

**A economia política da comunicação e da cultura como referência para as pesquisas sobre políticas de comunicação**

**Political economy of communication and culture as reference for communication policies research**

**Economía política de la comunicación como referencia para las investigaciones a cerca de las políticas de comunicación**

**Adilson Vaz Cabral Filho**

Email: [acabral@comunicacao.pro.br](mailto:acabral@comunicacao.pro.br)

Professor da Universidade Federal Fluminense no Curso de Comunicação Social e no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano. Tem pós-doutorado, Doutorado e Mestrado em Comunicação Social. Atua nas áreas de Políticas de Comunicação e Comunicação Comunitária.

**Eula Dantas Taveira Cabral**

Email: [eulacabral@gmail.com](mailto:eulacabral@gmail.com)

Professora do Programa de Pós-graduação em Memória e Acervos, trabalha no Setor de Políticas Culturais da Fundação Casa de Rui Barbosa. Tem pós-doutorado, Doutorado e Mestrado em Comunicação Social. Atua nas áreas de Economia Política da Comunicação, da Cultura e da Informação.

Submetido em: 30.05.2020 Aprovado em: 26.10.2021



Creative Commons



Atribuição



NãoComercial



Compartilhalgal



## Resumo

Este artigo objetiva apresentar duas propostas de investigação que relacionam temas comuns às políticas de comunicação e da cultura, evidenciando entrelaçamentos dessas duas áreas que tomam a economia política da comunicação e da cultura como referência de análise. Ao abordar as políticas latino-americanas de comunicação comunitária e a diversidade cultural nos conglomerados de mídia, essas pesquisas reforçam uma visão crítica e sistêmica que contextualiza práticas midiáticas distintas em suas relações com o Estado, o mercado e a sociedade, bem como em suas dimensões global, regional e local, constituindo-se em áreas de atuação e espaços de formação que despertam novos e crescentes interesses.

Palavras-chave: Políticas de comunicação. Comunicação comunitária. Diversidade cultural. Economia política da comunicação e da cultura.

## Resumen

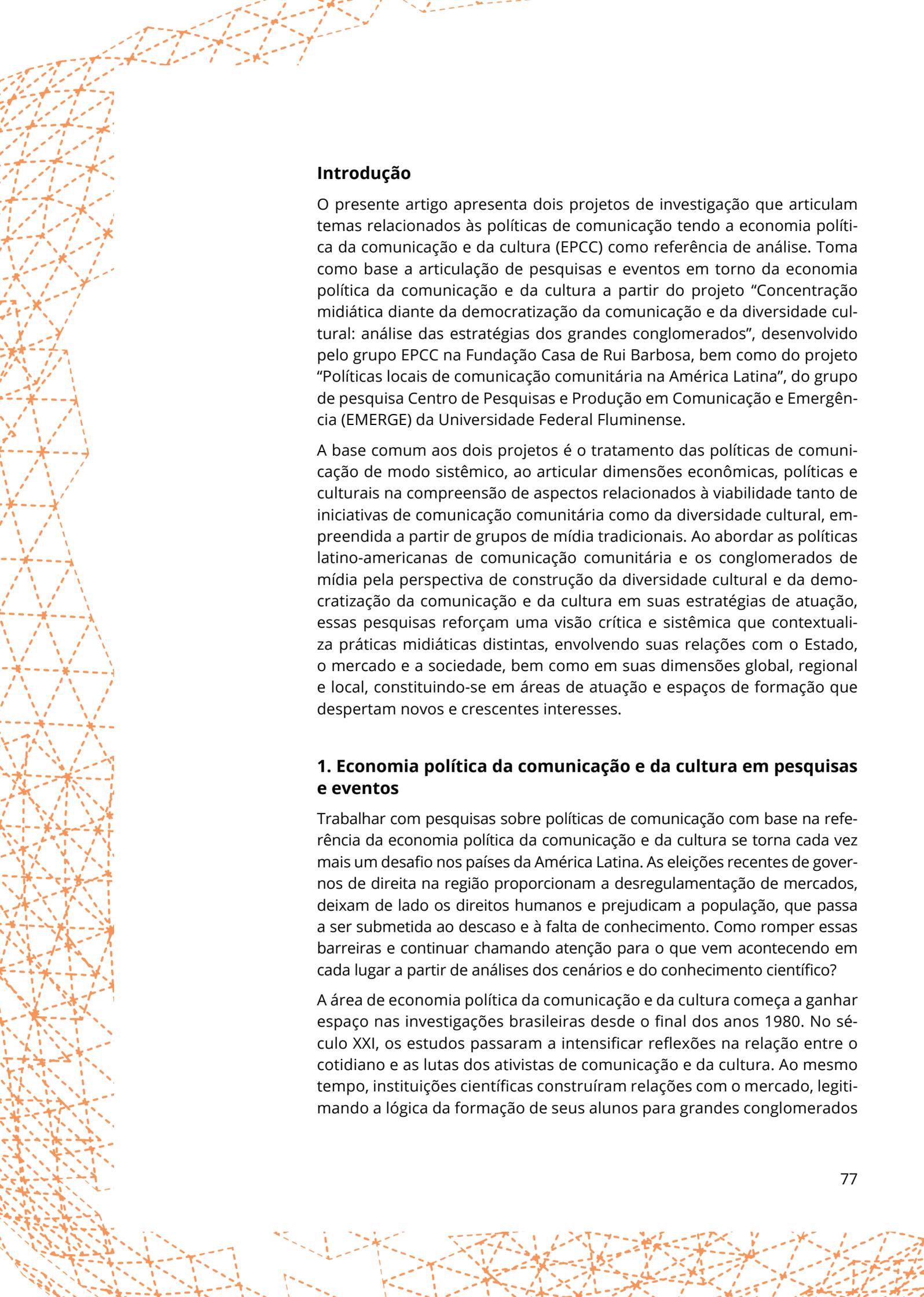
Este artículo tiene por objetivo presentar dos propuestas de investigación, ubicadas en temas relacionados con las políticas de comunicación y de la cultura, mostrando el entrelazamiento de estas dos áreas que toman la economía política de la comunicación y la cultura como referente de análisis. Al abordar las políticas de comunicación comunitaria de América Latina y la diversidad cultural en los conglomerados de medios, estas investigaciones refuerzan una visión crítica y sistémica que contextualiza las diferentes prácticas de los medios en sus relaciones con el Estado, el mercado y la sociedad, así como en sus dimensiones global, regional y local, constituyendo áreas de especialización y espacios de capacitación que despiertan nuevos y crecientes intereses.

Palabras-clave: Políticas de comunicación. Comunicación comunitaria. Diversidad cultural. Economía política de la comunicación y de la cultura

## Abstract

This article aims to present two research proposals, about themes related to policies of communication and culture, showing connections between these two areas that take the political economy of communication and culture as a reference for analysis. When addressing Latin American community communication policies and cultural diversity in media conglomerates, these researches reinforce a critical and systemic view that contextualizes different media practices in their relations with the state, the market and society, as well as in their global, regional and local dimensions, constituting areas of expertise and training spaces that arouse new and growing interests.

Keywords: Communication policies. Community communication. Cultural diversity. Political economy of communication and culture.



