturais na atualidade acaba por abranger duas grandes dimensões: as ações governamentais que visam o desenvolvimento social, do sistema cultural, buscando atingir valores de cidadania do Estado Social; e as ações

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 08 – Estudos Interdisciplinares de Comunicação do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 01 a 03 de maio de 2013.

<sup>2</sup> Professor dos Cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio do Pará (Estácio FAP). Jornalista e produtor da Rádio Cultura FM de Belém (PA). E-mail: [fsdemattos@gmail.com](mailto:fsdemattos@gmail.com)

<sup>3</sup> Entre as principais contribuições para as pesquisas de políticas culturais no Brasil, encontram-se autores do campo da Comunicação Social, Sociologia, História, Administração, Direito, Antropologia, Economia, entre outros.

<sup>4</sup> A partir das últimas décadas do século XX o conceito de cultura ganha em amplitude e abrangência. Em 1987, a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) passa a apontá-la em seus documentos programáticos que o conceito aponta que: “Em seu sentido mais amplo, a cultura pode agora ser considerada como todo o complexo de traços distintivos espirituais, materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou grupo social. Isso inclui não apenas as artes e as letras, mas também os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças.” (UNESCO, 1982, p.01). Este documento fundamenta a compreensão contemporânea que faz referência à ‘dimensão antropológica’ do conceito de cultura, tornando-o mais amplo que o das “artes”, e enfatizando as dinâmicas da sociedade, sua dimensão simbólica e de valores de modos de vida e herança social. Além disso, este conceito enfatiza mais os processos que os produtos culturais.



políticas organizadas por movimentos sociais, que acionam a cultura como recurso de luta. Independentemente dos atores envolvidos, nas duas dimensões do conceito as políticas culturais estão relacionadas com a transformação social, como aponta Néstor García-Canclini,

Los estudios recientes tienden a incluir bajo este concepto al conjunto de intervenciones realizadas por el estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social. Pero esta manera de caracterizar el ámbito de las políticas culturales necesita ser ampliada teniendo en cuenta el carácter transnacional de los procesos simbólicos y materiales en la actualidad (GARCÍA-CANCLINI, 2005, p.78)

Por outro lado, Albino Rubim (2007) propõe uma metodologia mais ampla e pragmática para a análise das políticas culturais, buscando demonstrar seu campo de abrangência e seu território de pertença, delimitando mais o conceito e apresentando uma ferramenta que demonstra a necessidade de compreensão das interfaces e da natureza dinâmica das políticas culturais.

Conforme exposto no Quadro 1 (abaixo), uma análise, avaliação e/ou interpretação compreensiva das políticas culturais deve compreender a complexidade das dinâmicas culturais e os momentos concatenados do sistema cultural.

**QUADRO 1 - MODELO ANALÍTICO DE POLÍTICAS CULTURAIS**

<b>I.</b> Definição e determinação da noção de política acionada, como momento sempre presente em toda e qualquer política cultural. (...);	<b>II.</b> Definição de cultura intrínseca a qualquer política cultural empreendida, a qual tem profunda incidência sobre a amplitude desta política. Fundamental constatar que toda política cultural traz embutida, de modo explícito ou não, uma concepção a ser privilegiada de cultura.(...);
<b>III.</b> (...). Investigar as formulações, condensadas em planos, programas, projetos etc; as ações, pensadas e realizadas, e, inclusive, as conexões e contradições entre elas é vital para o conhecimento das políticas culturais;	<b>IV.</b> Objetivos e metas são componentes fundamentais das políticas culturais. Através do estudo deles podem ser explicitadas as concepções de mundo, que orientam as políticas culturais e as repercussões pretendidas da intervenção político-cultural na sociedade. (...);
<b>V.</b> A delimitação e caracterização dos atores das políticas culturais é outra faceta essencial para o estudo das políticas culturais. Hoje, ao lado do tradicional e, por vezes, todo poderoso ator das políticas culturais, o Estado-nação, tem-se um conjunto complexo de atores estatais e particulares possíveis. (...) Antes significa que, hoje, ele [o Estado] não é único ator e que as políticas públicas de cultura são o resultado da complexa interação entre agências estatais e não-estatais. Mais que isto, o próprio Estado não pode mais ser concebido como um ator monolítico, mas como um denso sistema de múltiplos atores. (...);	<b>VI.</b> A elucidação dos públicos pretendidos é outro componente significativo a ser analisado nas políticas culturais. Cabe determinar quais os públicos visados e quais as modalidades de fruição e de consumo previstas e inscritas nas políticas culturais(...). Dados significativos para o entendimento acerca das políticas culturais certamente estão embutidos na escolha dos públicos e de seus critérios de formatação. (...);



