



Democratização da Cultura e da Arte: O Papel da Comunicação Pública na Construção da Cidadania¹

Adriano de Oliveira Sampaio²

Ronaldo Dantas da Silva³

Rúbia Souza Mariniello dos Anjos⁴

Luís Guilherme Sanches⁵

RESUMO

O presente trabalho parte do reconhecimento da cultura como direito social, garantido pela Constituição Federal de 1988, que atribui ao Estado o dever de promover e valorizar as manifestações culturais em suas múltiplas facetas. Contudo, a lacuna entre a normatividade legal e sua efetiva aplicação revela um desafio: como a comunicação pública pode contribuir para democratizar o acesso à cultura, e consolidar a cidadania cultural em um país marcado por desigualdades históricas, sociais e territoriais? O estudo busca compreender o papel da comunicação pública na mediação entre Estado e sociedade civil, destacando políticas de base comunitária, como o Programa Cultura Viva, e defendendo uma gestão cultural integrada à comunicação pública voltada à construção de um ambiente democrático e acessível.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública; cultura; cidadania; políticas culturais; inclusão.

Introdução

¹ Trabalho apresentado no GT 02 - Comunicação Pública, Direitos Humanos, Diversidade e Acessibilidade no III Congresso Brasileiro de Comunicação Pública, realizado de 20 a 22 de outubro de 2025 em São Cristóvão/SE.

² Professor Associado IV, Faculdade de Comunicação da UFBA; Professor Permanente do Pós-Cultura/IHAC e Coordenador do Mestrado Profissional Gestão e Práticas em Comunicação e Cultura na Facom/UFBA. Bolsista produtividade CNPq; e-mail: adrianosampaio@gmail.com

³ Graduando em Comunicação Social com Habilitação em Produção Cultural pela Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA) E-mail: ronaldodantas@ufba.br

⁴ Graduanda em Comunicação Social com Habilitação em Produção Cultural pela Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA) E-mail: rubiamariniello@gmail.com

⁵ Graduando em Jornalismo na Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA) E-mail: luisguilhermesanches735@gmail.com

A democratização da cultura e da arte constitui um processo fundamental para a construção de uma sociedade mais justa, participativa e inclusiva. A Constituição Federal de 1988, ao reconhecer a cultura como um direito fundamental, consolidou um marco histórico na garantia do acesso cultural no Brasil. Contudo, a efetiva concretização desse direito ainda enfrenta desafios significativos, especialmente no que tange ao papel da comunicação pública.

A comunicação, entendida como espaço de mediação social, desempenha papel crucial na democratização do acesso à cultura. É por meio dela que se assegura visibilidade, participação e reconhecimento das múltiplas expressões culturais que compõem o mosaico da sociedade brasileira — muitas vezes marcadas por processos históricos de marginalização e invisibilidade.

Nesse contexto, a comunicação pública emerge como um espaço de promoção da cidadania cultural, ampliando o acesso à informação, à arte e às produções simbólicas para todas as camadas sociais. No Brasil, embora as políticas culturais tenham avançado na construção de mecanismos que facilitam o acesso à cultura, ainda persistem obstáculos estruturais, como a falta de infraestrutura adequada, a desigualdade regional e social, e a concentração dos recursos culturais em grandes centros urbanos.

Assim, a comunicação pública não se restringe à simples divulgação de informações, eventos ou políticas culturais pelo governo, mas se configura como um elo entre o Estado, as instituições culturais e a sociedade civil. Seu papel é promover uma integração capaz de fortalecer a cultura como um bem comum, reconhecendo sua importância para o desenvolvimento social e para o exercício pleno da cidadania.

Quando bem articulada, a comunicação pública pode ser um vetor de transformação social, pois permite que manifestações culturais de grupos marginalizados ou em situação de vulnerabilidade social sejam reconhecidas e valorizadas. Ao incorporar os princípios de inclusão, diversidade cultural e acessibilidade, ela tem o poder de potencializar as vozes de diferentes grupos sociais,

contribuindo para que a pluralidade cultural brasileira seja não apenas respeitada, mas celebrada.