## Introdução

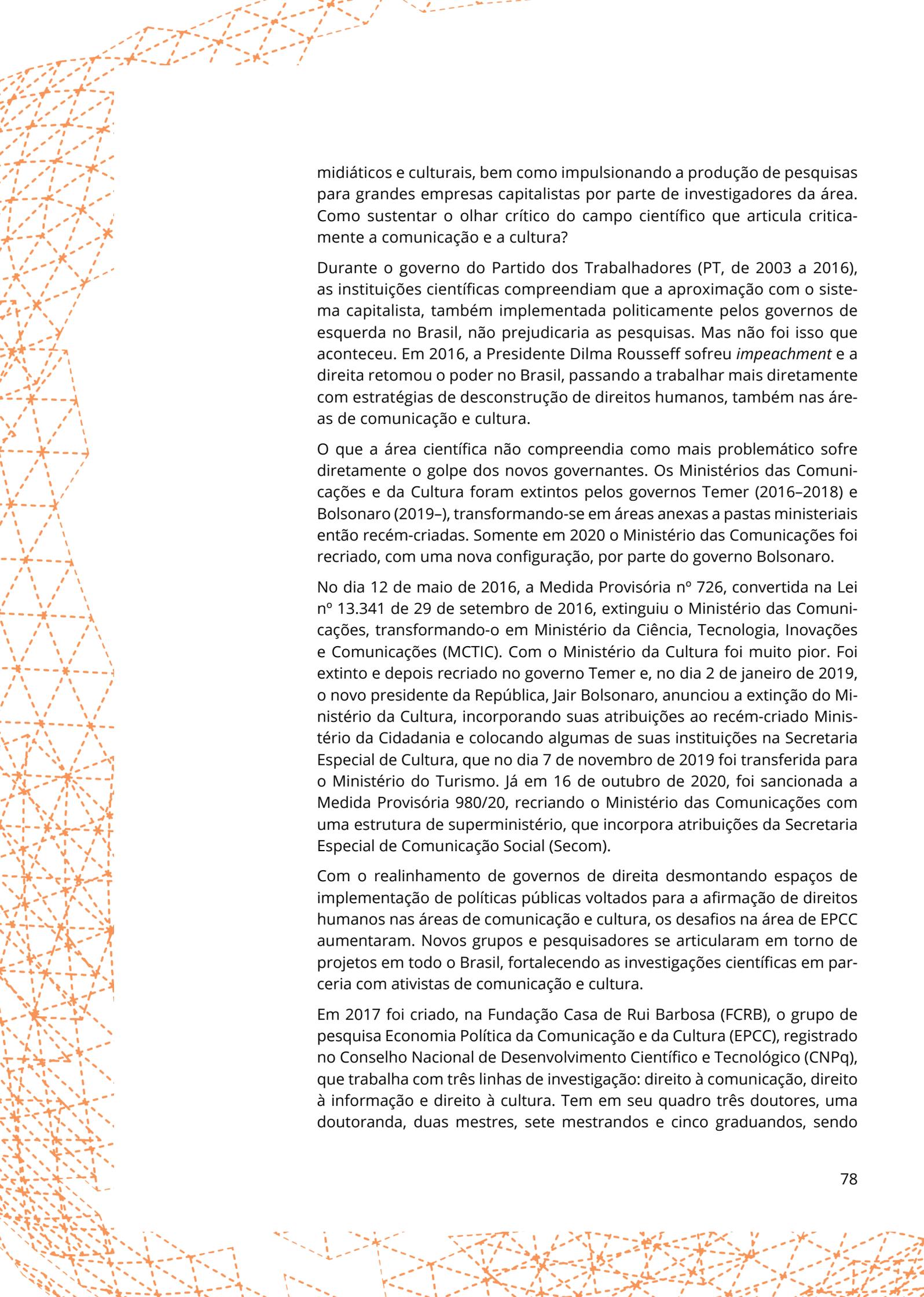
O presente artigo apresenta dois projetos de investigação que articulam temas relacionados às políticas de comunicação tendo a economia política da comunicação e da cultura (EPCC) como referência de análise. Toma como base a articulação de pesquisas e eventos em torno da economia política da comunicação e da cultura a partir do projeto “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados”, desenvolvido pelo grupo EPCC na Fundação Casa de Rui Barbosa, bem como do projeto “Políticas locais de comunicação comunitária na América Latina”, do grupo de pesquisa Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência (EMERGE) da Universidade Federal Fluminense.

A base comum aos dois projetos é o tratamento das políticas de comunicação de modo sistêmico, ao articular dimensões econômicas, políticas e culturais na compreensão de aspectos relacionados à viabilidade tanto de iniciativas de comunicação comunitária como da diversidade cultural, empreendida a partir de grupos de mídia tradicionais. Ao abordar as políticas latino-americanas de comunicação comunitária e os conglomerados de mídia pela perspectiva de construção da diversidade cultural e da democratização da comunicação e da cultura em suas estratégias de atuação, essas pesquisas reforçam uma visão crítica e sistêmica que contextualiza práticas midiáticas distintas, envolvendo suas relações com o Estado, o mercado e a sociedade, bem como em suas dimensões global, regional e local, constituindo-se em áreas de atuação e espaços de formação que despertam novos e crescentes interesses.

## 1. Economia política da comunicação e da cultura em pesquisas e eventos

Trabalhar com pesquisas sobre políticas de comunicação com base na referência da economia política da comunicação e da cultura se torna cada vez mais um desafio nos países da América Latina. As eleições recentes de governos de direita na região proporcionam a desregulamentação de mercados, deixam de lado os direitos humanos e prejudicam a população, que passa a ser submetida ao descaso e à falta de conhecimento. Como romper essas barreiras e continuar chamando atenção para o que vem acontecendo em cada lugar a partir de análises dos cenários e do conhecimento científico?

A área de economia política da comunicação e da cultura começa a ganhar espaço nas investigações brasileiras desde o final dos anos 1980. No século XXI, os estudos passaram a intensificar reflexões na relação entre o cotidiano e as lutas dos ativistas de comunicação e da cultura. Ao mesmo tempo, instituições científicas construíram relações com o mercado, legitimando a lógica da formação de seus alunos para grandes conglomerados



mediáticos e culturais, bem como impulsionando a produção de pesquisas para grandes empresas capitalistas por parte de investigadores da área. Como sustentar o olhar crítico do campo científico que articula criticamente a comunicação e a cultura?

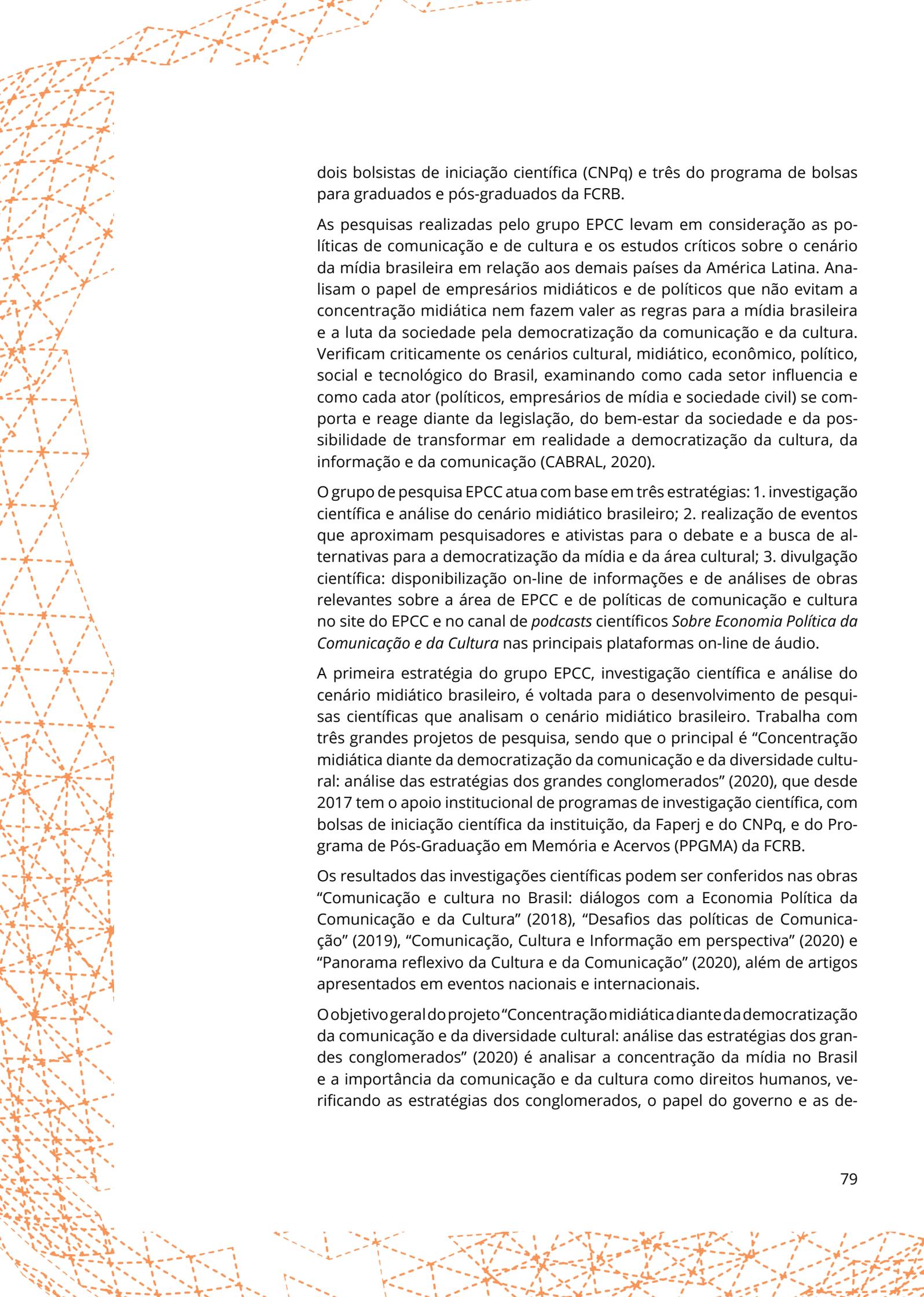
Durante o governo do Partido dos Trabalhadores (PT, de 2003 a 2016), as instituições científicas compreendiam que a aproximação com o sistema capitalista, também implementada politicamente pelos governos de esquerda no Brasil, não prejudicaria as pesquisas. Mas não foi isso que aconteceu. Em 2016, a Presidente Dilma Rousseff sofreu *impeachment* e a direita retomou o poder no Brasil, passando a trabalhar mais diretamente com estratégias de desconstrução de direitos humanos, também nas áreas de comunicação e cultura.

