

Políticas de Comunicação: regulação e democracia

Juliano Maurício de Carvalho²

Resumo

Os estudos acadêmicos³ dedicados às políticas de comunicação na perspectiva das plataformas convencionais têm como preocupação central a verificação do papel do Estado, por meio dos dispositivos legais e regimentais que são de sua competência, na regulação das atividades das empresas privadas que exploram o serviço público de rádio e televisão, com reflexo indireto nas empresas da mídia impressa. A estrutura fundante do debate sobre as políticas públicas no Brasil, baseado na disputa entre empresas de comunicação e sociedade civil é evidenciada na correlação de forças na democratização da comunicação. As perspectivas de análise da economia política da comunicação e as teorias da cidadania aparecem como fundamentação teórica essencial nas escolhas metodológicas aplicadas aos estudos sobre a temática. Observaremos as trajetórias das pesquisas empreendidas nas duas últimas décadas, baseadas nas análises de estado da arte das pesquisas em comunicação relacionadas a esta temática e no mapeamento qualitativo e quantitativo do que se produziu no país a respeito em diferentes recortes temporais.

Palavras-chave: Políticas de Comunicação; Mídia; Democratização; Políticas Públicas.

² Docente nos programas de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia e Comunicação Midiática e líder do Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade) da Unesp (Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"). Livre-docente em Políticas de Comunicação, Mídia e Indústrias Criativas. Doutor em Comunicação Social. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8515-2457>. E-mail: juliano.mauricio@unesp.br.

³ Partes das reflexões deste capítulo foram apresentadas na comunicação científica "Uma certa digressão conceitual: desafios identitários das políticas de comunicação" (CARVALHO; CARDOSO, 2014) e no texto de apreciação crítica "Estudos de Políticas de Comunicação, Jornalismo e Indústrias Criativas: um itinerário crítico" (CARVALHO, 2019).

1. Introdução

As definições de políticas públicas variam conforme a presença do Estado na regulação da ordem social. De modo geral, podem ser entendidas como “um fluxo de decisões públicas, orientado a manter o equilíbrio social ou a introduzir desequilíbrios destinados a modificar essa realidade” (SARAVIA, 2011, p. 93).

É necessário que sejam feitos um esclarecimento do uso e a distinção de três conceitos: comunicação e política; políticas de comunicação e comunicação política, além das adequações que sofreram ao longo das décadas. Para isso optamos pelo uso das definições de Capparelli (1997), que avalia os termos comunicação e política como dois campos que seguem paralelos, estabelecendo um diálogo, uma consubstancialização inseridos em um contexto que considera dinâmico e não estático, privilegiando um ou outro aspecto desse arranjo.

Em comunicação política, a política é um atributo de comunicação, talvez seu conteúdo; e em políticas de comunicação, é a comunicação como objeto de uma prática que se encontra fora dela. Mas essas três instâncias não existem de forma independente. (CAPARELLI, 1997, p. 2).

O autor passa a denominar “políticas de comunicação” a primeira fase e “comunicação pública” a segunda. A segunda tendência ou fase considera as políticas públicas como um processo de engajamento por parte de grupos da sociedade civil na revisão das normas jurídicas do Estado que estejam relacionadas à política de concessão de emissoras de rádio e de televisão, bem como propostas de conteúdos a serem produzidos no próprio país – sejam nacionais, como regionais – ao lado de grupos da comunidade que criam espaços independentes de informação. As inter-relações entre comunicação e política ganham nova

perspectiva de interesse também pelo reflexo da política de mercado. As políticas de comunicação retomam os debates, mas de modo mais sofisticado, com um refinamento metodológico e com o foco nas buscas por políticas públicas e democráticas de comunicação: o discurso e a prática de políticas de comunicação

[...] se transformam, saem de dentro da universidade, procuram uma interlocução com o Estado mas também com os empresários e se organizam em termos de transformações dos meios de comunicação enquanto espaços públicos contemporâneos. (CAPARELLI, 1982, p. 2).

Edgard Rebouças (2000) sintetiza a existência de três dimensões de Políticas de Comunicação. A primeira é a proposta pela Unesco (BELTRÁN, 1982) que compreende as “Políticas Nacionais de Comunicação” com um “corpo coerente de princípios e normas” que guiam o comportamento das instituições no tratamento da comunicação de um país. A segunda dimensão, que vem de Daniel Cohen (1988), introduz, além dos princípios e normas, as práticas sociais relacionadas com a administração, a organização e o funcionamento dos recursos humanos e técnicos do sistema comunicacional de um país. A terceira é a tese da transposição feita por Sérgio Capparelli (1997) ao analisar o conceito de Políticas Culturais elaborado por Teixeira Coelho (1997) para definir Políticas Culturais.

Aqui o termo é compreendido como um programa de intervenções realizadas pelo Estado, por instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários para satisfazer as necessidades comunicacionais da população e desenvolver suas representações simbólicas.

A construção de parâmetros norteadores para as pesquisas sobre políticas de comunicação foi vista, em vários momentos, como parcial ou

engajada por alguns pesquisadores. Robert White (1983) aponta inconsistências no interior das análises como fator limitador para que os próprios conceitos sejam empregados. Para o autor, a base para uma “comunicação democrática” possui contradições que precisam ser observadas por seus investigadores críticos.

Em espírito semelhante soa o alerta de Marques de Melo (1992) de quase quarenta anos atrás, do início da década de 1980, mas que até hoje ainda demanda atenção, principalmente em um mundo que de lá para cá atravessou uma série de modificações, inclusive paradigmáticas. Ele defende que não se muda a retórica sem que haja uma alteração na postura acadêmica. E fala diretamente para aqueles que insistiam em manter um discurso combativo, certas vezes dogmático, em lugar de debaterem e tentarem fazer valer suas ideias diante de estruturas que acreditavam até na profetização do fim da história.

Ao analisarem as questões que envolvem a temática das políticas de comunicação, a regulação e o Estado, diversos estudos centraram no processo de engajamento por parte de grupos da sociedade civil na revisão das normas jurídicas do Estado. Constata-se ainda que o desafio dos pesquisadores do campo da comunicação e daqueles que elaboram as políticas de comunicação é lidar com a fragilidade, com grande número de contradições e inconsistências, de alguns dos principais modelos de políticas que surgem como bases para o desenvolvimento de uma comunicação mais democrática. A própria regulamentação é fortemente criticada por diversos autores, que a consideram aquém das demandas sociais e estruturadas a partir de interesses de pequenos grupos privados.