Este estudo dedica-se, portanto, à análise da comunicação pública como um domínio estratégico de articulação entre políticas culturais e sociedade civil. Por comunicação pública entendemos:

[...] a atuação em Comunicação Pública (CP) exige: a) compromisso em privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo; b) centralizar o processo no cidadão; c) tratar comunicação como um processo mais amplo que informação; d) adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos; e) assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo uno (Duarte, 2012, p. 59).

No período de 2003 a 2011, o Brasil implementou experiências significativas de gestão cultural por meio da criação do Conselho Nacional de Cultura, do Plano Nacional de Cultura e do Fundo Nacional de Cultura, conhecido como modelo “CPF da cultura” (Rubim, 2014). Esse modelo exemplifica a importância da participação popular e da articulação entre Estado e sociedade civil, permitindo que agentes culturais locais colaborassem com secretarias e ministérios na formulação de políticas públicas. Apesar de avanços, a continuidade desse modelo sofreu interrupções com mudanças na gestão federal, como a extinção do Ministério da Cultura durante o governo Bolsonaro e a sucessão rápida de gestores (Sampaio et al., 2019).

A experiência do CPF da cultura evidencia que a promoção do desenvolvimento cultural e econômico dos territórios, alinhada ao turismo sustentável, depende de políticas integradas e da efetiva participação da população local (Irving, 2019).

Com base nesse entendimento, este artigo tem como objetivo geral compreender: de que forma a comunicação pública - como um locus estratégico capaz de mediar relações, pode contribuir para o fortalecimento do direito à cultura, promovendo a diversidade, valorizando as expressões periféricas, garantindo a acessibilidade e incluindo grupos historicamente marginalizados, através da mediação entre o Estado e a sociedade civil. Ao final, refletimos sobre a articulação entre

comunicação e políticas culturais de base comunitária, como o Programa Cultura Viva - observando como a comunicação apoia a gestão de projetos culturais nessas iniciativas, e buscamos identificar práticas comunicacionais que favoreçam a construção da cidadania cultural, considerando seu impacto na gestão cultural estratégica e no acesso à cultura.

No Meu Prato tem Feijão com Arroz: A Base Conceitual de Cultura

Para a construção deste artigo, partimos da concepção de cultura defendida por Gilberto Gil, ex-ministro da Cultura, que afirmou que “cultura é igual a feijão com arroz, é necessidade básica”. Por meio dessa metáfora, Gil ressalta que a cultura não é um luxo ou algo extraordinário, mas um elemento fundamental do cotidiano, presente na vida de todas as pessoas.

Essa perspectiva orienta a análise ao afirmar que o acesso à cultura deve ser compreendido como um direito universal, promovido por políticas públicas estruturais e contínuas, e não como eventos isolados ou de caráter meramente recreativo. Além disso, a cultura constitui uma base para identidade, desenvolvimento social e econômico, funcionando como instrumento de inclusão, fortalecimento comunitário e promoção da cidadania.

Entre 2003 e 2011, Gil materializou sua visão de cultura tanto em seu discurso de posse quanto na implementação de políticas culturais, por meio de práticas concretas de participação popular. Um exemplo emblemático é o Programa Cultura Viva, criado pelo governo federal em 2004, inicialmente por portaria do Ministério da Cultura, e transformado em política pública em 2014 com a sanção da Lei nº 13.018, que instituiu a Política Nacional de Cultura Viva. Essa lei buscou simplificar e desburocratizar os processos de reconhecimento, prestação de contas e repasse de recursos para organizações da sociedade civil.

O programa, com destaque para a criação dos Pontos de Cultura, é reconhecido como uma das principais políticas culturais do governo Lula e, estima-se, beneficiou

cerca de 8 milhões de brasileiros entre 2004 e 2010, fortalecendo a participação cidadã e a visibilidade de expressões culturais tradicionalmente marginalizadas.

No campo da gestão cultural, a comunicação pública surge como componente estratégico indispensável. Para que um gestor cultural construa e implemente planos e políticas culturais alinhados à Constituição Federal e às leis orgânicas de cultura, é necessário integrar práticas comunicacionais capazes de dialogar com diversos públicos e territórios. Assim, a comunicação pública não se limita à divulgação de eventos; ela atua como mediadora, promotora de participação e reconhecimento, e ferramenta de fortalecimento da cidadania cultural (Duarte, 2012).