O que a área científica não compreendia como mais problemático sofre diretamente o golpe dos novos governantes. Os Ministérios das Comunicações e da Cultura foram extintos pelos governos Temer (2016–2018) e Bolsonaro (2019–), transformando-se em áreas anexas a pastas ministeriais então recém-criadas. Somente em 2020 o Ministério das Comunicações foi recriado, com uma nova configuração, por parte do governo Bolsonaro.

No dia 12 de maio de 2016, a Medida Provisória nº 726, convertida na Lei nº 13.341 de 29 de setembro de 2016, extinguiu o Ministério das Comunicações, transformando-o em Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC). Com o Ministério da Cultura foi muito pior. Foi extinto e depois recriado no governo Temer e, no dia 2 de janeiro de 2019, o novo presidente da República, Jair Bolsonaro, anunciou a extinção do Ministério da Cultura, incorporando suas atribuições ao recém-criado Ministério da Cidadania e colocando algumas de suas instituições na Secretaria Especial de Cultura, que no dia 7 de novembro de 2019 foi transferida para o Ministério do Turismo. Já em 16 de outubro de 2020, foi sancionada a Medida Provisória 980/20, recriando o Ministério das Comunicações com uma estrutura de superministério, que incorpora atribuições da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom).

Com o realinhamento de governos de direita desmontando espaços de implementação de políticas públicas voltados para a afirmação de direitos humanos nas áreas de comunicação e cultura, os desafios na área de EPCC aumentaram. Novos grupos e pesquisadores se articularam em torno de projetos em todo o Brasil, fortalecendo as investigações científicas em parceria com ativistas de comunicação e cultura.

Em 2017 foi criado, na Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), o grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), registrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que trabalha com três linhas de investigação: direito à comunicação, direito à informação e direito à cultura. Tem em seu quadro três doutores, uma doutoranda, duas mestres, sete mestrandos e cinco graduandos, sendo



dois bolsistas de iniciação científica (CNPq) e três do programa de bolsas para graduados e pós-graduados da FCRB.

As pesquisas realizadas pelo grupo EPCC levam em consideração as políticas de comunicação e de cultura e os estudos críticos sobre o cenário da mídia brasileira em relação aos demais países da América Latina. Analisam o papel de empresários midiáticos e de políticos que não evitam a concentração midiática nem fazem valer as regras para a mídia brasileira e a luta da sociedade pela democratização da comunicação e da cultura. Verificam criticamente os cenários cultural, midiático, econômico, político, social e tecnológico do Brasil, examinando como cada setor influencia e como cada ator (políticos, empresários de mídia e sociedade civil) se comporta e reage diante da legislação, do bem-estar da sociedade e da possibilidade de transformar em realidade a democratização da cultura, da informação e da comunicação (CABRAL, 2020).

O grupo de pesquisa EPCC atua com base em três estratégias: 1. investigação científica e análise do cenário midiático brasileiro; 2. realização de eventos que aproximam pesquisadores e ativistas para o debate e a busca de alternativas para a democratização da mídia e da área cultural; 3. divulgação científica: disponibilização on-line de informações e de análises de obras relevantes sobre a área de EPCC e de políticas de comunicação e cultura no site do EPCC e no canal de *podcasts* científicos *Sobre Economia Política da Comunicação e da Cultura* nas principais plataformas on-line de áudio.

A primeira estratégia do grupo EPCC, investigação científica e análise do cenário midiático brasileiro, é voltada para o desenvolvimento de pesquisas científicas que analisam o cenário midiático brasileiro. Trabalha com três grandes projetos de pesquisa, sendo que o principal é “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (2020), que desde 2017 tem o apoio institucional de programas de investigação científica, com bolsas de iniciação científica da instituição, da Faperj e do CNPq, e do Programa de Pós-Graduação em Memória e Acervos (PPGMA) da FCRB.

Os resultados das investigações científicas podem ser conferidos nas obras “Comunicação e cultura no Brasil: diálogos com a Economia Política da Comunicação e da Cultura” (2018), “Desafios das políticas de Comunicação” (2019), “Comunicação, Cultura e Informação em perspectiva” (2020) e “Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação” (2020), além de artigos apresentados em eventos nacionais e internacionais.

O objetivo geral do projeto “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (2020) é analisar a concentração da mídia no Brasil e a importância da comunicação e da cultura como direitos humanos, verificando as estratégias dos conglomerados, o papel do governo e as de-



mandas das organizações sociais que defendem a democratização da comunicação e a diversidade cultural.

A metodologia científica é baseada nos métodos quantitativo e qualitativo, através de estudos de casos e pesquisas exploratórias e descritivas de caráter multimetodológico, utilizando-se pesquisas bibliográficas e documentais, entrevistas semiestruturadas e o site EPCC. Assim, todo o referencial teórico é voltado para a economia política da comunicação e da cultura, políticas de comunicação e da cultura, concentração da mídia, novas tecnologias, democratização da comunicação e da cultura e diversidade cultural (CABRAL, 2020).

Nas pesquisas que vêm sendo realizadas, observou-se que os cinco maiores grupos midiáticos privados do Brasil (Globo, SBT, Record, Bandeirantes e Rede TV!), que têm como proprietários famílias, políticos e igrejas que controlam as emissoras de rádio e TV aberta em quase 100% do território brasileiro, influenciam ideologicamente a sociedade brasileira e não valorizam a diversidade cultural de um país multicultural como o Brasil. Além disso, as telecomunicações são dominadas por cinco grupos (Vivo, Oi, Claro, Tim e Sky) estrangeiros que controlam a telefonia, a internet e a TV por assinatura. O controle da radiodifusão e das telecomunicações no Brasil por poucos conglomerados impede que haja democratização da comunicação e da cultura.

As referências bibliográficas do grupo EPCC contam com autores como Armand Mattelart (2005), John Thompson (1998), Cees Hamelink (1981), Paulo Faustino (2013), Alfonso Sánchez-Taberner (2002), Dênis de Moraes (2016), Ben H. Bagdikian (1993), Pérez Gomez (2000), Anamaria Fadul (1998), Valério Brittos (2008), Murilo César Ramos (2000), John Holloway (2003), Lia Calabre (2015), César Bolaño (2008), Vincent Mosco (2011), Jacqueline Dourado (2016), Francisco Sierra Caballero (2013), Luis Albornoz (2017), Othon Jambeiro (2000), Venício Lima (2012) e Marcial Murciano (2006), entre outros que também estão enumerados na seção Biblioteca do site EPCC.

É importante ressaltar que, no grupo EPCC, cada participante vem se especializando em uma área que mostre o porquê de lutar em prol da democratização da comunicação e da cultura no Brasil. Todos trabalham o referencial teórico proposto, as pesquisas de mercado e o que é publicado diariamente na mídia e no *Diário Oficial da União*, além de conhecer os autores, as teorias e o conteúdo proposto em cada artigo e livro fichados e, assim, poder refletir e analisar as temáticas em artigos científicos, *podcasts* e *e-books* do projeto EPCC, apresentados em eventos científicos nacionais e internacionais.