<p><b>VII.</b> A atenção com os instrumentos, meios e recursos acionados, sejam eles: humanos, legais, materiais (instalações, equipamentos etc.), financeiros etc. deve ser sempre um dos momentos interpretativos privilegiados no estudo das políticas culturais. (...)</p>	<p><b>VIII.</b> Os momentos acionados do sistema cultural aparecem como outros elementos fundantes para caracterizar as políticas culturais. (...) Para uma configuração didática deste sistema, podem ser anotados os seguintes momentos, todos eles imprescindíveis ao movimento cultural: 1. Criação, invenção e inovação; 2. Difusão, divulgação e transmissão; 3. Circulação, intercâmbios, trocas, cooperação; 4. Análise, crítica, estudo, investigação, pesquisa e reflexão; 5. Fruição, consumo e públicos; 6. Conservação e preservação; 7. Organização, legislação, gestão, produção da cultura. (...). Por conseguinte, o estudo destes momentos acionados torna-se vital para compreender e explicitar configurações de políticas culturais.;</p>
<p><b>IX.</b> Tomando em consideração o caráter transversal da cultura na contemporaneidade, uma das facetas constitutivas das políticas culturais hoje atende pelo nome de interfaces, pretendidas e acionadas. Como a cultura perpassa diferentes esferas sociais, torna-se substantivo analisar suas interfaces, em especial com áreas afins, tais como educação, comunicação etc.</p>	<p><b>X.</b> (...) As articulações realizadas entre estes variados componentes; a compatibilidade e coerência presentes dão consistência ao grau de sistematicidade existente nas políticas culturais.</p>

FONTE: RUBIM, 2007, p. 149-157. (Adaptado pelo autor)

Esta pesquisa busca constituir, a partir do modelo proposto por Rubim (2007), um estudo de caso situando os elementos presentes no sistema cultural (ponto VIII do modelo), demonstrando as intersecções entre comunicação e cultura no âmbito das políticas culturais.

### **Interfaces entre Políticas Culturais e Comunicação**

Os documentos programáticos e acadêmicos sobre as políticas culturais recorrentemente associam aos seus pressupostos as relações produtivas e criativas que devem ser estabelecidas entre os campos da comunicação e da cultura<sup>5</sup>.

Se por um lado a ascensão da cultura pode ser associada a uma dinâmica do capitalismo, em que a dimensão simbólica se faz onipresente na economia e nas disputas políticas (HALL, 1997), a comunicação (em particular a midiaticizada) é o elemento estruturante desse processo, envolvendo também a sociabilidade e configuração de uma cultura midiaticizada (RUBIM, 2000).

Dentro do processo de análise das políticas culturais, é possível situar as dinâmicas comunicativas como presentes e atuantes fortemente no processo de divulgação e transmissão.

<sup>5</sup> Esta associação está presente em textos de pesquisadores brasileiros como Albino Rubim (2007, 2009), Alexandre Barbalho (2007, 2008), Lia Calabre (2007); e estrangeiros como Néstor García Canclini (2005, 2008), Eduardo Nívon Bolán (2006), George Yúdice (2002, 2006) entre outros.



No entanto, no contexto social contemporâneo é possível notar que cada vez mais os consumos culturais se individualizam e os produtos culturais passam a ser consumidos em casa, e menos nos espaços de sociabilidade coletiva. García Canclini demonstra esta tendência, capitaneada pelo mercado das indústrias culturais<sup>6</sup>, mas que muitas vezes não recebe uma equivalência democrática na construção e no desenho das políticas culturais.

A educação e a formação de leitores e espectadores críticos costumam frustrar-se pela persistência das desigualdades socioeconômicas, e também porque as políticas culturais se desdobram num cenário pré-digital. Insistem em formar leitores de livros, e, à parte, espectadores de artes visuais (quase nunca de televisão), enquanto a indústria está combinando os espaços: ela produz livros e também áudio-livros, filmes para cinema, para o sofá e o celular. Nos Estados Unidos vendem-se mais DVDs do que entradas para cinema. A Motion Pictures Association anunciou no final de 2006 que apenas 16% de seus rendimentos mundiais provem dos cinemas; o resto é gerado pelos direitos televisivos, DVDs e videocassetes” (GARCIA CANCLINI, 2008, p. 18)

Dentro deste contexto, como construir políticas culturais criativas que atuem na correlacionando as dinâmicas da comunicação e que incentivem circuitos culturais e criem contato com o público? Como aproximar o público num momento de individualização do consumo e convergência midiática?

Este questionamento inicial será analisado a seguir, como momento exploratório de uma pesquisa posterior, visando a construção de uma ferramenta metodológica e operativa que aprofunde a relação entre estes dois campos constitutivos da contemporaneidade.

A partir dos instrumentos de divulgação, seleção e veiculação dos conteúdos relativos ao Festival, buscamos construir e demonstrar as intersecções produtivas presentes nos campos da comunicação e da cultura, num momento de convergência midiática.

### **Precedentes: III Festival ARPUB de Música**

A pesquisa parte de um estudo de caso<sup>7</sup> elaborado a partir de um festival de música nacional coordenado pela Associação das Rádios Públicas do Brasil (ARPUB).