Essa abordagem evidencia que a cultura deve ser compreendida como um bem coletivo, no qual o diálogo entre Estado, sociedade civil e agentes culturais locais é central para a construção de políticas públicas inclusivas.

Em seu artigo, "*Cultura, comunicação pública e cidadania. Práticas de deliberação cidadã no campo das artes/ cultura (Brasil-Canadá)*", Sampaio (2024) nos apresenta como a relação histórica entre comunicação e cultura no Brasil tem sido marcada por descompassos.

[...] As interfaces entre o campo da cultura e da comunicação deveriam ser evidentes no Brasil, mas não são; basta olharmos a recente história do Ministério da Cultura – MINC, cuja data de criação é de 1985, enquanto o Ministério das Comunicações tem a sua criação em 1967. Esse dado torna-se ainda mais espantoso quando vemos que o ano de fundação da emissora de TV aberta líder de audiência, desde o final dos anos 60 até então – a Rede Globo de Televisão, é mais antiga que o Minc, uma vez que a Globo teve sua origem em 1969. (Sampaio, 2024, pg.210)

Essa disparidade evidencia a necessidade de modelos de comunicação pública integrados às políticas culturais, pois frequentemente as campanhas governamentais adotam canais unidirecionais, sem diálogo efetivo com a sociedade, conforme sugere Novelli (2006).

Dessa forma, compreender a cultura e a comunicação pública como dimensões integradas é essencial para a construção de políticas públicas participativas. Essa articulação permite enfrentar as assimetrias de poder, reduzir desigualdades territoriais e

sociais, valorizar a diversidade cultural e promover um diálogo genuíno com a sociedade, fortalecendo práticas cidadãs.

Essa breve contextualização que fizemos até aqui busca fundamentar a questão norteadora deste estudo: como a comunicação pública pode contribuir para democratizar o acesso à cultura, e consolidar a cidadania cultural em um país marcado por desigualdades históricas, sociais e territoriais?

O Papel da Comunicação Pública na Democratização do Acesso à Cultura

A comunicação pública tem um papel crucial na ampliação do acesso à cultura, em um nível primário, possibilita a difusão de informações sobre eventos, espaços culturais e políticas públicas voltadas ao setor. Em seguida, deve, Através de canais acessíveis e democráticos, permitir que um maior número de pessoas conheça e participe de iniciativas culturais, promovendo o direito à cultura como um elemento essencial da cidadania. Além disso, a disponibilização de conteúdos culturais em múltiplas plataformas amplia o alcance dessas ações, garantindo que diferentes públicos possam usufruir das oportunidades oferecidas.

Conforme Coelho (2008), a cultura e a comunicação são instâncias para a emancipação social, permitindo que diferentes grupos tenham suas vozes representadas. A comunicação pública, nesse sentido, deve atuar como um espaço de pluralidade, promovendo a visibilidade de manifestações culturais diversas, especialmente aquelas historicamente marginalizadas. Isso contribui para a valorização da diversidade cultural e para a construção de uma sociedade mais equitativa, nela múltiplas narrativas podem coexistir e dialogar.

O avanço da tecnologia e o crescimento do uso da internet reforçam a necessidade de estratégias que ampliem o acesso à informação cultural, garantindo que populações de diferentes faixas etárias, níveis socioeconômicos e localizações geográficas possam se beneficiar e participar de processos de comunicação pública. A adoção de medidas como a digitalização de acervos, a criação de plataformas acessíveis

e a promoção de conteúdos em linguagens inclusivas são fundamentais para consolidar uma comunicação pública que possa vir a contribuir para a democratização da cultura.

Desafios da Comunicação Pública na Valorização da Cidadania

A Constituição Federal de 1988 reconhece a cultura como um direito fundamental, garantindo que o Estado deve promovê-la e assegurar seu acesso a toda a população. No entanto, conforme destacado por Cunha Filho (2004), um dos grandes desafios reside na efetivação desse direito, especialmente para grupos historicamente marginalizados, como povos indígenas, comunidades quilombolas e populações periféricas. Embora a legislação estabeleça diretrizes para a democratização da cultura, na prática, muitos desses grupos enfrentam barreiras significativas para acessar e produzir bens culturais.