Já a segunda estratégia do grupo EPCC, que trabalha em conjunto com o projeto de pesquisa, é a realização de eventos científicos com o objetivo de aproximar pesquisadores e ativistas para o debate e a busca de alternativas para a democratização da mídia e da área cultural. De 2017 a 2021, já foram realizados mais de 50 eventos científicos, como os Colóquios de Economia Política da Comunicação e da Cultura, disponibilizados no canal do grupo



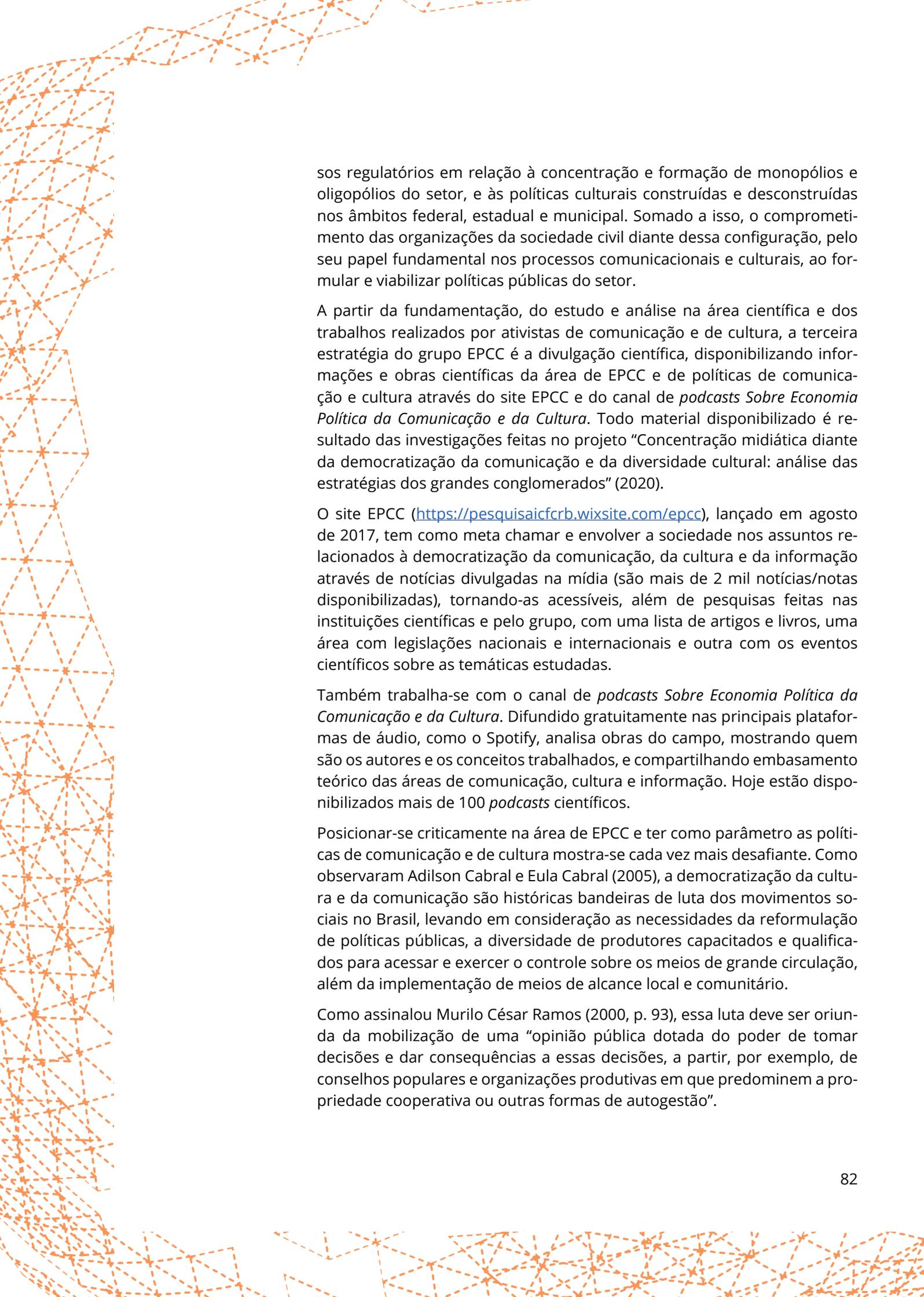
(EPCC Brasil), no Youtube e no site EPCC. Participam como palestrantes e mediadores pesquisadores que têm posicionamento crítico em relação às áreas de comunicação e cultura, analisando o cenário brasileiro e buscando contribuir com alternativas que podem ser adotadas pela sociedade civil em qualquer parte do Brasil. É o caso de Marcos Dantas, Cesar Bolaño, Murilo César Ramos, Suzy dos Santos, Juliano de Carvalho, entre outros.

Como resultado dos eventos realizados, foi publicado em 2018 o *e-book* “Comunicação e Cultura no Brasil: diálogos com a Economia Política da Comunicação e da Cultura”, com textos escritos por alguns dos palestrantes dos eventos realizados. A obra está disponível no site da EPCC e no da FCRB. Em 2019, junto com o grupo de trabalho de Políticas da Comunicação da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc Brasil), foi publicada a obra on-line “Desafios das Políticas de Comunicação”. Em 2020, foram organizados dois *e-books*: “Comunicação, Cultura e Informação em perspectiva” e “Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação”, disponibilizados gratuitamente na internet, com textos dos palestrantes dos eventos realizados e com pesquisas dos membros do grupo EPCC, a partir do projeto de pesquisa “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” e da parceria dos grupos EPCC e EMERGE.

Os organizadores das obras compreendem ser a economia política da comunicação e da cultura (EPCC) fundamental porque, com viés crítico e analítico, auxilia na análise e na compreensão do que vem acontecendo nos mercados midiático e cultural brasileiro, assim como da regulação promovida pelo Estado, a partir da movimentação entre os diversos setores da sociedade. Além de levar a compreender o jogo empreendido pelos atores sociais e a atuação da sociedade civil, fornece subsídios mais estruturados para melhor compreender as reais capacidades da sociedade de poder dar as cartas e fazer valer suas necessidades, afirmando a comunicação e a cultura como direitos humanos em prol do interesse público.

Nas obras “Comunicação e cultura no Brasil: diálogos com a Economia Política da Comunicação e da Cultura” (2018), “Desafios das políticas de comunicação” (2019), “Comunicação, Cultura e Informação em perspectiva” (2020) e “Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação” (2020), as(os) pesquisadoras(es) da área verificam que a partir dos estudos na área de EPCC é possível: identificar problemas e teorias que concebem realidades persistentes dos entornos informativo e cultural; analisar a reconstrução histórica, tornando compreensíveis as contraditórias condições sociais, acadêmicas e político-culturais; e promover a reflexão sobre o posicionamento e compromisso social da teoria com a prática dos movimentos sociais.

É importante destacar que, como teoria crítica no âmbito dos estudos comunicacionais e culturais, a EPCC analisa as funções das redes comerciais corporativas no Brasil, do Estado, dos diversos governos e dos proces-



tos regulatórios em relação à concentração e formação de monopólios e oligopólios do setor, e às políticas culturais construídas e desconstruídas nos âmbitos federal, estadual e municipal. Somado a isso, o comprometimento das organizações da sociedade civil diante dessa configuração, pelo seu papel fundamental nos processos comunicacionais e culturais, ao formular e viabilizar políticas públicas do setor.

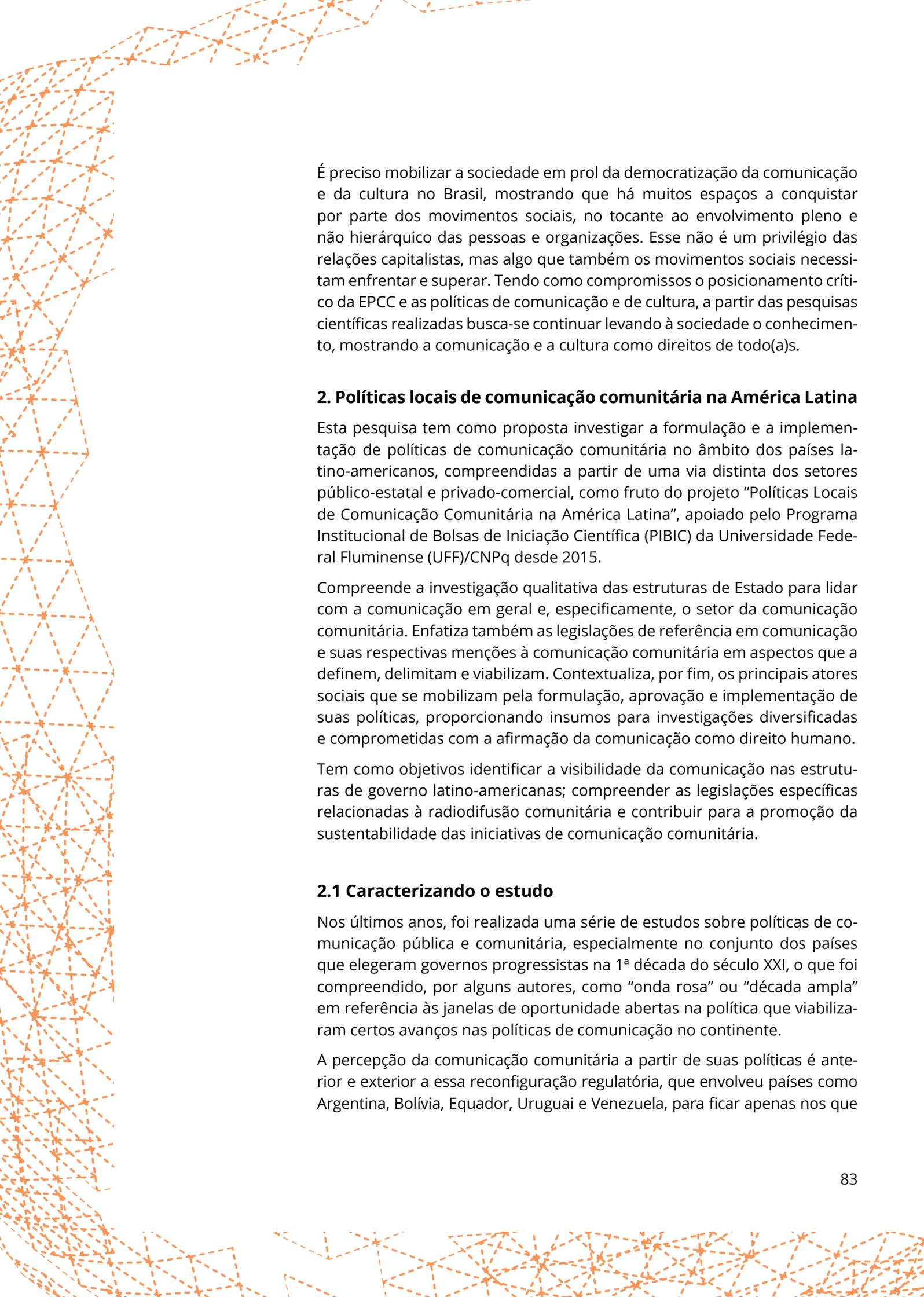
A partir da fundamentação, do estudo e análise na área científica e dos trabalhos realizados por ativistas de comunicação e de cultura, a terceira estratégia do grupo EPCC é a divulgação científica, disponibilizando informações e obras científicas da área de EPCC e de políticas de comunicação e cultura através do site EPCC e do canal de *podcasts Sobre Economia Política da Comunicação e da Cultura*. Todo material disponibilizado é resultado das investigações feitas no projeto “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (2020).