A Constituição Federal (1988) traz um novo fôlego para os debates que envolvem as políticas de comunicação. Buriti e Carvalho (2012) descrevem que o período de redemocratização do país, após a ditadura militar, foi espaço de discussão em torno de novas políticas de comunicação e de propostas de fortalecimento do campo público da

radiodifusão. O debate foi marcado pela polarização de forças não correlativas existentes no Congresso.

O lado minoritário, apoiado por organizações e entidades da sociedade civil pela democratização da comunicação, tratava a questão da comunicação como direito humano. De outra perspectiva, os grupos de interesse agiram para assegurar a liberdade mercantil dos grupos de mídia.

[...] o lado majoritário, conservador, no qual os próprios congressistas eram concessionários de rádio e televisão, tratava a comunicação segundo os interesses do mercado e, dessa forma, tinham interesse em manter o *status quo* da comunicação. (LIMA, 2011, p. 45).

O artigo 223 da Constituição (1988) trouxe uma figura jurídica importante para contrapor à força do Estado naquele momento, tanto para a iniciativa privada, quando para o campo que vinha atuando pela democratização da comunicação. A comunicação pública fundamentando o princípio da complementaridade entre os campos público, privado e estatal, para Lima, explica a relação com a conjuntura nacional que saía de um período militar com uma experiência estatal autoritária.

Mesmo assim, nos debates e ações em torno das políticas de comunicações, Santos (2006) avalia que o modelo que se convencionou chamar de primeiro, segundo e terceiro setores não segue, necessariamente, a lógica formal respectiva que envolve o Estado, a classe econômica e a sociedade civil, mas sim dando destaque aos interesses privados – empresas de comunicações, agências de publicidade e anunciantes –, os autointitulados “donos” da mídia, que são bem organizados, constantes e intensos na defesa de seus interesses, quando

comparados à sociedade civil e ao próprio Estado na defesa dos interesses públicos.

Para Bolaño (2007, p. 7), ao questionar a lógica das políticas de comunicação no Brasil, a legislação não passa de uma “formalização de um determinado consenso social, que retrata a posição relativa dos diferentes atores na estrutura hegemônica da sociedade num dado momento e cuja validade se prolonga no tempo de acordo com o prolongamento da estabilidade daquela estrutura”.

As competências, o papel e a atuação das agências reguladoras no país constituem outro ponto questionado pelos pesquisadores. Como acirramento dos debates sobre políticas públicas ao longo dos anos, constata-se a necessidade de maior efetividade na atuação desses órgãos, além de uma análise da regulamentação que os norteia. Para Leal (2003), a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) com sua atividade voltada à defesa do interesse público-social tem como grande desafio dialogar com as demais estruturas reguladoras para arbitrar sobre a prestação de serviços públicos pela iniciativa privada e ainda preservar a própria independência legal e real, garantindo a aproximação entre Estado, mercado e usuário.

No âmbito das políticas de comunicação local, Ghareschi (1989) aposta que o poder executivo possui, pelo menos, duas atuações. A primeira baseada no direito à informação, ou seja, ser bem informado e buscar livremente a informação que corresponde à comunicação governamental. A segunda estabelecida no direito à comunicação, garantindo entender e dizer a palavra, entender e apresentar opinião e a manifestação de pensamento que se referem às ações de fomento à comunicação por meio da comunicação comunitária, alternativa ou popular.

Rebouças (2000) recupera o conceito de políticas de comunicação consagrado na Conferência Intergovernamental sobre Políticas de Comunicação na América Latina e Caribe, realizada na Costa Rica, em julho

de 1976. A Declaração de San José estabelece a necessidade de planos para a implementação das políticas nacionais de comunicação que respeitem a liberdade de expressão, os direitos individuais e que contribuam com o conhecimento, a pluralidade cultural, entre outros temas (Unesco, 1976).

2. O diálogo multilateral

Uma abordagem "desenvolvimentista" das políticas para a comunicação permeou vários documentos e conferências em nível mundial e regional: a NOMIC (Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação) proposta pelo o relatório MacBride (BRITES, 2008; MELO, 1992), a criação do Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) e as cúpulas mundiais da Sociedade da Informação em 2003 e 2005.

Ainda que ampla e envolvendo enfoques distintos, a temática das políticas de comunicação ganha força nos anos 1970 com a inclusão do assunto na agenda de diversos órgãos multilaterais, com destaque para a Unesco, na promoção das primeiras Políticas Nacionais de Comunicação que concebiam a comunicação/informação como um recurso planificável e indutor do desenvolvimento. Com o entendimento de que países fora do centro econômico do mundo, portanto emergentes e periféricos, são excluídos de um universo de produção simbólica, o debate se materializa no Relatório MacBride com o título *Um Mundo e Muitas Vozes* (1987).

O documento reflete a falta de democracia na comunicação, devido ao fluxo unidirecional de informação (norte-sul) que resulta na verticalização da informação. A proposta é descentralizar e democratizar a informação para, assim, atingir-se o nível de comunicação democrático e efetivo. Pensa a comunicação em seu papel na construção da cidadania e do desenvolvimento da sociedade, o que significaria planejar e executar políticas que, primeiro, levassem essa comunicação aonde não existisse;

e, segundo, onde houvesse, gerassem acesso a uma multiplicidade de vozes.

A visão da Unesco da comunicação como indutora do desenvolvimento se ramifica não apenas aos direitos humanos, mas também leva a pensar no desenvolvimento da indústria de mídia para a democracia da comunicação. Tais variáveis são fotografias de um cenário de uma comunicação ainda bastante incipiente em vários países, e ações dessa natureza fortaleceriam um consumo cultural a partir das próprias produções nacionais de estados periféricos, que não absorvessem uma cultura, a partir da mídia, dos países centrais, notadamente do hemisfério Norte. Esse desenvolvimento levaria a uma valorização da cultura e da comunicação abaixo da linha do Equador. Hoje os temas discutidos no relatório se modificaram em parte, porque o mundo mudou anos depois da publicação do documento, notadamente em função da evolução de suportes tecnológicos.