A comunicação pública cumpre a função estratégica na valorização desse direito, atuando como mediadora entre o Estado e a sociedade, ampliando o acesso à informação e incentivando a participação cidadã. Campanhas educativas podem não apenas divulgar iniciativas culturais, mas também sensibilizar a população para a importância da diversidade cultural como elemento de construção da cidadania. Programas de incentivo cultural, quando bem divulgados e acessíveis, permitem que comunidades tradicionais e artistas independentes tenham condições de manter e difundir suas expressões.

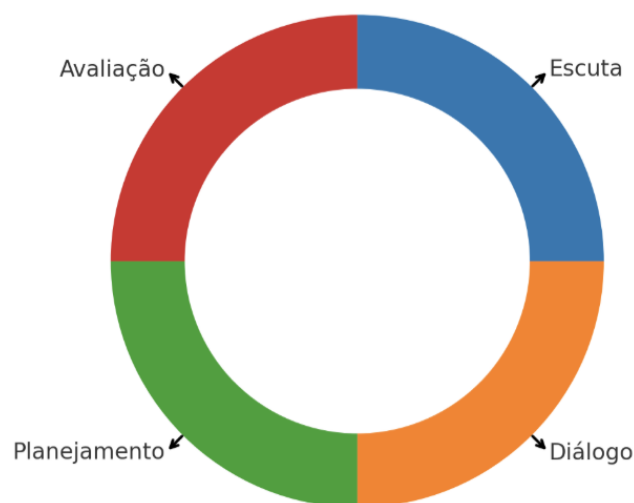
Em paralelo, a comunicação pública pode fortalecer a cidadania ao criar espaços de escuta e diálogo. Plataformas digitais, rádios comunitárias e emissoras públicas têm potencial para dar visibilidade a narrativas que, muitas vezes, não encontram espaço na mídia comercial. Dessa forma, a cultura não é apenas um direito garantido na Constituição, mas um instrumento ativo de resistência, identidade e transformação social. O grande desafio, portanto, não está apenas na formulação de políticas culturais, mas na criação de mecanismos que garantam que essas políticas alcancem quem mais precisa.

Comunicação Pública Estratégica Integrada: Uma Perspectiva Participativa e Cidadã

Tendo a escuta como princípio, a comunicação estratégica só se realiza plenamente quando orientada para o entendimento mútuo. Nessa perspectiva, Kunsch (2003; 2008) destaca a relevância de uma comunicação simétrica de duas mãos, que se estrutura a partir da reciprocidade e da construção conjunta de sentidos. Esse modelo, entretanto, não pode ser entendido em termos lineares. Uma comunicação estratégica (Kunsch, 2008) se organiza em espiral, em constante movimento e retroalimentação. Nesse percurso, a escuta não é etapa acessória, mas fundamental. É por meio dela que se abrem possibilidades para compreender os diferentes atores, contextos e expectativas que atravessam a cultura e até mesmo a comunicação universitária.

Outro ponto relevante dessa proposta de Kunsch (2003; 2008) é o diálogo como mediação. Se a escuta é o ponto de partida, o diálogo se configura como uma consequência natural. Escutar, nesse sentido, não significa apenas coletar informações, mas transformar dados e percepções em processos interativos de construção. O diálogo permite que agentes de comunicação integrem saberes diversos, reconheçam os múltiplos públicos e estabeleçam mediações consistentes entre Estado e sociedade civil. É nesse estágio que os sujeitos deixam de ser meros receptores e se tornam co-criadores de sentido, em um fluxo dinâmico que reforça a legitimidade institucional.

FIGURA 1 – Modelo dialógico de planejamento estratégico e escuta



Fonte: Inspirado em Kunsch (2003; 2008).