---

<sup>6</sup> Aqui o conceito de indústrias culturais distancia-se do conceito adorniano, significando agora, como aponta Ramón Zallo “um conjunto de ramos, segmentos e atividades auxiliares industriais produtoras e distribuidoras de mercadorias com conteúdos simbólicos, concebidas por um trabalho criativo, organizadas por um capital que se valoriza e destinadas finalmente aos mercados de consumo, com uma função de reprodução ideológica e social” (ZALLO, 1988, p.22 *apud* BARBALHO, 2008, p. 36).

<sup>7</sup> O Estudo de Caso é uma metodologia de pesquisa adotada em diversas áreas do conhecimento para compreender fenômenos sociais complexos. Um caso representativo de uma unidade de um fenômeno é analisado para compreender suas relações internas e externas, geralmente buscando construir uma explicação macrológica a partir de



O Festival ARPUB de Música teve sua primeira edição em 2009 e foi idealizado pela equipe de coordenadores e gestores da Associação, que mobilizaram as Rádios Públicas de todo o Brasil a realizar etapas locais do Festival selecionando ganhadores de cada Estado para a etapa nacional.

Exatamente por se tratar de um primeiro momento da pesquisa<sup>8</sup>, ela parte de uma edição específica do Festival (a terceira edição), realizada nacionalmente durante o segundo semestre de 2011. Em sua etapa local ela foi realizada na Rádio Cultura FM de Belém (PA), e coordenada pelo autor desta pesquisa.

A estrutura do III Festival foi bastante simples: primeiro, é lançado um regulamento nacional simplificado coordenado pela ARPUB, disponibilizado no site da Associação ([arpub.org.br](http://arpub.org.br)) e enviado por e-mail previamente para as Rádios Públicas do Brasil participantes do Festival, para construir a mobilização nacional entre as emissoras.

Neste regulamento consta que cada Rádio Pública local (estadual ou municipal) realizará seu próprio festival, escolhendo segundo seus critérios a música vencedora das categorias “Melhor música instrumental” e “Melhor música com Letra”. Estabelecem-se as datas limites do envio dos vencedores para a organização nacional<sup>9</sup> e cada rádio pública dá início ao seu festival localmente, o que permite uma variedade de formatos e preserva a autonomia das Rádios, inserindo os conteúdos relacionados ao festival de acordo com sua programação. Portanto, as Rádios realizam a etapa local do Festival, mobilizando e divulgando as produções musicais dos artistas locais. Os vencedores das categorias passam a concorrer à etapa nacional.

Assim, o segundo momento do Festival é exatamente a etapa concorrencial nacional. Na edição de 2011, o Festival da ARPUB tinha duas formas de seleção e premiação das músicas, considerando as duas categorias apresentadas (Melhor Música com Letra e Melhor Música Instrumental). A primeira premiação diz respeito à escolha dos jurados, formada por cinco especialistas da área de música no Brasil. Premiariam com troféus e certificados a as melhores músicas com letra e instrumental segundo sua

---

um universo reduzido. O movimento de análise e interpretação acontece no sentido do menor universo (caso) para o maior (sociedade). Portanto, um Estudo de Caso pode ser definido como “Um conjunto de dados que descrevem uma fase ou a totalidade do processo social de uma unidade, em suas várias relações internas e nas suas fixações culturais, quer seja essa unidade uma pessoa, uma família, um profissional, uma instituição social, uma comunidade ou uma nação (YOUNG, 1960, p. 269, apud GIL, 2002, p. 59).

<sup>8</sup> A elaboração analítica das quatro edições do Festival será apresentada num momento posterior, em outro artigo que compõe esta pesquisa, depois de coleta mais sistemática dos dados relativos aos Festivais passados e também à IV edição do Festival, realizado em 2012.

<sup>9</sup> Em 2011 a data limite de envio dos vencedores era 09 de novembro.



avaliação (“*Melhor Música com Letra*” e a “*Melhor Música Instrumental*”). Na segunda premiação estava o voto popular, realizado através da internet e concorrendo nas duas categorias (“*Melhor Música com Letra – Voto Popular*” e “*Melhor Música Instrumental – Voto Popular*”), selecionados a partir de concorrência no site da ARPUB.

É importante salientar que em nenhuma das categorias havia premiação em dinheiro, e o prêmio consistia nos certificados e nos troféus nacionais. A premiação principal para o artista era circular a sua obra musical por todas as 14 Rádios Públicas participantes da edição de 2011, em 12 estados brasileiros<sup>10</sup>. Como aponta o relatório preliminar do III Festival ARPUB de Música

Foram mais de 600 músicas inscritas em 12 festivais realizados por 14 emissoras: rádios MEC AM e NACIONAL AM do Rio de Janeiro (RJ), UNIJUÍ FM da cidade de Ijuí (RS), UEL FM de Londrina (PR), rádios UFSCAR FM de São Carlos e UNESP FM de Bauru (SP), EDUCADORA FM de Salvador (BA), APERIPÊ FM de Aracaju (SE), Rádio UNIVERSITÁRIA de Natal (RN), Rádio Roraima (RO), 96 FM de Palmas (TO), CULTURA FM de Belém do Pará (PA), NACIONAL FM de Brasília (DF) e UNIVERSITÁRIA de Fortaleza (CE). (ARPUB, 2011, p. 1)

O fato de a premiação ser realizada através de circulação acabava por eliminar artistas ou obras musicais consagradas, ou seja, aqueles que já têm suas músicas veiculadas cotidianamente nas Rádios e TVs não se preocupam em concorrer. Por outro lado, novos artistas e também artistas emergentes buscam este espaço para reafirmar a sua produção, e aproximar suas músicas do público.