O debate a respeito da digitalização avançou nas últimas décadas, colocando em pauta as mutações dos mercados de comunicação com a modificação dos paradigmas tecnológicos de sua distribuição e fluxo. Bustamante (2004) observa que as Indústrias Culturais passaram a enfrentar novos desafios, caracterizados pelas transformações provocadas pelas tecnologias digitais, destacando com elas o surgimento de várias oportunidades e vantagens, assim como ameaças e riscos.

Entre as oportunidades vislumbradas por Bustamante (2004) estão uma forte diminuição do potencial de custos pela eliminação de fases intermediárias na cadeia de valor e a conseguinte desintermediação entre o produtor e o consumidor final; o incremento da oferta de produções em quantidade, com a recatalogação potencializada pela distribuição digital, e a qualidade pelo barateamento de custos na produção de conteúdo a gostos minoritários; pelos novos modelos de negócio e melhores vias de rentabilidade dos elevados custos fixos da criação cultural e informativa. O autor ressalta, por fim:

[...] nuevas posibilidades para la reformulación y la consolidación de modelos alternativos de no-mercado, cuya existencia y peso específico resultan una garantía inexcusable de la diversidad para los ciudadanos (de creación como de valores ideológicos) que la multiplicidad de productos (para el consumidor) no asegura por si sola: Desde la revitalización de servicio público hasta los espacios y redes de intercambio no mercantil (peer to peer) que, al mismo tiempo, trabajan la igualdad de acceso e la existencia de lugares para el florecimiento del talento creativo. (BUSTAMANTE, 2004, p. 23).

Sem cair em uma percepção excessivamente otimista em relação à digitalização, Bustamante (2004) nos revela riscos conhecidos nesse processo. A natureza privada das empresas que estão por trás da produção de conteúdo presume o lucro imediato, razão pela qual se põem em dúvida os direitos de acesso igualitário a esta produção, sobretudo nos países que não desfrutam previamente de um autêntico serviço público das comunicações. A concentração analógica migra com facilidade para a concentração digital, e as promessas de democratização não se concretizam, frustrando as promessas de uma abundância pluralista de oferta. O Estado, omisso por opção, é escamoteado de vez, “diminuindo seu peso e papel de referência no sistema comunicativo e cultural” (BUSTAMANTE, 2004, p. 27).

O autor conclui com a emergente necessidade de se discutir uma “nova política cultural”. Se a transição digital não supõe mais a participação intensa do Estado em todas as etapas de produção, não é possível despreocupar-se com sua total omissão, terceirizando a regulação para o setor privado em um “mercado que mostra sua incapacidade de garantir as vantagens e oportunidades oferecidas pela Era Digital; o desenvolvimento tecnológico está distante de equivaler

automaticamente ao desenvolvimento e menos ainda à redistribuição ou igualdade” (BUSTAMANTE, 2004, p. 27).

A partir de investigação dos autores Bustamante, Zallo (1988) e Sierra Caballero (2008), pudemos observar a incidência de algumas temáticas-chave acerca da investigação da “escola espanhola” sobre as políticas de comunicação como a digitalização das mídias, notadamente da televisão, e as dimensões assumidas pelas indústrias culturais e seus devaneios em direção à economia criativa, ora aclamada com o rótulo de indústrias criativas.

Despontam assim as características metodológicas disseminadas na literatura da área e internalizadas em obras sucessivas, individuais e coletivas. Igualmente, nota-se a subsunção de chaves de análises estruturadas em categorias inauguradas pela Escola de Frankfurt.

Em perspectiva podemos apontar o delineamento de padrões de análise bem consolidados sobre o desenvolvimento de matrizes analíticas, percursos históricos e instrumentais de suporte à investigação das indústrias midiáticas com expressiva produção no emprego das novas tecnologias, digitalização da televisão e convergência e diversidade.

Retomando as reflexões promovidas pela Unesco, a digitalização amplia a importância da formulação de políticas de comunicação em países periféricos. Assegurar a participação da sociedade na comunicação é requisito para garantir a multiplicidade de vozes, portanto a diversidade, e é papel do Estado criar mecanismos para evitar a verticalização da propriedade da mídia, tanto analógica quanto digital. Para isso, é necessária uma regulação econômica que aja para equilibrar o fluxo de informação, fundamental no processo democrático.

Entre o que é sonhado para a sociedade e as condições políticas objetivas que os governos e os estados nacionais encontram para implementar essas políticas há uma grande distância. Isso deriva de múltiplos fatores. O primeiro é a capacidade deficitária de alfabetização das sociedades para reconhecerem a importância do livre fluxo de

informação e compreenderem como ela pode dar-se. É preciso internalizar culturalmente para a sociedade que a comunicação tem relevância para a democracia e como isso sucede no cotidiano.

Acontece que há uma implicação correlata em que majoritariamente a organização do fluxo de informação é estruturada como qualquer outra célula no sistema capitalista, por meio da livre iniciativa de um negócio. Como em boa parte o sistema capitalista objetiva o lucro, os meios de comunicação tendem, sobretudo, a uma finalidade mercantil. A possibilidade de regular economicamente esses sistemas de comunicação, especialmente os privados, mas também os públicos, enfrenta uma resistência da mesma forma que outros setores não querem ser regulados.

As grandes empresas de mídia partem da livre iniciativa sob o conceito da liberdade de se organizarem e se posicionarem, da mesma forma que outros setores da economia. Cabe salientar, entretanto, que a capacidade mercadológica de uma empresa de mídia reflete em seu poder de influir de maneira mais ampla nos segmentos da sociedade, agendando o cidadão sob temas direcionados ao interesse privado dos donos dessa empresa. Em um cenário de concentração de propriedade e verticalização do fluxo de informações, o direito à cidadania é comprometido. Reside neste debate o primeiro grande conflito, a natureza econômica dos meios de comunicação influenciando diretamente em seu papel social.