A escuta e o diálogo produzem insumos que fundamentam a etapa de planejamento estratégico, e, o planejamento como consequência. O diagnóstico inicial, somado à interlocução com os públicos, possibilita a formulação de planos de comunicação e de cultura mais adequados às realidades identificadas. Esses planos devem projetar sua função social, respondendo às necessidades tanto institucionais quanto coletivas. Nesse momento, a comunicação assume caráter articulador, conectando políticas culturais a demandas sociais e consolidando-se como instrumento de mediação pública. O ciclo só se completa com a avaliação dialógica. Em um modelo espiralado que avaliar (re)significa mais do que medir resultados: é retomar a escuta inicial sob novas bases, verificando se os públicos foram envolvidos e se as estratégias adotadas corresponderam às expectativas. A avaliação, nesse sentido, não encerra o processo, mas reinaugura o movimento, permitindo ressignificações, ajustes e novos diálogos. Dessa forma, a comunicação estratégica se fortalece como prática permanente, em constante renovação.

Modelos de Comunicação Pública e Práticas Cidadãs no Brasil

Para compreender as dimensões da comunicação pública e sua relevância para a democracia contemporânea, partimos da reflexão proposta por Sampaio (2024), que analisa como os modelos de comunicação pública interferem nas práticas cidadãs e na relação entre Estado e sociedade. O autor ressalta que a comunicação pública deve ser entendida como um espaço de mediação simbólica e política, no qual se constroem significados coletivos e se fortalecem os vínculos democráticos.

Nesse sentido, conforme discutido por Sampaio (2024, apud Novelli, 2006, p. 210), “tornar públicas essas discussões e promover uma gestão da comunicação pública foi e é relevante num contexto democrático”. O autor observa, entretanto, que, historicamente, os governos brasileiros — em diferentes níveis — têm adotado estratégias comunicacionais unidirecionais, ancoradas em modelos assimétricos de emissão e recepção: o modelo americano, elaborado no contexto do bloco capitalista, centrado na lógica do consumo e da persuasão, consolidado durante a Guerra Fria e disseminado por meio da mídia de massa; e o modelo europeu, estruturado na relação entre comunicação, cidadania e território, que ganha força no processo de redemocratização e nas mobilizações populares das Diretas Já (Peruzzo, 2012).

A partir desse processo histórico, a comunicação pública passou a ser pensada como um direito social e político, vinculado à própria noção de cidadania ativa. Conforme Sampaio (2024), a Constituição Federal de 1988, considerada uma “Constituição Cidadã”, ampliou o reconhecimento dos direitos fundamentais e instituiu mecanismos participativos, como os conselhos de políticas públicas, espaços que reforçam a ideia de que comunicar é também um ato de partilha, decisão e controle social.

Para Duarte (2012), atuar em comunicação pública exige compromisso com o interesse coletivo, centralidade no cidadão e compreensão da comunicação como processo contínuo e complexo, que vai além da simples transmissão de informação. Essa visão se articula à perspectiva de Marques (2011), para quem a comunicação pública é atravessada por relações de poder e disputas hegemônicas, o que torna

essencial reconhecer as assimetrias e tensões presentes no diálogo entre Estado e sociedade.

Portanto, compreender os modelos de comunicação pública no Brasil implica reconhecer que não há neutralidade na construção das mensagens e dos canais institucionais. Cada prática comunicacional carrega intencionalidades, disputas e silenciamentos. A democratização da comunicação, nesse contexto, depende do fortalecimento de espaços participativos, da escuta qualificada e do reconhecimento dos cidadãos como sujeitos legítimos de fala — capazes de intervir, propor e transformar as políticas públicas que os afetam.

Políticas Culturais e a Comunicação Pública como espaço de Engajamento Social, Inclusão e Diversidade Cultural

Políticas culturais são fundamentais para promover a cidadania, pois asseguram o direito ao acesso, à produção e à valorização das diversas expressões culturais. No entanto, para que essas políticas sejam eficazes, é essencial que possam vir a ser acompanhadas por uma comunicação estratégica e participativa, capaz de mobilizar diferentes setores sociais e ampliar o engajamento da população.

Como observa Sampaio (2019), a gestão da cultura não pode ser isolada, exigindo uma comunicação integrada que conecte gestores públicos, artistas e a sociedade civil, criando espaços de diálogo e colaboração. Nesse contexto, a diversidade cultural se torna um dos pilares da cidadania, refletindo a pluralidade de identidades, tradições e perspectivas que compõem a sociedade. Para que essa seja respeitada e promovida, as estratégias de comunicação pública precisam garantir que todos os grupos sociais tenham voz e representação, criando um ambiente em que a pluralidade cultural seja valorizada, fortalecendo a convivência democrática e o exercício pleno da cidadania.