O site EPCC (<https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc>), lançado em agosto de 2017, tem como meta chamar e envolver a sociedade nos assuntos relacionados à democratização da comunicação, da cultura e da informação através de notícias divulgadas na mídia (são mais de 2 mil notícias/notas disponibilizadas), tornando-as acessíveis, além de pesquisas feitas nas instituições científicas e pelo grupo, com uma lista de artigos e livros, uma área com legislações nacionais e internacionais e outra com os eventos científicos sobre as temáticas estudadas.

Também trabalha-se com o canal de *podcasts Sobre Economia Política da Comunicação e da Cultura*. Difundido gratuitamente nas principais plataformas de áudio, como o Spotify, analisa obras do campo, mostrando quem são os autores e os conceitos trabalhados, e compartilhando embasamento teórico das áreas de comunicação, cultura e informação. Hoje estão disponibilizados mais de 100 *podcasts* científicos.

Posicionar-se criticamente na área de EPCC e ter como parâmetro as políticas de comunicação e de cultura mostra-se cada vez mais desafiante. Como observaram Adilson Cabral e Eula Cabral (2005), a democratização da cultura e da comunicação são históricas bandeiras de luta dos movimentos sociais no Brasil, levando em consideração as necessidades da reformulação de políticas públicas, a diversidade de produtores capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre os meios de grande circulação, além da implementação de meios de alcance local e comunitário.

Como assinalou Murilo César Ramos (2000, p. 93), essa luta deve ser oriunda da mobilização de uma “opinião pública dotada do poder de tomar decisões e dar consequências a essas decisões, a partir, por exemplo, de conselhos populares e organizações produtivas em que predominem a propriedade cooperativa ou outras formas de autogestão”.



É preciso mobilizar a sociedade em prol da democratização da comunicação e da cultura no Brasil, mostrando que há muitos espaços a conquistar por parte dos movimentos sociais, no tocante ao envolvimento pleno e não hierárquico das pessoas e organizações. Esse não é um privilégio das relações capitalistas, mas algo que também os movimentos sociais necessitam enfrentar e superar. Tendo como compromissos o posicionamento crítico da EPCC e as políticas de comunicação e de cultura, a partir das pesquisas científicas realizadas busca-se continuar levando à sociedade o conhecimento, mostrando a comunicação e a cultura como direitos de todo(a)s.

## **2. Políticas locais de comunicação comunitária na América Latina**

Esta pesquisa tem como proposta investigar a formulação e a implementação de políticas de comunicação comunitária no âmbito dos países latino-americanos, compreendidas a partir de uma via distinta dos setores público-estatal e privado-comercial, como fruto do projeto “Políticas Locais de Comunicação Comunitária na América Latina”, apoiado pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Universidade Federal Fluminense (UFF)/CNPq desde 2015.

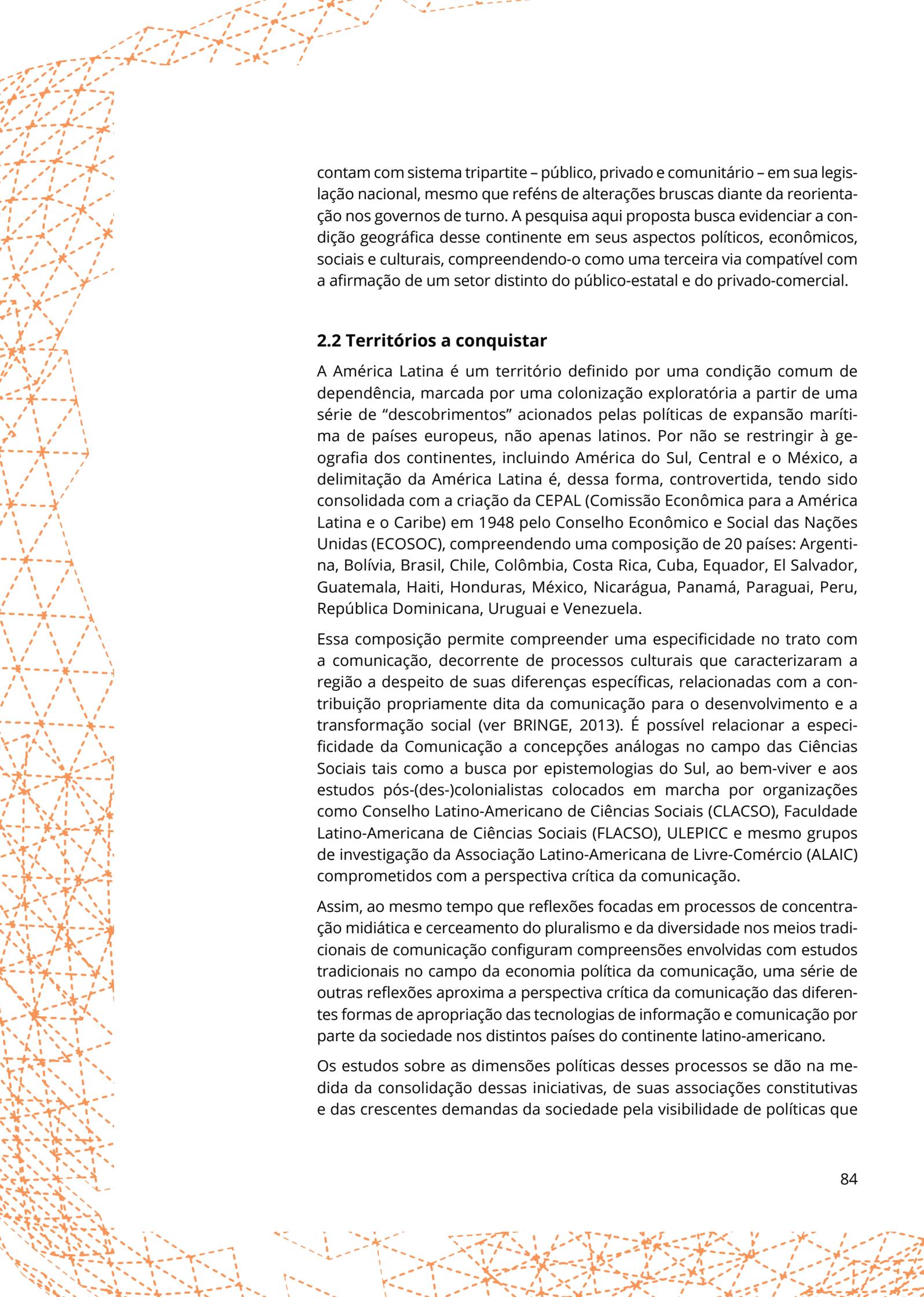
Compreende a investigação qualitativa das estruturas de Estado para lidar com a comunicação em geral e, especificamente, o setor da comunicação comunitária. Enfatiza também as legislações de referência em comunicação e suas respectivas menções à comunicação comunitária em aspectos que a definem, delimitam e viabilizam. Contextualiza, por fim, os principais atores sociais que se mobilizam pela formulação, aprovação e implementação de suas políticas, proporcionando insumos para investigações diversificadas e comprometidas com a afirmação da comunicação como direito humano.