Caminhos para superar esse conflito passam pela criação de mecanismos, por meio de políticas públicas, para que instituições da sociedade possam ter maior participação, não sobre a gestão dessas organizações, que são privadas, mas sobre o conteúdo que a sociedade assimila, especialmente o jornalístico. Há um problema, entretanto, que relaciona a regulação de conteúdo à censura. Pieranti (2008) observa que a aproximação, e até a ideia de uma relação sinônima entre os termos, pode ser explicada principalmente pelo contexto histórico do país.

Acreditar que regular o conteúdo equivale a censurar produções intelectuais é um dos pontos centrais desse debate. Pieranti (2008, p. 130) questiona “nesse processo, a falsa e proposital comunhão entre ambos, tônica do discurso recorrente, em detrimento de uma abordagem capaz de atentar para as claras dissonâncias existentes entre as práticas de censura e de regulação de conteúdo”.

Ainda que seja uma forma de normatizar, a regulação de conteúdo não é necessariamente censura. Com a censura, a regulação se baseia na ação proibitiva, mas ela pode ser realizada de outras maneiras, como o estabelecimento de diretrizes que permitam o alcance de metas reais a fim de garantir uma real liberdade de expressão e de imprensa (PIERANTI, 2008, p. 139), além de favorecer os processos de democratização da comunicação por meio de ações que, mesmo formalmente, direcionem a um amplo acesso aos meios de produção e veiculação.

Além da regulação do conteúdo, um caminho complementar para criar uma pluralidade na comunicação é o fomento a iniciativas de mídias comunitárias e públicas, visando a ampliar os meios de produção simbólica, especialmente aqueles sem finalidade comercial. O avanço na elaboração de políticas que regulem o setor de mídia economicamente, que estabeleçam um controle social do conteúdo, ou mesmo que criem meios de comunicação pública, sofre um entrave. Ainda é pouca a capacidade dos grupos de interesse de impor a agenda da democratização da comunicação ante o posicionamento do sistema midiático hegemônico em marginalizá-la. Uma vez que é a mídia que pode agendar as pautas na sociedade, não há interesse em fomentar medidas que subtraíam o poder desses meios, em qualquer medida.

Dessa forma, não apenas é suprimido o espaço de discussão desse tema, como qualquer processo de regulação é associado à censura. É esvaziada a pressão para incluí-lo na agenda política, que pauta a formulação de políticas no legislativo e no executivo, uma vez que o tema

perde a relevância ante outras pautas fomentadas pela própria mídia. Em outras palavras, o interesse pela livre iniciativa das empresas de comunicação na manutenção de seu poder hegemônico não visualiza a regulação do setor como algo benéfico ou prioritário, e recorre à sua própria capacidade de agendar a opinião pública para rechaçar esse tema. Tal problema, de natureza cíclica, torna pouco provável uma solução por dentro desse ecossistema.

Esse processo fica nítido na 1ª Conferência Nacional de Comunicação, a Confecom, realizada em 2009. Seu propósito se fundou na criação de um ambiente de discussão acerca das políticas públicas do setor, sob o importante foco dos desafios das comunicações na era digital. Além de representantes governamentais, a Conferência contou com a participação de diversas representações sociais (CUT, FNDC, Fenaj etc.) e associações empresariais, com destaque para a Associação Brasileira de Radiodifusão (Abra), a Telebrasil, Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), representada pelas Organizações Globo, a Associação Nacional dos Jornais (ANJ), e a ABTA (TV por assinatura). Na reta final da Conferência, Abert, ANJ e a ABTA se retiram, levando outras entidades empresariais a segui-las.

Foi justamente “o temor dos chamados ‘controles sociais da mídia’ e outras atitudes governamentais que teoricamente pressionariam o setor empresarial, além das pressões da sociedade civil, provocaram um embate que tinha como função tirar a própria legitimidade da conferência pelos interesses políticos que circundavam sua não realização” (CARVALHO; ZAMBON, 2010, p. 3). Sobre isso Carvalho e Xavier (2010) ainda completam que “a mídia, amplamente convidada ao debate e à organização da mesma, optou por não divulgar a Conferência e não pautar o assunto junto a sua audiência”, o que “dificultou a percepção social sobre a realização e importância da mesma” (CARVALHO; XAVIER, 2010, p. 62).

O caso da Confecom destaca a baixa capacidade de agendamento, mesmo quando os atores se colocam em torno do debate, evidenciando a predominância das empresas de comunicação como grupo de pressão da agenda social e política. Dessa forma, ainda que as diversas políticas de comunicação possuam importância na sociedade, o tema acaba marginalizado.

Cabral (2009) reforça essa perspectiva e compreende a formulação de Políticas de Comunicação como desdobramento de princípios determinantes de sua orientação ideológica, de seu caráter de promoção social e da contribuição para o desenvolvimento, a construção de processos regulatórios.

Motter (1994) aponta a relação de causalidade que a formulação das políticas teve no país, procurando demonstrar a relação das empresas de comunicação como parte, umbilicalmente, interessada na formulação das regras do jogo. Ele menciona o favorecimento que os políticos, especialmente locais, exercem sobre esse modelo, sobejamente por conta dos reiterados interesses em concessões e suas renovações.

Lopes (2008) assinala que a relação entre Estado e setor privado fora inaugurada na derrubada de todos os cinquenta e dois vetos apresentados pelo então presidente João Goulart, na aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações, ocasião em que foi organizada a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert).

Já Silveira defende que políticas de comunicação funcionam como elo fundamental para a constituição do estado nacional (território, idioma, legislação, povo, soberania). Para a autora, “as relações entre comunicação e estado supõem determinações que este determina sobre aquela” (2006, p. 1).

A formulação das políticas deve estar no cerne das atribuições do Estado e, na definição de Ramos (2000), tem de ocorrer a partir do embate de posições antagônicas no âmbito da esfera pública e transportadas para o Estado mínimo sob o máximo controle público, ou seja, um Estado

permanentemente em xeque pelas forças adversárias na sociedade. Mesquita (2013) define políticas de comunicação como políticas públicas e as descreve como um amplo arsenal de medidas elaboradas pelo poder público competente com a finalidade de afinar o sistema de Comunicações em relação aos direitos e demandas da sociedade civil.

O conjunto de escolhas políticas típicas da tradição liberal engendrada no Brasil a partir do século 19 e fortalecida na “onda neoliberal que varreu o planeta” no século subsequente. Nesse contexto, a receita é simples, composta basicamente pelo “fim do Estado nação, pelo Estado mínimo, portanto, de rejeição à interferência do Estado, em especial no que se refere à regulação da mídia” (LIMA, 2012, p. 61).