O Festival neste formato gera também um dispositivo importante de identificação da nova produção musical local (quando da fase estadual) e nacional (quando da fase nacional).

É importante ressaltar que a viabilização do projeto depende de vontade política e da proatividade para a construção dessa rede, pois seu custo orçamentário é baixíssimo, e mesmo nenhum (para as emissoras que já possuem sites e podem fazer a votação *online*) para realização. Ou seja, os recursos para viabilização do projeto são basicamente os recursos humanos (capital humano) já presentes nas emissoras públicas (jornalistas, produtores, apresentadores, programadores musicais e operadores de áudio).

---

<sup>10</sup> Esta circulação acontecia principalmente através do programa ‘Conexão Brasil’, programa de Rádio de cerca de três a cinco minutos (3’ a 5’) que contava sucintamente a trajetória do músico participante, seguido da sua música. O tempo total era de cerca de oito a dez minutos (8’ a 10’). O programa era enviado para as rádios envolvidas no decorrer da segunda fase do festival. No entanto, cada rádio aplicava a sua metodologia de divulgação, e a Rádio Cultura FM (PA) resolveu veicular mais vezes as músicas concorrentes no decorrer de sua programação.





## **Estudo de caso: O III Festival Cultura de Música**

A Rádio Cultura FM integra a FUNTELPA (Fundação Paraense de Radiodifusão), que possui ainda os veículos TV Cultura (canal de televisão) e Portal Cultura (portal *web* com conteúdo jornalístico e de entretenimento), além dos perfis de cada veículo nas redes sociais (Twitter e Facebook).

Com 27 anos de criação, a Rádio Cultura FM (frequência 93,7) é a principal emissora de Belém a estimular o circuito musical local, constituindo a base de sua programação a música produzida no estado do Pará. Esse processo vem sendo mantido ao longo dos diferentes governos estaduais e faz parte da missão institucional da emissora. Por ser um órgão vinculado ao governo estadual, parte da estrutura organizacional (direção, coordenação geral, coordenação de núcleos, e parte do pessoal técnico) se modifica ao longo dos diferentes mandatos políticos, o que também pode gerar descontinuidade nos processos de estímulo aos circuitos culturais<sup>11</sup>, pois cada governo adota uma postura política diferente em relação a estes circuitos.

No caso do Festival Cultura de Música, a estrutura foi se modificando ao longo dos anos, mas o objetivo de fortalecer o circuito cultural musical local permaneceu. A 3ª edição do Festival contou com uma estrutura de divulgação já existente na Rádio, além de recursos humanos também existentes nos três veículos (Rádio, TV e Portal Cultura).

### **Momentos de divulgação**

O II Festival Cultura de Música (FCM) inicia em 29 de agosto de 2011, com a abertura do edital para obras musicais inéditas produzidas por artistas paraenses ou residentes no Pará por pelo menos dois anos. Segundo o objetivo expresso no edital

O III Festival Cultura de Música objetiva revelar, estimular e divulgar as obras musicais inéditas produzidas no Estado do Pará, abrindo espaço na programação da Rádio Cultura e das emissoras de rádio filiadas à Associação de Rádios Públicas do Brasil (ARPUB) para cantores, compositores, instrumentistas e arranjadores

---

<sup>11</sup> Esta problemática é recorrente nas políticas culturais brasileiras, historicamente mais afeitas a políticas de governo e não a políticas de Estado. No primeiro caso, as políticas de governo dizem respeito a processos mais eventuais, circunscritos a mandatos políticos e a estruturas governamentais específicas, cujos resultados estão firmados em curto prazo, para a consecução de interesses eleitorais de manutenção do poder de governo. Temos como exemplo: eventos, festivais, feiras, programação cultural, entre outros. O segundo caso diz respeito a elaboração de processos complexos de médio e longo prazo, estabelecidos e incorporados na estrutura final do Estado, e que seus objetivos são de longa duração. Temos como exemplo: construção de Planos e Sistemas de Cultura, realização de concursos públicos, compra de material permanente, construção de estruturas físicas, entre outros. Para uma análise mais detalhada sobre esta questão ver: BARBALHO; RUBIM (2007).



paraenses e residentes no estado do Pará, valorizando a produção e a diversidade musical brasileira e estadual. (FUNTELPA, 2011, p. 1)

No documento do edital constava ainda a gratuidade das inscrições, assim como a possibilidade de músicos de todos os municípios do Pará se inscrever via correios. Era considerada música inédita aquela que não tivessem sido lançadas em CD/DVD, não tivessem sido premiadas em outros festivais de música, não fossem fruto de versão de músicas já lançadas e não tivessem sido veiculadas por emissoras de Rádio e TV (fossem elas públicas ou comerciais).