Assim, a comunicação atua ao tornar as políticas culturais mais transparentes e acessíveis, garantindo que a população participe dos fluxos comunicacionais, e também participe ativamente das decisões que afetam a vida cultural de suas comunidades.

Ferramentas digitais, como redes sociais, plataformas de participação cidadã e transmissões ao vivo de debates e audiências públicas, têm se mostrado opções eficientes para fortalecer essa interação.

Além disso, a promoção de conteúdos em diferentes idiomas é fundamental para assegurar que grupos minoritários, como comunidades indígenas e imigrantes, possam se reconhecer na comunicação pública. A acessibilidade também deve ser uma prioridade na produção de conteúdos. Isso envolve a utilização de formatos adaptados para pessoas com deficiência, como legendas, audiodescrição, libras e recursos de fácil leitura. Garantir que todas as pessoas possam consumir e interagir com os conteúdos culturais fortalece a cidadania e reduz barreiras à participação social.

A Política Nacional de Cultura Viva (PNCV) é uma política pública que visa articular, capacitar e fomentar ações culturais realizadas por coletivos, grupos e agentes culturais em suas comunidades. Criada a partir do Programa Cultura Viva de 2004 e fundamentada na Constituição Federal de 1988, a PNCV busca garantir o acesso aos direitos culturais e à produção cultural em diferentes territórios, por meio de uma gestão compartilhada entre os entes governamentais e a sociedade civil.

FIGURA 3 – Campanha Julho Cultura Viva (2024)

Fonte: Reprodução da Internet.

Instituída pela Lei nº 13.018/2014, a PNCV é a primeira política de base comunitária do Sistema Nacional da Cultura, abrangendo diversas iniciativas culturais, como artesanato, música, artes cênicas, e cultura digital. Seu objetivo é promover a inclusão social, combater preconceitos e discriminação, além de valorizar a diversidade cultural brasileira. A política também visa desburocratizar o repasse de recursos e criar formas alternativas de apoio financeiro para iniciativas culturais, com grande presença nos 27 estados brasileiros e no exterior, com mais de 4.300 Pontos e Pontões georreferenciados.



Já os Pontos de Cultura, implementados pelo Programa Cultura Viva em 2004, desempenham um papel essencial na democratização do acesso à cultura no Brasil. Ao apoiar e reconhecer iniciativas culturais em comunidades urbanas, rurais, indígenas e quilombolas, o programa fortalece a identidade local e promove a valorização das diversas manifestações artísticas e tradicionais. Por meio da comunicação pública e da articulação em redes, esses espaços culturais ampliam sua visibilidade, garantindo que expressões culturalmente marginalizadas recebam o reconhecimento e o espaço que merecem.

Além de descentralizar investimentos e fomentar a participação social, os Pontos de Cultura promovem a autonomia dos coletivos culturais, incentivando novas narrativas e a criação de conteúdos próprios. Como resultado, a cultura se torna um vetor de desenvolvimento social e econômico, empoderando comunidades e transformando a cultura em um direito universal. Hoje, os Pontos de Cultura são referência para políticas culturais inclusivas e um exemplo de como a cultura pode ser uma perspectiva poderosa de transformação social.

FIGURA 2 – Campanha Julho Cultura Viva (2024)



Fonte: Reprodução da Internet.

Caminhos para uma Comunicação Pública Cidadã na Cultura

Embora existam avanços legais no reconhecimento da cultura como direito, sua concretização ainda encontra barreiras estruturais. A exclusão cultural permanece uma realidade para amplas parcelas da população, especialmente para indígenas, quilombolas, comunidades periféricas, pessoas com deficiência e migrantes. A comunicação pública, quando estrategicamente articulada às políticas culturais, pode reduzir essas desigualdades.

O Programa Cultura Viva, criado em 2004, é destacado como modelo bem-



sucedido de política de base comunitária. Ao reconhecer a potência cultural de territórios tradicionalmente marginalizados, o programa fomenta a autonomia e a articulação em rede de coletivos culturais, reconhecidos como Pontos de Cultura. A Política Nacional de Cultura Viva (Lei nº 13.018/2014) institucionalizou esse modelo, prevendo o compartilhamento da gestão com a sociedade civil.