No seio do discurso liberal reside uma defesa paradoxal do conceito de liberdade de expressão, no Brasil assegurada pela Constituição Federal de 1988. Essa garantia deveria ser preservada a todo custo, e qualquer tentativa de defendê-la por meio de regulações é na verdade um obstáculo a essa liberdade. Em razão disso, em todos os episódios descritos anteriormente em que se buscou a democratização do acesso aos meios de comunicação, o debate restou obstruído pelas próprias forças do Estado e pelos atores hegemônicos, sob alegação de que essas iniciativas atentariam contra a liberdade de expressão, sobretudo nos debates referentes à regulação de conteúdo, o que Bolaño (BOLAÑO, 2007, p. 156) chama de falsa liberdade, já que “pouquíssimos são aqueles que têm direito assegurado em uma mídia como a brasileira, pois poucas são as vozes que ganham espaço na esfera pública”.

Essa controvérsia passa necessariamente pelos conceitos possíveis de liberdade de expressão. Do ponto de vista jurídico, temos a garantia do equilíbrio e da opinião pública com intuito de promoção e integração social (LINS, 2002). Para Santiago (SANTIAGO, 2016), o direito garante ao cidadão a liberdade de se expressar sem represálias nem muito menos censura prévia. Os limites impostos, nos países de tradição liberal, dizem respeito aos crimes contra a honra (calúnia, injúria e difamação, por

exemplo), contra menores e contra a divulgação de fatos e segredos relacionados à segurança nacional. No que concerne aos meios de comunicação, a referida liberdade garante a competição entre as empresas, fomenta a diversidade de ideias e opiniões, resguarda a atividade jornalística das pressões externas e garante a autonomia financeira dos produtores de conteúdo.

No Brasil, a partir dos anos 1990, a garantia da liberdade de expressão é defendida em consonância com extrema “fragmentação política e dispersão regulamentar” (RAMOS, 2006), que

[...] têm sido usadas como instrumentos de defesa de interesses hegemônicos para a manutenção dos privilégios dos grupos detentores das concessões em radiodifusão no Brasil, o que acarretou, no decorrer da história, a diminuição e até mesmo a anulação de iniciativas por parte do poder público, que poderiam causar qualquer tipo de mudança nesse cenário midiático. (BELLUZZO; CARVALHO; ANTUNES, 2016, p. 160).

A interpretação de que os meios de comunicação seriam “campo neutro” nas políticas públicas vem recepcionando forte enfrentamento, sobretudo quando se lembra que a comunicação mediada por radiodifusão ou telecomunicações é um serviço público, e como tal deve respeitar as leis do país e assegurar o ambiente democrático.

A controvérsia ficou clara quando das elaborações da Classificação Indicativa, em 2003, e da Nova Classificação Indicativa, em 2012 (ROMÃO; CANELA; ALARCON, 2006), que tinham como objetivos principais a orientação para os pais e responsáveis a respeito da influência que obras audiovisuais como programas de TV e jogos exercem sobre crianças e adolescentes. Trata-se de um aperfeiçoamento de concretização do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). A classificação, orientativa, delega ao cidadão a responsabilidade por

monitorar o conteúdo observado por seus filhos – o que a torna uma atividade “radicalmente democrática”, na avaliação de Romão (2006). A exibição do material, discricionária de seu produtor, fica condicionada apenas à faixa de horário mais adequada para aquele material, com escalas de inadequação proporcionadas por cenas de sexo, violência, consumo de drogas ou linguagem inadequada.

Até mesmo essa tentativa de classificação de conteúdo, que não consiste em censura prévia, autorregulação nem muito menos em impedimento de veiculação, enfrentou resistência dos meios de comunicação. Em 2004, cinco telejornais foram classificados como inapropriados para exibição antes das 21 horas, por exporem conteúdos violentos. O setor de radiodifusão se mostrou contrário à medida, alegando atentado contra a liberdade de expressão.

O resultado é que, desde então, programas jornalísticos estão livres de classificação. Como se denota, mesmo as discussões mais pontuais a respeito de regulações de conteúdo no Brasil passam pelo crivo liberal da noção de liberdade de expressão. Distintamente de experiências regulatórias de outros países, como a Inglaterra, que adotaram modelos baseados no jornalismo de interesse público.

Na busca pela independência editorial, estes serviços não podem sofrer influências externas que não a do interesse público, ou seja, não devem ser contaminados eventualmente por aquele que financia o serviço. O modelo britânico de financiamento da BBC tem relação direta com esta liberdade editorial, e este debate é revelado sutilmente por essa exposição de valores. (CARVALHO, 2014, p. 385).

Outra possibilidade de abordagem a respeito das políticas de comunicação no Brasil, deriva da *economia política da comunicação*, que permite uma análise crítica da correlação de forças, e que

se destacou por sua ênfase em descobrir e examinar o significado das instituições, especialmente empresas e governos, responsáveis pela produção, distribuição e intercâmbio das mercadorias de comunicação e a regulação do mercado de comunicação. (MOSCO, 2006, p. 76).

Pioneiro no tema, o canadense Dallas Smythe é o primeiro a relacionar, ainda nos anos 40 do século 20, as estratégias dos meios de comunicação de massa e o poder da audiência (SERRA, 2006). A tese foi enfrentada por críticos de linha marxista, para os quais a televisão representava (mais um) esquema do aparato ideológico estatal. Vem de Mattelart (2000) a contribuição derradeira para a contenda, ao equivaler em grau de importância as dimensões políticas, culturais e econômicas dos meios. Os autores encontram ainda aderência à linha de pesquisa de trabalhos de autores latino-americanos que criticaram as teorias da modernização e da dependência. “Ao longo dos anos a Economia Política da Comunicação ganhou força e adeptos, inclusive por meio de discussões referentes ao papel da comunicação e, em especial, da televisão” (CARDOSO; CARVALHO, 2011, p. 231).