A seleção das músicas inscritas foi realizada em etapa posterior, com uma Comissão Julgadora formada por quatro membros, todos com reconhecida atuação na área musical local, que receberam certificados pela participação no processo de julgamento.

A premiação foi realizada apenas por meio de votação popular (por telefone) e as ganhadoras eram de duas categorias: “Melhor Música com Letra” e “Melhor Música Instrumental”. A premiação consistia em certificados para os ganhadores, a participação no programa Conexão Cultura ao Vivo, programa transmidiático<sup>12</sup> exibido ao mesmo tempo na TV, Rádio e Portal Cultura, atingindo 111 municípios dos 147 que compõe o estado do Pará. Além disso, os ganhadores do III FCM passariam a concorrer na etapa nacional do Festival, sendo veiculados em 14 Rádios Públicas de 12 estados brasileiros e o Distrito Federal (TO, RS, PA, RN, BA, DF, SP, RJ, SE, RO, CE, PR). Como aponta o Quadro abaixo (Quadro 2), no primeiro momento, para a divulgação do edital foi criado/produzido:

**QUADRO 2 – PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO ELABORADOS PARA DIVULGAÇÃO DO III FESTIVAL CULTURA DE MÚSICA EM SUA FASE DE INSCRIÇÃO**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Logomarca própria para o Festival: visando construir uma identidade visual dos documentos e materiais produzidos para o Festival;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Release</i><sup>13</sup> contendo as informações do Festival, enviado à imprensa especializada, blogs, sites e jornais impressos;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Chamada (Spot) de Rádio de 30 segundos (30´) para inscrição no Festival, veiculada durante ;</li></ul>

<sup>12</sup> Diz respeito a conteúdos veiculados simultaneamente em vários suportes midiáticos, como Rádio, TV e Internet, por exemplo.

<sup>13</sup> *Release* é um texto jornalístico enviado pelas assessorias de comunicação aos veículos de comunicação. É um texto de divulgação, mas segue o padrão jornalístico, apresentando um acontecimento de interesse público para poder ser aproveitado pela imprensa como sugestão de pauta. *Release* vem do inglês “*press-release*” significa literalmente “liberar para imprensa” ou “divulgar para imprensa” e é um padrão técnico de texto originário nas práticas de Relações Públicas (*Public Relations*) nos Estados Unidos. Para uma discussão analítica do *release* e das técnicas de assessoria de comunicação ver DUARTE (2003).





- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Locução Padrão e Testemunhal<sup>14</sup> para ser veiculada durante todo o período de inscrição do Festival, nos três principais programas culturais da Rádio Cultura FM (Conexão Cultura</li></ul>                             |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Reportagem e banner fixo com o arquivo do edital (.pdf) e a ficha de inscrição (inclusive com autorização para menores de 18 anos) no Portal Cultura (<a href="http://portalcultura.com.br">portalcultura.com.br</a>).</li></ul> |

**FONTE:** Elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa

Este primeiro momento gerou 72 inscrições, sendo 7 músicas instrumentais e 65 músicas com letra. Foram publicadas seis matérias relacionadas ao Festival nos sites das mídias locais (Diário Online, ORM), em sites especializados (Pará Música, Guiart) e em Blogs de cultura (Holofote Virtual, Som do Norte), além de compartilhamentos pelo Facebook e Twitter. Este primeiro momento teve a duração de um mês de meio (de 29 de agosto a 26 de setembro).

O segundo momento do processo de divulgação foi a seleção e veiculação das músicas. Este momento foi organizado primeiramente com os membros da Comissão Avaliadora, composta por: um músico, um empresário musical, um programador musical da Rádio Cultura FM, um jornalista da área cultural. Todos fizeram a audição das músicas e apresentaram suas notas individualmente. Do cálculo da média das notas dos avaliadores saíram as músicas que foram veiculadas na programação da Rádio Cultura FM. Foram selecionadas 18 músicas, sendo seis (6) e doze (12) com letra. Como demonstra o Quadro 3 (abaixo), para a fase de veiculação foram criados/ produzidos:

**QUADRO 3 – PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO ELABORADOS PARA DIVULGAÇÃO DO III FESTIVAL CULTURA DE MÚSICA EM SUA FASE DE VEICULAÇÃO**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Um programa especial de 1 hora de duração com todas as músicas do Festival;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Chamadas (Spots) no Rádio para a votação das músicas por telefone;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Matéria de divulgação da etapa concorrencial;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistema telefônico para o recebimento dos votos dos ouvintes<sup>15</sup>;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Blocos compostos com as músicas concorrentes no dia;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Divulgação pela Rádio e TV Cultura de testemunhal do coordenador do Festival.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• 18 entrevistas com os artistas/ intérpretes das músicas selecionadas.</li></ul>

**FONTE:** Elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

<sup>14</sup> A locução testemunhal é um tipo de locução radiofônica em que os apresentadores se envolvem mais com o serviço ou produto, indicando sua qualidade e utilizando o marketing pessoal para atrair ou convencer o público. Este mecanismo de comunicação é muito utilizado em *merchandising*.