Tem como objetivos identificar a visibilidade da comunicação nas estruturas de governo latino-americanas; compreender as legislações específicas relacionadas à radiodifusão comunitária e contribuir para a promoção da sustentabilidade das iniciativas de comunicação comunitária.

### **2.1 Caracterizando o estudo**

Nos últimos anos, foi realizada uma série de estudos sobre políticas de comunicação pública e comunitária, especialmente no conjunto dos países que elegeram governos progressistas na 1ª década do século XXI, o que foi compreendido, por alguns autores, como “onda rosa” ou “década ampla” em referência às janelas de oportunidade abertas na política que viabilizaram certos avanços nas políticas de comunicação no continente.

A percepção da comunicação comunitária a partir de suas políticas é anterior e exterior a essa reconfiguração regulatória, que envolveu países como Argentina, Bolívia, Equador, Uruguai e Venezuela, para ficar apenas nos que



contam com sistema tripartite – público, privado e comunitário – em sua legislação nacional, mesmo que reféns de alterações bruscas diante da reorientação nos governos de turno. A pesquisa aqui proposta busca evidenciar a condição geográfica desse continente em seus aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais, compreendendo-o como uma terceira via compatível com a afirmação de um setor distinto do público-estatal e do privado-comercial.

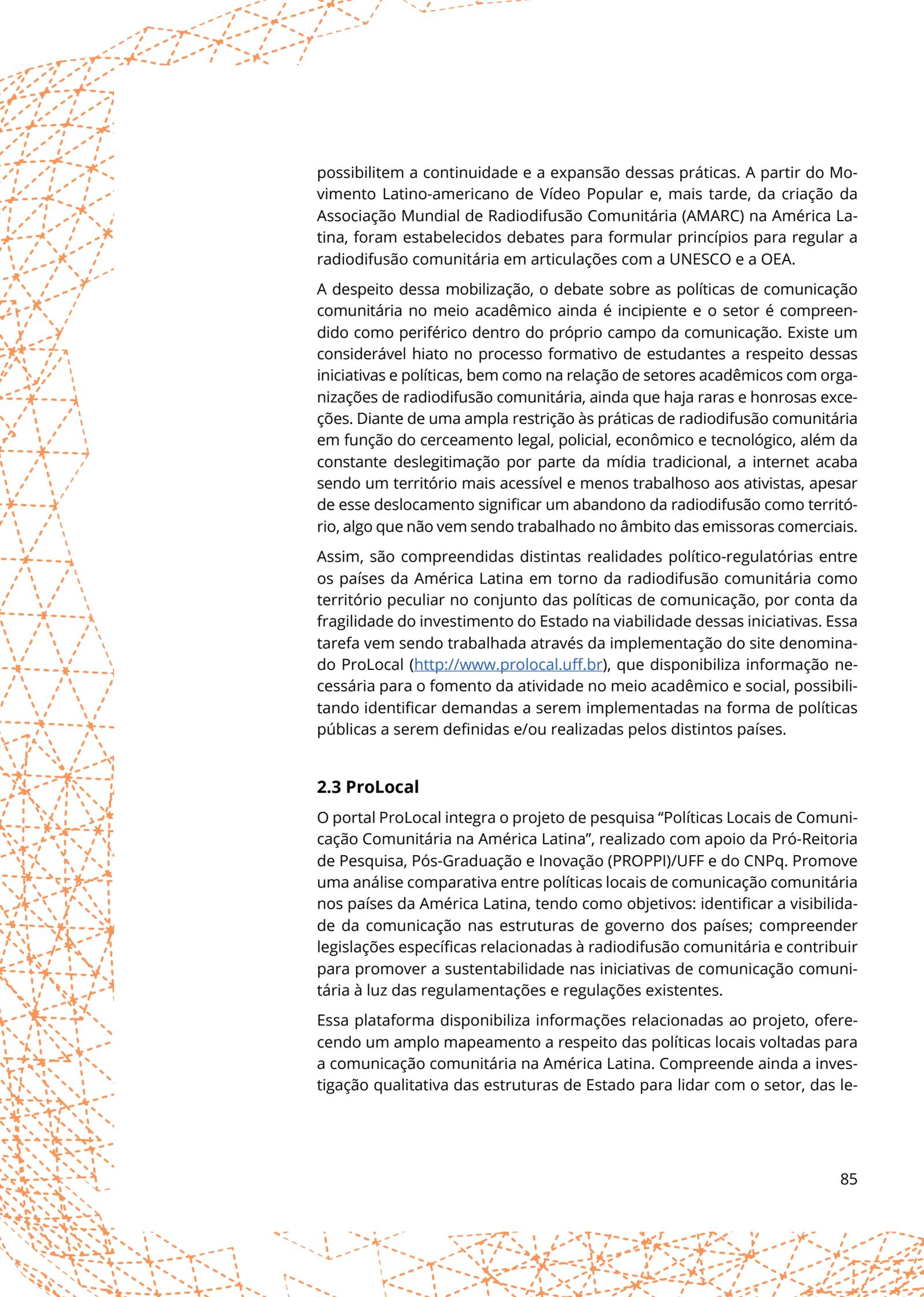
## **2.2 Territórios a conquistar**

A América Latina é um território definido por uma condição comum de dependência, marcada por uma colonização exploratória a partir de uma série de “descobrimientos” acionados pelas políticas de expansão marítima de países europeus, não apenas latinos. Por não se restringir à geografia dos continentes, incluindo América do Sul, Central e o México, a delimitação da América Latina é, dessa forma, controvertida, tendo sido consolidada com a criação da CEPAL (Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe) em 1948 pelo Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (ECOSOC), compreendendo uma composição de 20 países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

Essa composição permite compreender uma especificidade no trato com a comunicação, decorrente de processos culturais que caracterizaram a região a despeito de suas diferenças específicas, relacionadas com a contribuição propriamente dita da comunicação para o desenvolvimento e a transformação social (ver BRINGE, 2013). É possível relacionar a especificidade da Comunicação a concepções análogas no campo das Ciências Sociais tais como a busca por epistemologias do Sul, ao bem-viver e aos estudos pós-(des-)colonialistas colocados em marcha por organizações como Conselho Latino-Americano de Ciências Sociais (CLACSO), Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (FLACSO), ULEPICC e mesmo grupos de investigação da Associação Latino-Americana de Livre-Comércio (ALAI) comprometidos com a perspectiva crítica da comunicação.

Assim, ao mesmo tempo que reflexões focadas em processos de concentração midiática e cerceamento do pluralismo e da diversidade nos meios tradicionais de comunicação configuram compreensões envolvidas com estudos tradicionais no campo da economia política da comunicação, uma série de outras reflexões aproxima a perspectiva crítica da comunicação das diferentes formas de apropriação das tecnologias de informação e comunicação por parte da sociedade nos distintos países do continente latino-americano.

Os estudos sobre as dimensões políticas desses processos se dão na medida da consolidação dessas iniciativas, de suas associações constitutivas e das crescentes demandas da sociedade pela visibilidade de políticas que



possibilitem a continuidade e a expansão dessas práticas. A partir do Movimento Latino-americano de Vídeo Popular e, mais tarde, da criação da Associação Mundial de Radiodifusão Comunitária (AMARC) na América Latina, foram estabelecidos debates para formular princípios para regular a radiodifusão comunitária em articulações com a UNESCO e a OEA.