No bojo desses estudos, imbricam-se reflexões acerca de propriedade e concentração dos meios de comunicação, formas de financiamento, políticas de Estado e de governo, indústrias culturais, comportamento e conteúdo da mídia – temas que em maior ou menor grau contribuem para o entendimento da comunicação como um dos componentes das relações de poder na sociedade capitalista (BOLAÑO; BRITTOS, 2007). Outro ângulo de estudos da teoria está vinculado às questões da política,

enquanto representatividade, abrangendo as regulamentações do setor da comunicação e ações

da sociedade como um todo, incluída aí não somente como quem está sob as consequências dessas duas grandes esferas, mas também como quem é partícipe e envolve-se nas decisões. (BRITTOS; BOLAÑO; ROSA, 2010, p. 2).

Outra frente teórica utilizada ao longo do percurso acadêmico para estabelecer a trajetória das políticas públicas de comunicação no Brasil foi a que relaciona comunicação e cidadania, adotando-se para tal duas concepções básicas elaboradas por Lima (2012, p. 58). A primeira, de tradição republicana, implica “reconhecimento mútuo, simetria de acesso a direitos e deveres nos campos econômico, étnico-racial e de gênero”. Na tradição liberal, a cidadania possui base individualista, expressa em interesses e direitos privados. Trata-se de uma cidadania de foro íntimo, “implicando ainda uma tensão não resolvida entre liberdade e igualdade” (LIMA, 2012, p. 58). Nos países capitalistas de tradição liberal, naturalmente, prevalece o conceito liberal de cidadania, exercida plenamente quando os direitos individuais são priorizados. Por essa razão, conforme já suficientemente elaborado, as tentativas de regulação dos meios de comunicação são fortemente enfrentadas sob o argumento de cerceamento das liberdades individuais, notadamente da liberdade de expressão.

Na visão de Santos (2006), esse é o fator estratégico para a manutenção do atual ordenamento social. Para o autor, “a aliança entre a defesa da propriedade privada de comunicação e a livre iniciativa econômica na área fundamenta o modelo de comunicação brasileiro”. Um contraponto é feito por Tresca (2008), identificando em políticas locais a existência de projetos que se orientam não pelo controle dos fluxos de conteúdos simbólicos e informativos ou pelo marco regulatório, mas pela noção de ampliação dos direitos de segmentos excluídos da população.

Tudo isso, muito embora o modelo brasileiro mantenha significativas diferenças em relação aos modelos internacionais, o que

acaba por demonstrar uma solução local para a definição de políticas que possuem grupos de interesse em escala global (SANTOS, 2007).

Para Geraldes e Sousa (2013), a Lei de Acesso à Informação é uma prioridade nas políticas de comunicação de uma organização pública, permitindo pensá-la como um fenômeno comunicacional que aponta para duas vertentes: a transparência ativa, que envolve um esforço em comunicar o que a organização faz. Nesse contexto, o Direito à Comunicação é comumente utilizado para ressignificar o sentido mais amplo dado às políticas de comunicação. Há nesse interregno o estabelecimento de políticas públicas para a comunicação, entendidas na sua condição de políticas sociais que provocam o amadurecimento da esfera pública. Liedtke (2013) lembra que a pluralidade e a desverticalização das informações tornam-se condições essenciais para o fortalecimento da cidadania, pautadas no direito à informação; no entanto, os grandes grupos ligados à comunicação resistem ao processo de mudança.

Reflexões finais

O estudo das políticas de comunicação é, em primeira análise, o estudo da participação do Estado e dos governos na garantia deste direito inalienável da condição humana – o direito de comunicar-se. Quanto mais aderente aos preceitos democráticos, mais o Estado estará disposto a salvaguardar essa condição. Quanto mais impermeável à mudança no *statu quo* que garantiu a presença de poucos e mesmos atores durante tanto tempo, menos afeito ao ideário democrático estará este Estado.

O acompanhamento das políticas de comunicação exige, portanto, vigilância constante para assegurar que os direitos conquistados não se percam por rupturas institucionais de qualquer natureza, sob pena de conduzir a sociedade para um cenário de instabilidade jurídica e injustiça social.

As políticas de comunicação também englobam políticas privadas para organizações e instituições e comunicação pública de instituições estatais e não estatais. Em ambos os casos, pode haver uma regulação estatal com normas, procedimentos e leis, ou uma política sendo analisada a partir da ação dessas próprias instituições e de seus interagentes, dos seus locutores públicos, que não necessariamente estatais.

Sendo múltiplos os aspectos que envolvem as políticas de comunicação, são amplos os motivos por que o Estado intervém no setor. Em primeiro lugar, porque o livre fluxo de informação é fundamental para a democracia, criando as condições de acesso do cidadão para que o indivíduo tenha condições de escolher, julgar e se posicionar, não só em processos de sufrágio universal, mas em uma perspectiva mais ampla de cidadania.

Dessa forma, quaisquer ações do Estado para a criação e o fortalecimento do livre fluxo de informações estarão contribuindo com a democracia, seja na visão sobre uma ação do Estado como regulador das relações sociais ou como um estado mínimo pouco intervencionista. Se há um fluxo de informação proporcionado por todas as mídias, as velhas e as novas, a garantia de sua circulação é importante para a democracia.

Assegurar esse livre fluxo de comunicação pressupõe regular a mídia, criando condições para a existência de uma multiplicidade de vozes, com mecanismos para controlar a influência do Estado e de divisões da sociedade. Apenas a partir da ação do Estado são criadas as condições mínimas sobre como essa comunicação deve ser estruturada e as condições sob as quais esse fluxo deve ser dado dentro dessas organizações.

A ação pode se dar por meio de vários mecanismos, entre eles leis, normas, procedimentos e regras. Além disso, também dependerá de que tipo de recurso envolve a comunicação; por exemplo, o espectro radioelétrico – o transporte de informação pelo ar. Se ele é finito, cabe ao

Estado regular para que todas as tecnologias que fizerem uso do espectro radioelétrico possam ter condições isonômicas e operação adequada. Se for pensada a internet, a neutralidade de rede que está no Marco Civil da internet é algo que assegura o livre fluxo de informação.