<sup>15</sup> A Rádio Cultura FM contratou uma empresa de telefonia para disponibilizar o sistema de atendimento eletrônico para a votação. Este sistema teve custo baixo e permitiu a votação em grande escala por telefone, além de não permitir a contabilização de votos duplicados, ou seja, não era permitido votar duas vezes do mesmo aparelho.



O processo de veiculação das músicas na Rádio contou também com entrevistas com os autores das composições, que falavam de suas carreiras, chamavam o público para votação e em seguida tinham sua música executada na programação.

Os Blocos musicais eram compostos de duas músicas concorrentes (no caso da música instrumental) ou três músicas concorrentes (no caso da música com letra), e veiculados diariamente nos principais programas da grade<sup>16</sup>. Estes três programas tinham duração de duas ou três horas e os seus apresentadores chamavam o público para a votação, no sistema de testemunhal.

Após a votação ao final do dia o resultado era divulgado no último programa da noite: o Tuitaí (de 18h às 19h), e a música vencedora era tocada mais uma vez em seguida. Esse processo se deu gerando as semifinalistas e finalistas, como num campeonato de futebol. Este processo de veiculação e votação das músicas do II FCM durou três semanas (de 03 a 21 de outubro de 2011).

Ao final do processo foram selecionadas as vencedoras de acordo com a votação popular por telefone. Esta votação chegou ao total de 6200 ouvintes participantes, o que permite uma dimensão do espectro de audiência que teve o Festival.

No terceiro momento (de premiação) foi criado/produzido

#### **QUADRO 4 – PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO ELABORADOS PARA DIVULGAÇÃO DO III FESTIVAL CULTURA DE MÚSICA EM SUA FASE DE PREMIAÇÃO**

• Um programa especial Conexão Cultura ao Vivo de 1 hora de duração dividido entre os ganhadores do Festival: este programa foi veiculado ao mesmo tempo na Rádio, TV e Portal Cultura, atingindo 111 municípios paraenses;
• Entrevistas com os vencedores para os programas culturais e jornalísticos da Rádio;
• Matéria de divulgação da premiação;
• Blocos compostos com as músicas vencedoras veiculadas nos programas;
• Certificados para os vencedores e intérpretes das músicas;
• Certificados para os membros da Comissão Avaliadora.

**FONTE:** Elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

O III FCM teve como vencedores as músicas “O mundo não é azul”, de Allan Jorge, interpretada por Tábita Veloso (Melhor Música com Letra); e “Polegar Cangaceiro” de Emanuel Cordeiro, interpretada pelo Trio Paraense de Violões (Melhor Música instrumental).

<sup>16</sup> Conexão Cultura: revista cultural que é veiculada de 8h às 11h da manhã; Feira do Som: revista cultural que é veiculada de 12h às 14h; e Matéria-Prima: revista cultural que era veiculada de 15h às 17h. Os conteúdos do Festival também fizeram parte do programa Radar 93: programa de debate análise de tendências musicais que é veiculado de 17h às 18h.



Os vencedores do III FCM gravaram o programa Conexão Cultura ao Vivo no dia 28 de outubro de 2011, e receberam o material desta gravação, além de certificados para os autores da música inscrita e também para os intérpretes das músicas campeãs nas categorias instrumental e com letra. Esse material foi utilizado depois na construção do currículo dos artistas, releases de seus trabalhos para imprensa e para editais.

Além disso, muitas músicas selecionadas entraram na programação musical cotidiana da Rádio Cultura, depois de terminado o Festival. Ou seja, depois de identificada esta nova produção, ela passou a integrar a programação normal da Rádio Cultura FM, através de veiculação das músicas, convites para estes artistas participarem dos programas e a criação de um banco de dados com os contatos desses músicos.

Os vencedores da etapa estadual passaram à fase nacional do Festival, ou seja à 3ª Edição do Festival da ARPUB. Nesta fase, a Rádio Cultura veiculou duas vezes por dia, um bloco musical contendo as músicas concorrentes na etapa nacional do Festival. Este momento de veiculação teve duração de dois meses e meio (de novembro de 2011 a meados de janeiro de 2012). No momento nacional do Festival foi produzido:

**QUADRO 5 – PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO ELABORADOS PARA DIVULGAÇÃO DO III FESTIVAL ARPUB DE MÚSICA EM SUA FASE DE VOTAÇÃO**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Um programa contendo a música concorrente e a chamada para votação, veiculada duas vezes por dia na programação da Rádio;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entrevistas com os artistas paraenses concorrentes na etapa nacional;</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Matéria de divulgação da votação no Portal Cultura;</li></ul>

**FONTE:** Elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Após o encerramento das votações os artistas paraenses ganharam as duas categorias de votação popular (desta vez pela internet). “O mundo não é azul” de Allan Jorge e interpretada por Tábita Veloso ganhou na categoria (“Melhor Música com Letra – Voto Popular”); e o Trio Paraense de Violões ganhou a votação popular com sua “Polegar Cangaceiro” (“Melhor Música Instrumental – Voto Popular”). Os artistas receberam os certificados da ARPUB e o Troféu de vencedoras, além de dar entrevista ao vivo no momento da premiação do Festival.