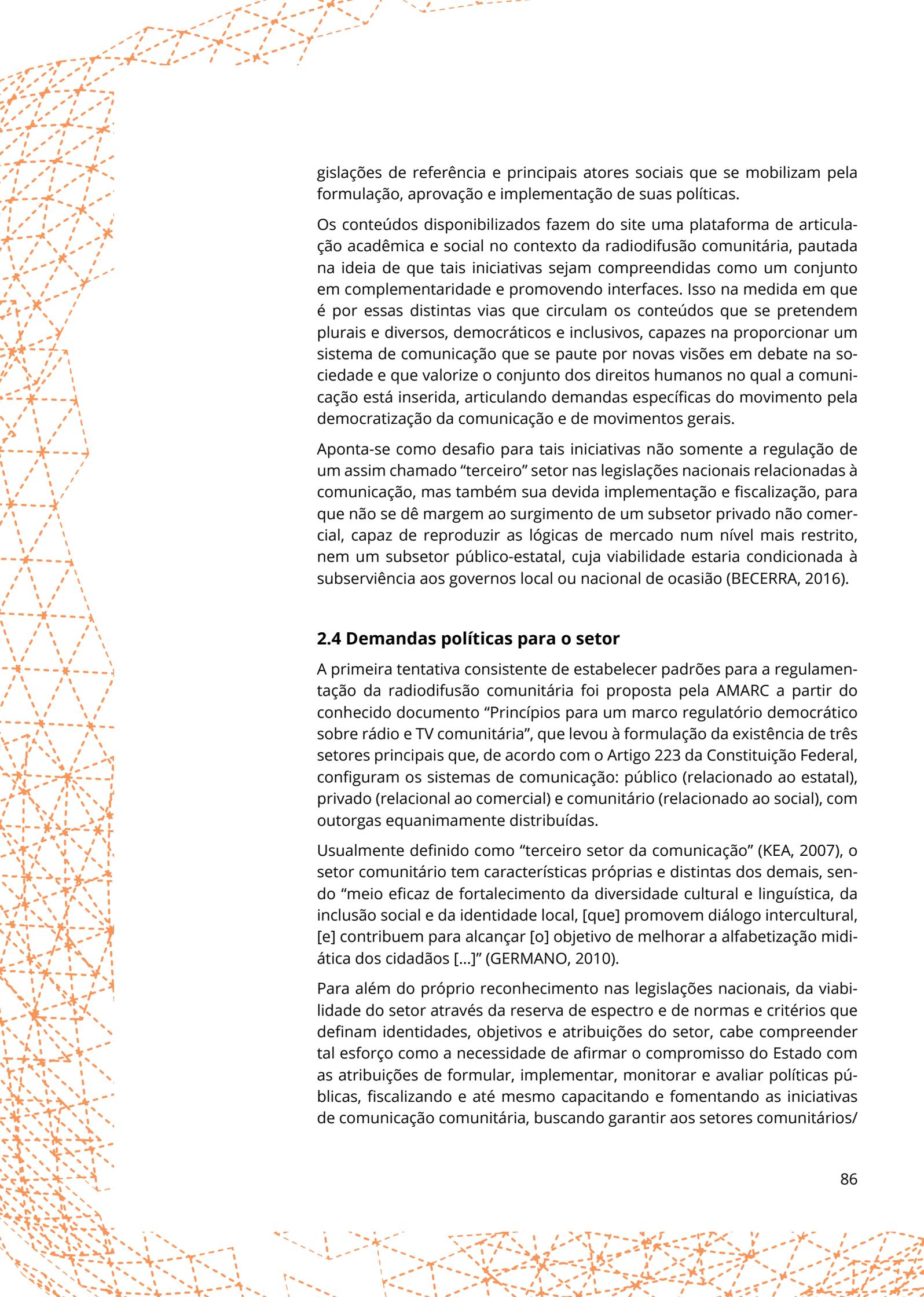
A despeito dessa mobilização, o debate sobre as políticas de comunicação comunitária no meio acadêmico ainda é incipiente e o setor é compreendido como periférico dentro do próprio campo da comunicação. Existe um considerável hiato no processo formativo de estudantes a respeito dessas iniciativas e políticas, bem como na relação de setores acadêmicos com organizações de radiodifusão comunitária, ainda que haja raras e honrosas exceções. Diante de uma ampla restrição às práticas de radiodifusão comunitária em função do cerceamento legal, policial, econômico e tecnológico, além da constante deslegitimação por parte da mídia tradicional, a internet acaba sendo um território mais acessível e menos trabalhoso aos ativistas, apesar de esse deslocamento significar um abandono da radiodifusão como território, algo que não vem sendo trabalhado no âmbito das emissoras comerciais.

Assim, são compreendidas distintas realidades político-regulatórias entre os países da América Latina em torno da radiodifusão comunitária como território peculiar no conjunto das políticas de comunicação, por conta da fragilidade do investimento do Estado na viabilidade dessas iniciativas. Essa tarefa vem sendo trabalhada através da implementação do site denominado ProLocal (<http://www.prolocal.uff.br>), que disponibiliza informação necessária para o fomento da atividade no meio acadêmico e social, possibilitando identificar demandas a serem implementadas na forma de políticas públicas a serem definidas e/ou realizadas pelos distintos países.

### **2.3 ProLocal**

O portal ProLocal integra o projeto de pesquisa “Políticas Locais de Comunicação Comunitária na América Latina”, realizado com apoio da Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PROPPi)/UFF e do CNPq. Promove uma análise comparativa entre políticas locais de comunicação comunitária nos países da América Latina, tendo como objetivos: identificar a visibilidade da comunicação nas estruturas de governo dos países; compreender legislações específicas relacionadas à radiodifusão comunitária e contribuir para promover a sustentabilidade nas iniciativas de comunicação comunitária à luz das regulamentações e regulações existentes.

Essa plataforma disponibiliza informações relacionadas ao projeto, oferecendo um amplo mapeamento a respeito das políticas locais voltadas para a comunicação comunitária na América Latina. Compreende ainda a investigação qualitativa das estruturas de Estado para lidar com o setor, das le-



gislações de referência e principais atores sociais que se mobilizam pela formulação, aprovação e implementação de suas políticas.

Os conteúdos disponibilizados fazem do site uma plataforma de articulação acadêmica e social no contexto da radiodifusão comunitária, pautada na ideia de que tais iniciativas sejam compreendidas como um conjunto em complementaridade e promovendo interfaces. Isso na medida em que é por essas distintas vias que circulam os conteúdos que se pretendem plurais e diversos, democráticos e inclusivos, capazes na proporcionar um sistema de comunicação que se paute por novas visões em debate na sociedade e que valorize o conjunto dos direitos humanos no qual a comunicação está inserida, articulando demandas específicas do movimento pela democratização da comunicação e de movimentos gerais.

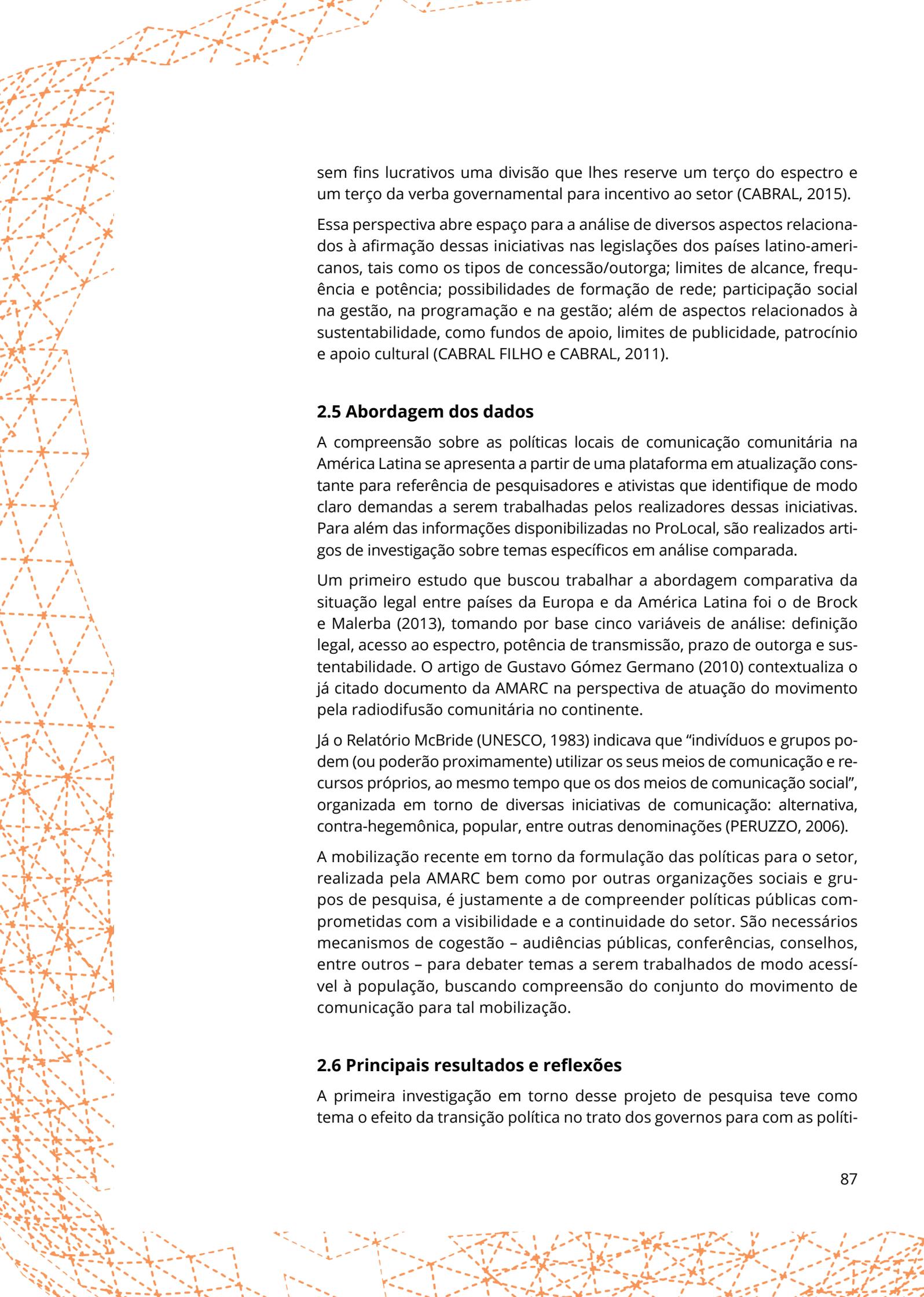
Aponta-se como desafio para tais iniciativas não somente a regulação de um assim chamado “terceiro” setor nas legislações nacionais relacionadas à comunicação, mas também sua devida implementação e fiscalização, para que não se dê margem ao surgimento de um subsetor privado não comercial, capaz de reproduzir as lógicas de mercado num nível mais restrito, nem um subsetor público-estatal, cuja viabilidade estaria condicionada à subserviência aos governos local ou nacional de ocasião (BECERRA, 2016).

