

MATRIZES TEÓRICAS DAS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL: UMA AFERIÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL DE CONTEÚDOS DIGITAIS CRIATIVOS

Adriano Jorge Soares Arrigo¹; Pedro Santoro Zambon²; Juliano de Carvalho³

¹Graduado em Ciência da Computação pela Universidade Sagrado Coração (USC). Aluno de graduação de Comunicação Social: Jornalismo na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Membro do Lecotec. Email: arrigo.adriano@gmail.com

²Docente da Universidade Estadual Paulista (Unesp), FAAC, Campus Bauru. Mestre em Comunicação e Bacharel em Jornalismo pela mesma instituição. Membro do Lecotec. E-mail: pedro@faac.unesp.br

³Docente da Universidade Estadual Paulista (Unesp), FAAC, Campus Bauru. Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UNIMESP) e Bacharel em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Líder do Lecotec. E-mail: juliano@faac.unesp.br

RESUMO

A Política Nacional Para Conteúdos Digitais Criativos foi a primeira tentativa concreta do Estado para identificar a manifestação cultural, produção, o armazenamento e as aplicações desses conteúdos, reais ou digitais, no país. Sob esse cenário, este trabalho busca a identificação e sistematização de matrizes teóricas e metodológicas evidenciadas na produção intelectual brasileira sobre uma política de comunicação para conteúdos digitais, articulada também em sua concepção inicial dentro da Secretaria do Audiovisual e Secretaria da Economia Criativa, ambas do Ministério da Cultura, até sua gestão posterior pelo Ministério das Comunicações.

Palavras-chave: Políticas de Comunicação. Conteúdos Digitais. Política Nacional de Conteúdos Digitais Criativos.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas os estudos que relacionam política e comunicação têm ganhado relevância nas pesquisas comunicacionais, buscando compreender a tessitura dos processos que conotam as ações dos atores público, social e privado na construção de agendas, produtos e natureza imaterial das políticas do Estado para o campo das comunicações. Até 2011 as políticas de comunicação se limitavam, sobretudo, à gestão de questões de infraestrutura das telecomunicações, até o surgimento da Política Nacional Para Conteúdos Digitais Criativos com o objetivo de estimular o potencial econômico das cadeias produtivas cruzamento de segmentos da economia criativa que existem na fronteira entre software e conteúdo audiovisual.

OBJETIVOS

Identificar e sistematizar matrizes teóricas e metodológicas da produção intelectual brasileira sobre a Política Nacional Para Conteúdos Digitais Criativos em bases de dados disponíveis na Internet, analisar os artigos encontrados, sistematizando-os para, enfim, esboçar um cenário da Política Nacional Para Conteúdos Digitais Criativos.

METODOLOGIA

Para o esforço de identificação, sistematização e apresentação de um esboço do cenário das abordagens acerca da Política Nacional Para Conteúdos Digitais Criativos no Brasil, este projeto propõe o desenvolvimento de Revisão Integrativa, método de pesquisa científica que tem por objetivo identificar e resumir a construção empírica e/ou teórica acerca de uma temática ou objeto. “Possibilita a síntese de vários estudos já publicados, permitindo a geração de novos conhecimentos, pautados nos resultados apresentados pelas pesquisas anteriores”. (BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011, p. 127).

RESULTADOS PARCIAIS

No geral, foram encontrados poucos trabalhos que se relacionavam diretamente com os descritivos propostos além de, concomitantemente, responder à pergunta norteadora. Assim, numa segunda filtragem, conforme proposto por Souza, Silva e Carvalho (2010), foram excluídos alguns trabalhos por não se relacionarem com a proposta do tema. Após o filtro manual, foram selecionados vinte e seis trabalhos nas oito bases de dados pesquisadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sistematização das matrizes teóricas e metodológicas da produção científica sobre Políticas de Comunicação para Conteúdos Digitais Criativos no Brasil é relevante como suporte para a formulação das políticas de comunicação brasileiras. Não obstante, ela não é somente relevante para a comunicação, mas também abrange outros setores, como os setores culturais e tecnológicos. Os documentos levantados e catalogados nesta pesquisa também oferecem um suporte teórico para a elaboração de novas pesquisas análises mais aplicadas.

REFERÊNCIAS

BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C. A.; MACEDO, M.. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Gestão e Sociedade**, Belo Horizonte, v. 5, n. 11, p. 121-136, maio/ago. 2011.

CARVALHO, J. M.; CARDOSO, V. L. Uma certa digressão conceitual: desafios identitários das políticas de comunicação. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2014.