Esta vitória nacional dos artistas paraenses foi repercutida na Rádio Cultura FM, assim como nos portais noticiosos (Diário Online, Portal ORM) e especializados (Pará Música), e passou a fazer parte do currículo dos artistas.



## **O estímulo ao circuito cultural da música no caso do III Festival Cultura de Música**

Como demonstrado ao longo da pesquisa, o processo de estímulo à cultura não pode ser realizado apenas com as ações macrológicas, é possível realizar mudanças e mesmo construir um circuito cultural em nível micrológicas. Para tanto é necessário conhecimento técnico para produção de conteúdos e planejamento comunicativo consistente (em nível micro), além de, obviamente, capital humano para produzir e gerir o conteúdo. Este Festival não envolveu financiamento ou premiação em dinheiro, mas utilizou os recursos humanos da emissora, envolvendo cerca de 30 funcionários para a sua realização, além dos três veículos (TV, Portal e Rádio, sendo este último o principal).

Se considerarmos as sete fases do circuito cultural apontadas anteriormente por Albino Rubim (RUBIM, 2007, *op. cit.*)<sup>17</sup>, podemos perceber que o circuito cultural, no caso do III Festival Cultura de Música, se desenvolve da seguinte maneira: começa com a criação artística (momento 1, criação das obras musicais); segue com a difusão (momento 2, em que a Rádio Cultura e as dinâmicas da comunicação atuam no sentido do conhecimento das obras pelo público); continua com a circulação (momento 3, em que os vencedores participam do programa, mas também alia esta circulação a todos os participantes, no decorrer do processo do festival); seguido do momento 5 (segundo o modelo proposto pelo autor, o momento 5 é o de fruição e consumo dos públicos, que está aliado, neste caso, à circulação); depois o momento 4 (segundo o modelo proposto, este seria o momento da análise, avaliação e crítica do processo); e finalizando com o momento 6 (conservação e preservação), que no caso da Rádio, estaria na criação de um arquivo com os dados dos músicos e as músicas inscritas. O último momento seria posterior e criado a partir de políticas fora do sistema, por que se trata de um processo micrológico em que o sistema se fecha sem a criação de legislação ou criação de um modelo de gestão específico. No entanto, a partir desta experiência piloto, foi possível criar um modelo de edital que passou a ser utilizado nos festivais posteriores.

---

<sup>17</sup> Os momentos são: “1. Criação, invenção e inovação; 2. Difusão, divulgação e transmissão; 3. Circulação, intercâmbios, trocas, cooperação; 4. Análise, crítica, estudo, investigação, pesquisa e reflexão; 5. Fruição, consumo e públicos; 6. Conservação e preservação; 7. Organização, legislação, gestão, produção da cultura.” (RUBIM, 2007, *op. cit.*).



Portanto, trata-se de um estímulo ao circuito cultural da música, e partindo de um conceito sociológico de cultura, ou seja, um conceito mais restrito que mobiliza exatamente os circuitos culturais, que envolvem

Um fluxo de eventos articulados, incluindo produção, transmissão e recepção (consumo ou reconhecimento), realizadas por agentes culturais (do teatro, dança, audiovisual, artes plásticas, literatura, cultura popular etc.) e articuladas por formas de organização social (administração pública, mercado e comunidade). (BARBOSA; ARAÚJO, 2010, p. 19).

O conceito de cultura mobilizado dentro do circuito cultural é o tradicional, ou seja, de uma esfera mais restrita que o conceito antropológico utilizado pela UNESCO<sup>18</sup>. Ou seja, a dimensão sociológica liga a cultura à esfera das artes e a coloca como voltada a alcançar algum tipo de público.

### **Considerações Finais: Quais os limites da relação entre políticas culturais e comunicação?**

Isaura Botelho (2001) assinala as diferenças fundamentais entre as visões antropológica e sociológica de cultura, indicando que o raio de alcance das políticas culturais se desenvolve de acordo com as relações que cada política ou ação cultural estabelece entre as duas dimensões constitutivas da cultura (a antropológica e a sociológica) e suas implicações na elaboração de políticas culturais. Afirma a autora que

A distinção entre as duas dimensões é fundamental, pois tem determinado o tipo de investimento governamental em vários países, alguns trabalhando com um conceito abrangente de cultura e outros delimitando o universo específico das artes como objeto de atuação. A abrangência dos termos de cada uma dessas definições estabelece os parâmetros que permitem a delimitação de estratégias de suas respectivas políticas culturais. (BOTELHO 2001, p. 74)