Ademais, o avanço tecnológico que impacta de maneira decisiva os meios e dispositivos de comunicação, ao caminhar sempre passos adiante da regulamentação, exige a competência acadêmica necessária para propor políticas de comunicação que garantam a diversidade de opiniões, o respeito aos direitos humanos, à preservação de crianças e adolescentes de conteúdos inapropriados, a igualdade de acesso à produção e à distribuição de bens simbólicos que trafeguem por meios de comunicação de massa – por definição, um serviço de utilidade pública.

O intento de desvelar as principais contribuições para a constituição de um *corpus* teórico da temática política de comunicações mostrou-se complexo e de difícil alcance. As principais dificuldades enfrentadas pelas pesquisas focam-se nos desafios teóricos e metodológicos que, por seu turno, são pouco tenazes. As razões da existência fluída de fronteiras teóricas e metodológicas que suportem as pesquisas em políticas de comunicação têm origem na própria subsunção que a constituição das estruturas de comunicação obteve ao longo de décadas: desde o seu nascituro privado, a histórica relação obtusa que o Estado mantém com os setores mercantis da área da comunicação releva-se seminal para as reiteradas pesquisas-denúncia.

Em síntese, é possível denotar ao menos quatro dimensões que adensam o conceito de políticas de comunicação: a ação reguladora/regulamentadora, com seu viés jurídico-normativo; a visão nacionalista, que interpreta as políticas como força motriz para o desenvolvimento dos países em diversos setores; a pragmática/instrumental, para a qual a comunicação é um direito social que pode ampliar a cidadania; e a dialética, que identifica nas estruturas dos *media* mecanismos de reprodutibilidade do Estado Liberal.

Há uma incontestável problemática a ser superada pelas reflexões em torno das pesquisas em políticas de comunicação, em especial no Brasil, que é a superação da dimensão instrumental da comunicação. É imperioso transpor uma visão pragmática das políticas públicas, para que a comunicação regulada pelo Estado seja observada em sua complexidade. Nesse cenário, a comunicação, enquanto direito humano, eivada das contradições do modelo liberal, será atributo das políticas com vista à cidadania, à democracia e à diversidade.

No enfoque das políticas de comunicação enquanto instrumento do Estado para a democratização da mídia persiste o agendamento temático das investigações, orientadas pelas demandas da sociedade civil organizada. Há um enorme esforço em analisar conteúdos e discursos na compreensão do lugar de fala dos atores envolvidos na formulação e execução das políticas públicas. É residual um alargamento do conceito de políticas de comunicação como mecanismo de estratégias e institucionalização de planos e ações de comunicação.

Destarte, asseveram-se as inovadoras incursões metodológicas de diversos autores, mas ainda há pouco sombreamento metodológico, uma frágil construção de diálogos entre teorias e objetos que solidifiquem modelos de análises capazes de sucumbir com a dicotomia dos antagonismos instaurados na esfera pública.

É instigador alumbrar um novo ciclo de pesquisas e, quiçá, tematizações que se movam na direção de uma episteme, com todas as fruições possíveis que as políticas legam das Ciências Sociais, em consonância com a multidisciplinaridade intrínseca da comunicação. É um dever orientar as futuras pesquisas para uma vigorosa formulação teórico-metodológica que aporte rigor às investigações, ao mesmo tempo que não dispa as pesquisas em políticas de comunicação de seu magma identitário.

Referências

BELLUZZO, R. C. B.; CARVALHO, J. M.; ANTUNES, D. L. Regulação de conteúdo - uma questão política ou social? **Multiplicidades**, v. VII, n. VI, p. 1, 2016.

BELTRÁN, L. R. **No renunciemos jamas a la utopia**, jun. 1982.

BOLAÑO. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.

BOLAÑO; BRITTOS, V. C. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. **Diário Oficial da União** Brasília. 5 out. 1988.

BRITES, J. **Uma nova ordem para a comunicação: a conveniência de esquecer uma utopia**. Anais. **Anais...**: XXXI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Natal: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008

BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S.; ROSA, A. M. O. **O GT “Economia Política e Políticas de Comunicação” da COMPÓS e a construção de uma epistemologia crítica da Comunicação**. Anais. **Anais...**: XIX. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. Rio de Janeiro: Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2010

BURITI, P. L. A.; CARVALHO, J. M. DE. **EBC e Conselho Curador: os embates enfrentados para consolidação do campo público**. Anais. **Anais...**: XXXV. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Fortaleza: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012 Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1807-1.pdf>>

BUSTAMANTE, E. En la transición de la era digital. Políticas de Comunicación y cultura. Nuevas necesidades estratégicas. **Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad**, v. 1, n. 9, p. 9–31, 2004.

CABRAL FILHO, A. V. **Comunicação como Política Social: sobre lugares e interlocuções**. Anais. **Anais...**: XXXII. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Curitiba: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009

CAPARELLI, S. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L & PM Editores, 1982.

CAPARELLI, S. Das políticas de comunicação à comunicação política (e vice-versa). **Pretextos (UFBA)**, p. 1–7, 1997.

CARDOSO; CARVALHO, J. M. Desafios da regulação da televisão pública no Brasil. In: **Sociedad Digital. Espacios para la interactividad y la inmersión**. Madrid: Icono14, 2011. v. 2p. 1144–1159.

CARVALHO, J. M. DE. Histórias, personagens e ideias: a trajetória da radiodifusão da BBC no Brasil. In: LINS DA SILVA, C. E. et al. (Eds.). **Ciências da Comunicação no Brasil 50 anos: Histórias para contar**. 1. ed. São Paulo: Intercom, 2014. v. 3p. 379–388.

CARVALHO, J. M. DE. **Estudos de Políticas de Comunicação, Jornalismo e Indústrias Criativas: um itinerário crítico**. Tese de Livre-docência—Bauru: Unesp, 2019.

CARVALHO, J. M. DE; CARDOSO, V. L. **Uma certa digressão conceitual: desafios identitários das políticas de comunicação**. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...**Foz do Iguaçu: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014

CARVALHO, J. M. DE; XAVIER, R. S. Os antecedentes e a luta atual em torno da Conferência Nacional de Comunicação. **Documenta - Revista Acadêmica do Curso de Comunicação Social da Faculdade CCAA**, v. 3, p. 59–75, 2010.