Ao integrar diferentes mídias (desde plataformas digitais até rádios comunitárias), as estratégias comunicacionais dos Pontos de Cultura tornam-se instrumentos de resistência e empoderamento. A comunicação descentralizada, acessível

e territorializada permite a criação de narrativas próprias que fortalecem as identidades locais e questionam as hegemonias culturais; sendo essencial para a circulação de informações, mobilização de atores locais e valorização simbólica das ações.

Esses casos reforçam que a comunicação pública, quando orientada por princípios de inclusão e escuta ativa, amplia o alcance das políticas culturais e fortalece o sentimento de pertencimento. Entretanto, o estudo também aponta desafios persistentes: a baixa institucionalização da comunicação pública nas gestões culturais; a falta de formação específica para comunicadores públicos; e a concentração de recursos em grandes centros urbanos, o que dificulta a interiorização das ações.

Considerações Finais

O estudo conclui que a comunicação pública é elemento estruturante para a democratização da cultura e para a efetivação da cidadania cultural. Seu papel vai além da função instrumental de divulgar políticas: ela atua como mediadora simbólica, promotora de reconhecimento e agente de transformação social.

Para que a cultura seja vivida como direito, é preciso garantir que todos os cidadãos tenham condições de produzir, acessar e se reconhecer nas manifestações culturais. Isso exige políticas consistentes e estratégias comunicacionais que promovam o diálogo entre diferentes vozes e saberes.

A articulação entre comunicação e cultura deve ser pensada de forma intersetorial e transversal, com investimento público em formação, acessibilidade e descentralização. A experiência dos Pontos de Cultura e da Política Nacional de Cultura Viva demonstra que é possível construir modelos comunicacionais participativos, ancorados em redes comunitárias e na valorização das narrativas locais.

Assim, reafirma-se que a cultura só é plenamente democrática quando a comunicação também o for. A cidadania cultural não se constrói apenas com o acesso a bens simbólicos, mas com o direito à palavra, à escuta e à representação. A comunicação pública, nesse sentido, não é apenas suporte: é condição.

Ao garantir que a pluralidade cultural seja respeitada e celebrada, a comunicação pública fortalece a cidadania e contribui para a construção de uma sociedade mais justa, democrática e equitativa.

REFERÊNCIAS

COELHO, Teixeira. "A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001". São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. "Cultura e democracia na Constituição Federal de 1988: a representação de interesses e sua aplicação ao programa nacional de apoio à cultura". Rio de Janeiro: Letra Legal, 2004.

DUARTE, Jorge (org.). "Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público". São Paulo: Atlas, 2012.

IRVING, Marta de Azevedo. Para sustentabilizar o turismo na contemporaneidade: ética e políticas públicas globais. In: *IRVING*, Marta de Azevedo; *AZEVEDO*, Julia; *LIMA*, Marcelo Augusto Gurgel de (orgs.). "Turismo: Ressignificando sustentabilidade". Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2019.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. "Planejamento de relações públicas na comunicação integrada". 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). "Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas". São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. Comunicação pública e constituição de cenas de dissenso em contextos institucionais. *Organicom*, São Paulo, v.12, n.22, p.78-91, 2015.

NOVELLI, Ana Lucia Coelho Romero. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança. *Organicom*, São Paulo, v.3, n.4, p.74-89, 2006.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Comunicação e terceiro setor. In: *DUARTE*, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2009.

RUBIM, Antonio Albino. Políticas Culturais na Bahia Contemporânea. Salvador: Edufba, 2014.



SAMPAIO, Adriano. Comunicação e gestão cultural: estratégias para a cidadania. São Paulo: Editora Cultura, 2019.

SAMPAIO, Adriano; *CARVALHO*, Claudiane de Oliveira; *MARTINS*, Inês; *PINHEIRO*, Lidianne. Marca lugar, comunicação e cultura. Salvador: Edufba, 2019.

SAMPAIO, Adriano de Oliveira. Cultura, comunicação pública e cidadania: práticas de deliberação cidadã no campo das artes/cultura (Brasil-Canadá). *Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, São Paulo, v.21, n.45, p.206-218, maio-ago. 2024. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.224629.