Nesse sentido, a dimensão antropológica da cultura estaria ligada muito mais à cultura que “se produz através da interação social dos indivíduos, que elaboram seus modos de pensar e sentir constroem seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas” (*Id., Ibid.*). A segunda dimensão é mais restrita, continua Isaura Botelho, e não se estabelece no plano do cotidiano dos indivíduos, mas num plano especializado, e é compreendido, pela autora, como a dimensão sociológica, que é

uma produção elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através dos meios específicos de expressão. Para que essa intenção se realize, ela depende de um conjunto de fatores que propiciem, ao indivíduo, condições de desenvolvimento e

---

<sup>18</sup> Conforme citado no início deste texto.



aperfeiçoamento de seus talentos, da mesma forma que depende dos canais que lhe permitam expressá-los. (*Id., Ibid., p. 74*)

O campo da circulação, portanto, é quando a política cultural se encontra com a política de comunicação, num momento societário em que as articulações entre cultura e comunicação se tornam necessárias e, mais do que isso, irreversíveis. Neste momento a comunicação pode construir seu papel público de relevância social, fazendo disseminar estéticas e discursos, e estimulando os circuitos culturais e as representações que carregam todas as linguagens artísticas, reafirmando o sentido comum.

A comunicação é o espaço de disputa, e a função política de um órgão de comunicação pública é abri-lo para o estímulo a esta circulação, reafirmando a necessidade de reconhecimento dos diferentes, principalmente aqueles que não fazem parte dos circuitos culturais mercadológicos e dominantes, vinculando valores de vida e linguagens fora dos pressupostos estabelecidos pelo *mainstream*.

No entanto, como pudemos perceber na análise do caso do III FCM, a política cultural de estímulo ao circuito tem limites claros, e são estabelecidos pela natureza de sua construção (caráter eventual), que podem tornar-se apenas uma ação cultural, com pouca sustentabilidade e com processos dependentes de ações vinculadas às vontades políticas de fazer ou não acontecer este estímulo. Mais uma vez, isso não desmerece a ação, apenas desnuda seus limites intrínsecos e aponta a necessidade de sustentabilidade no processo de construção de políticas públicas de cultura.

Por fim, a política cultural de viés democrático deveria atuar fortalecendo os dois tipos de dimensão cultural, ou seja, fortalecendo a diversidade de circuitos culturais, elaborando uma série de ações que visam articular as duas dimensões constitutivas da cultura, a antropológica e a sociológica, atenuando as distâncias entre criação, difusão e recepção de significados simbólicos, e buscando sempre o cotidiano dos cidadãos através da descentralização das ações culturais.

Trata-se aqui, de problematizar a dimensão da cultura que está no senso comum e construir políticas de Estado para o campo cultural, que visem desenvolver os processos e não apenas os produtos (ou eventos), mas de estabelecer um modelo sustentável de estímulo e organização da cultura.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBALHO, Alexandre. **Textos Nômades: política cultura e mídia**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2008.





- \_\_\_\_\_. & RUBIM, Albino (orgs). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.
- BOLÁN, Eduardo Nivón. **La política cultural: temas problemas y oportunidades**. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Fondo Regional para la Cultura y las Artes de la Zona Centro, 2006.
- BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. In: **São Paulo em Perspectiva**. São Paulo: Editora Fundação SEADE, Vol: 15, Nº 2, abril/junho, 2001.
- CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: balanços e perspectivas. In: RUBIM, A. BARBALHO, A. **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: Edufba, 2007.
- DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2003.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras. 2008.
- \_\_\_\_\_. Definiciones en transición. In: **Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas**. Daniel Mato. Buenos Aires: CLACSO. pp. 69-81, 2005
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: **Revista Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22,nº 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.
- RUBIM, Antônio Albino Canelas. A contemporaneidade como idade média. In: **Revista Interface\_ Comunicação, Saúde, Educação**. São Paulo: v.4 , n.7, p. 25-36, 2000.
- \_\_\_\_\_. Políticas Culturais: entre o possível e o impossível. In: NUSBAUMER(org). **Teorias e Políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007. p.139-158.
- \_\_\_\_\_. Políticas Culturais e novos desafios: **Revista Matrizes**, São Paulo, v.2, nº2, p.93-116, 1º semestre de 2009.
- YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
- \_\_\_\_\_. Contrapunteo estadounidense/latinoamericano de los estudios culturales. In: MATO, Daniel(org) . **Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder..** CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela. 2002.

## REFERÊNCIAS DOCUMENTAIS

- ARPUB. **Relatório Final do III Festival de Música da ARPUB**. Brasília: ARPUB 2012.
- \_\_\_\_\_. **Regulamento do 3º Festival ARPUB de Música**. Brasília: ARPUB, 2011.
- FUNTELPA. **III Festival Cultura de Música: Regulamento**. Belém: FUNTELPA, 2011.

## SITES CONSULTADOS

- Associação das Rádios Públicas do Brasil. [arpub.org.br](http://arpub.org.br) Acesso em 12 de setembro de 2012
- Portal Cultura. [portalcultura.com.br](http://portalcultura.com.br) Acesso em 15 de janeiro de 2013.