CARVALHO; ZAMBON, P. S. **Confecom: processo decisório e ação dos grupos de mídia**. Anais. **Anais...** III. In: ENCONTRO ULEPICC-BR. São Cristovão: Ulepícc Brasil - União Latina de Economia Política da Comunicação, Informação e Cultura, 2010

COELHO NETTO, J. T. **Dicionário Crítico de Política Cultural: Cultura e Imaginário**. São Paulo: Fapesp-Illuminuras, 1997.

COHEN, J. D. Políticas de comunicación. **Chasqui**, n. 28, out. 1988.

GERALDES, E.; SOUSA, J. **As Dimensões Comunicacionais da Lei de Acesso à Informação Pública**. Anais. **Anais...** XXVI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Manaus: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013

GUARESCHI, P. A. **A Sociologia crítica: alternativas de mudança**. Porto Alegre: Mundo Jovem, 1989.

LEAL, S. **O papel das agências reguladoras no Brasil**. Anais. **Anais...** XXVI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Belo Horizonte: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2003Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leal.pdf>

LIEDTKE, P. F. **Políticas de Comunicação: Breve Retrospectiva dos Temas em Disputa e Aplicações nas Organizações Públicas e Privadas no Brasil**. Anais. **Anais...** XXXVI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Manaus: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0833-1.pdf>>

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

LIMA, V. A. DE. Políticas de Mídia e Cidadania. In: SOARES, M. C. et al. (Eds.). **Mídia e Cidadania: conexões emergentes**. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2012. p. 57–68.

LINS, B. F. E. **Análise comparativa de políticas públicas de comunicação social**. Brasília: Consultoria Legislativa, Câmara dos Deputados, 2002. Disponível em: <<http://belins.eng.br/tr01/reports/109752.pdf>>.

LOPES, C. A. **Licitações nas outorgas de rádio e TV – a Ineficácia dos critérios técnicos**. Anais. **Anais...**: XXXI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Natal: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0386-1.pdf>>

MACBRIDE, S.; INTERNATIONAL COMMISSION FOR THE STUDY OF COMMUNICATION PROBLEMS. **Un solo mundo, voces múltiples : comunicación e información en nuestro tiempo**. 2a ed. abreviada. ed. México: Fondo de Cultura Económica, 1987.

MATTELART, A. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edicoes Loyola, 2000.

MELO, J. M. DE. Autocrítica para el rescate del NOMIC. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, v. 0, n. 41, p. 46–49, 1992.

MESQUITA, W. **Estudos de Caso nas Pesquisas de Políticas de Comunicação: Possibilidades**. Anais. **Anais...**: XXXVI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Manaus: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0183-1.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2018

MOSCO, V. La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. **CIC Cuadernos de Información y Comunicación**, v. 11, n. 0, p. 57–79, 30 nov. 2006.

MOTTER, P. O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney. **Comunicação & Política**, v. 1, n 1, p. 89–116, 1994.

PIERANTI. Censura versus regulação de conteúdo: em busca de uma definição conceitual. In: MATOS, P. E.; SARAIVA, E. J.; PIERANTI, O. P. (Eds.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: FGV, 2008. p. 129–142.

RAMOS, M. C. A política nacional de comunicações e a crise dos paradigmas. In: **Às Margens da Estrada do Futuro: comunicações, políticas e tecnologia**. Brasília: UnB, 2000.

RAMOS, M. C. Crítica do ambiente político-regulatório da comunicação social eletrônica brasileira: fragmentação política e dispersão regulamentar. In: CHAGAS, C. M. DE F.; ROMÃO, J. E. E.; LEAL, S. (Eds.). **Classificação indicativa no Brasil: desafios e perspectiva**. Brasília: Secretaria Nacional de Justiça, 2006. p. 49–64.

REBOUÇAS, E. **Por uma perspectiva comparativa eficiente no estudo de políticas e sistemas nacionais e internacionais de comunicações**. Anais. **Anais...**: XXIII. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. São Paulo: Intercom –

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2000Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/b9a9b33d269e1533f393c242ca19f074.pdf>>. Acesso em: 20 maio. 2014

ROMÃO, J. E.; CANELA, G.; ALARCON, A. **Manual da nova classificação indicativa**. Brasília: Ministério da Justiça, 2006.

ROMÃO, J. E. E. A Nova Classificação Indicativa no Brasil: construção democrática de um modelo. In: CHAGAS, C. M. DE F.; ROMÃO, J. E. E.; LEAL, S. (Eds.). **Classificação indicativa no Brasil: desafios e perspectiva**. Brasília: Secretaria Nacional de Justiça, 2006. p. 17–48.

SANTIAGO, E. Liberdade de Expressão. **Infoescola**, 2016.

SANTOS, B. S. DOS. **Elementos para desvendar a Política de Comunicação Comunitária do Estado Capitalista brasileiro: subsídios a partir de estudos na cidade de Maceió**. Anais. **Anais...** XXIX. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Brasília: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2006Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1081-1.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2018

SANTOS, S. DOS S. **Os prazos de validade dos coronelismos: a circunscrição a um momento de transição do sistema político nacional como herança conceitual do coronelismo ao coronelismo eletrônico**. Anais. **Anais...** XXX. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Santos: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1219-2.pdf>>

SARAVIA, E. Política pública, política cultural, indústrias culturais e indústrias criativas. In: BRASIL (Ed.). **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011–2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p. 93–96.

SERRA, S. **Vertentes da economia política da comunicação e pesquisa do Jornalismo**. Anais. **Anais...** In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. Bauru: Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2006

SIERRA CABALLERO, F. (ED.). **Teoría crítica y comunicación**. Madrd: Vison Libros, 2008.

SILVEIRA, A. C. M. **Comunicação e Estado. Políticas e zonas de intervalo**. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. **Anais...** XXIX. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Brasília: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2006Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0005-1.pdf>>

TRESCA, L. C. **Condicionantes para Análise de Políticas Públicas Locais de Comunicação**. Anais. **Anais...** XXXI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Natal: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-1123-1.pdf>>

UNESCO. **Declaración de San José**. San José: Unesco, 1976. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000476/047638sb.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2018.

WHITE, R. De las contradicciones en la comunicacion democratica. **Chasqui**, n. 7, set. 1983.

ZALLO ELGUEZABAL, R. **Economía de la comunicación y la cultura**. Madrid: Ediciones AKAL, 1988.