## **2.4 Demandas políticas para o setor**

A primeira tentativa consistente de estabelecer padrões para a regulamentação da radiodifusão comunitária foi proposta pela AMARC a partir do conhecido documento “Princípios para um marco regulatório democrático sobre rádio e TV comunitária”, que levou à formulação da existência de três setores principais que, de acordo com o Artigo 223 da Constituição Federal, configuram os sistemas de comunicação: público (relacionado ao estatal), privado (relacional ao comercial) e comunitário (relacionado ao social), com outorgas equanimemente distribuídas.

Usualmente definido como “terceiro setor da comunicação” (KEA, 2007), o setor comunitário tem características próprias e distintas dos demais, sendo “meio eficaz de fortalecimento da diversidade cultural e linguística, da inclusão social e da identidade local, [que] promovem diálogo intercultural, [e] contribuem para alcançar [o] objetivo de melhorar a alfabetização midiática dos cidadãos [...]” (GERMANO, 2010).

Para além do próprio reconhecimento nas legislações nacionais, da viabilidade do setor através da reserva de espectro e de normas e critérios que definam identidades, objetivos e atribuições do setor, cabe compreender tal esforço como a necessidade de afirmar o compromisso do Estado com as atribuições de formular, implementar, monitorar e avaliar políticas públicas, fiscalizando e até mesmo capacitando e fomentando as iniciativas de comunicação comunitária, buscando garantir aos setores comunitários/



sem fins lucrativos uma divisão que lhes reserve um terço do espectro e um terço da verba governamental para incentivo ao setor (CABRAL, 2015).

Essa perspectiva abre espaço para a análise de diversos aspectos relacionados à afirmação dessas iniciativas nas legislações dos países latino-americanos, tais como os tipos de concessão/outorga; limites de alcance, frequência e potência; possibilidades de formação de rede; participação social na gestão, na programação e na gestão; além de aspectos relacionados à sustentabilidade, como fundos de apoio, limites de publicidade, patrocínio e apoio cultural (CABRAL FILHO e CABRAL, 2011).

## **2.5 Abordagem dos dados**

A compreensão sobre as políticas locais de comunicação comunitária na América Latina se apresenta a partir de uma plataforma em atualização constante para referência de pesquisadores e ativistas que identifique de modo claro demandas a serem trabalhadas pelos realizadores dessas iniciativas. Para além das informações disponibilizadas no ProLocal, são realizados artigos de investigação sobre temas específicos em análise comparada.

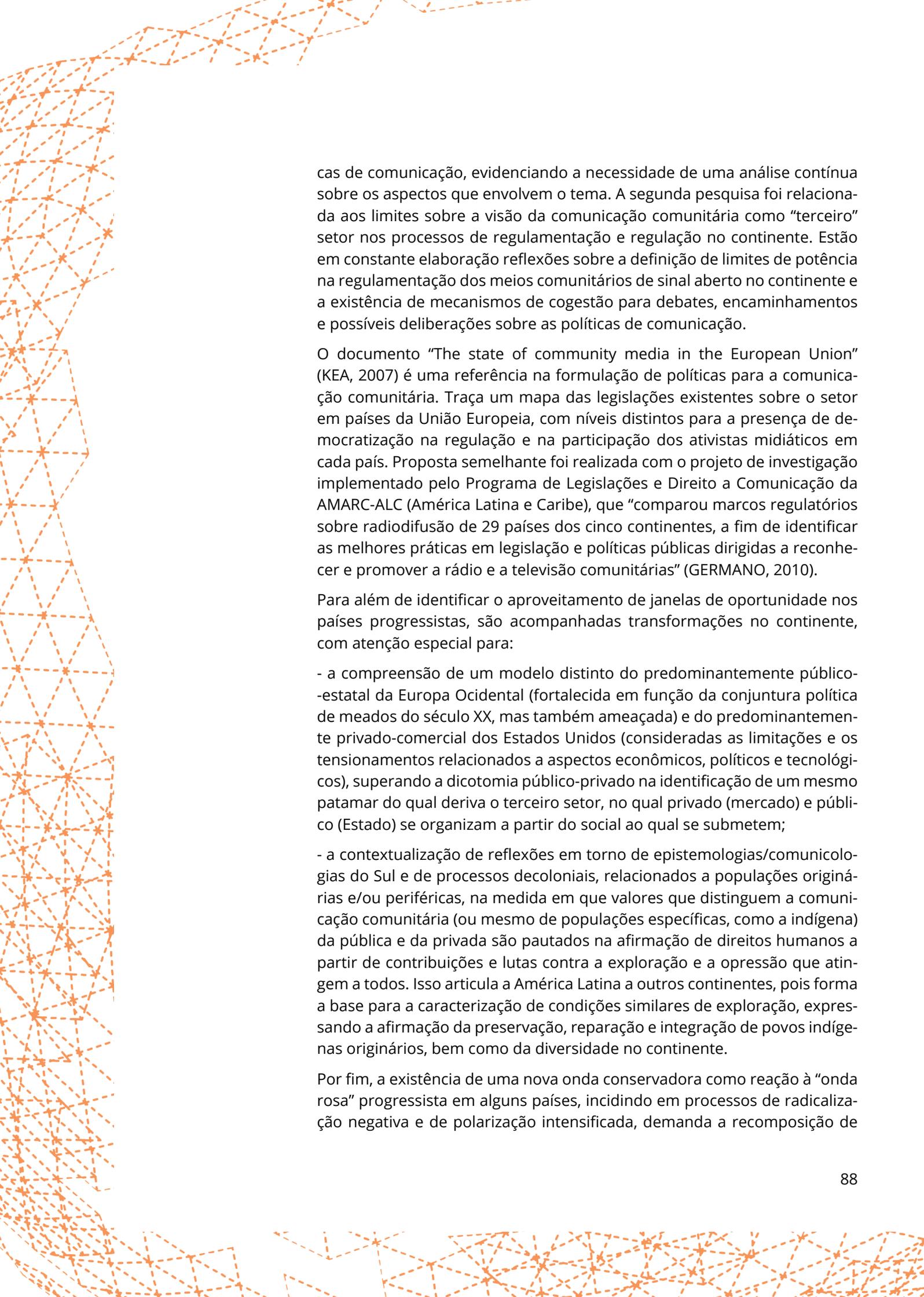
Um primeiro estudo que buscou trabalhar a abordagem comparativa da situação legal entre países da Europa e da América Latina foi o de Brock e Malerba (2013), tomando por base cinco variáveis de análise: definição legal, acesso ao espectro, potência de transmissão, prazo de outorga e sustentabilidade. O artigo de Gustavo Gómez Germano (2010) contextualiza o já citado documento da AMARC na perspectiva de atuação do movimento pela radiodifusão comunitária no continente.

Já o Relatório McBride (UNESCO, 1983) indicava que “indivíduos e grupos podem (ou poderão proximamente) utilizar os seus meios de comunicação e recursos próprios, ao mesmo tempo que os dos meios de comunicação social”, organizada em torno de diversas iniciativas de comunicação: alternativa, contra-hegemônica, popular, entre outras denominações (PERUZZO, 2006).

A mobilização recente em torno da formulação das políticas para o setor, realizada pela AMARC bem como por outras organizações sociais e grupos de pesquisa, é justamente a de compreender políticas públicas comprometidas com a visibilidade e a continuidade do setor. São necessários mecanismos de cogestão – audiências públicas, conferências, conselhos, entre outros – para debater temas a serem trabalhados de modo acessível à população, buscando compreensão do conjunto do movimento de comunicação para tal mobilização.

## **2.6 Principais resultados e reflexões**

A primeira investigação em torno desse projeto de pesquisa teve como tema o efeito da transição política no trato dos governos para com as políti-



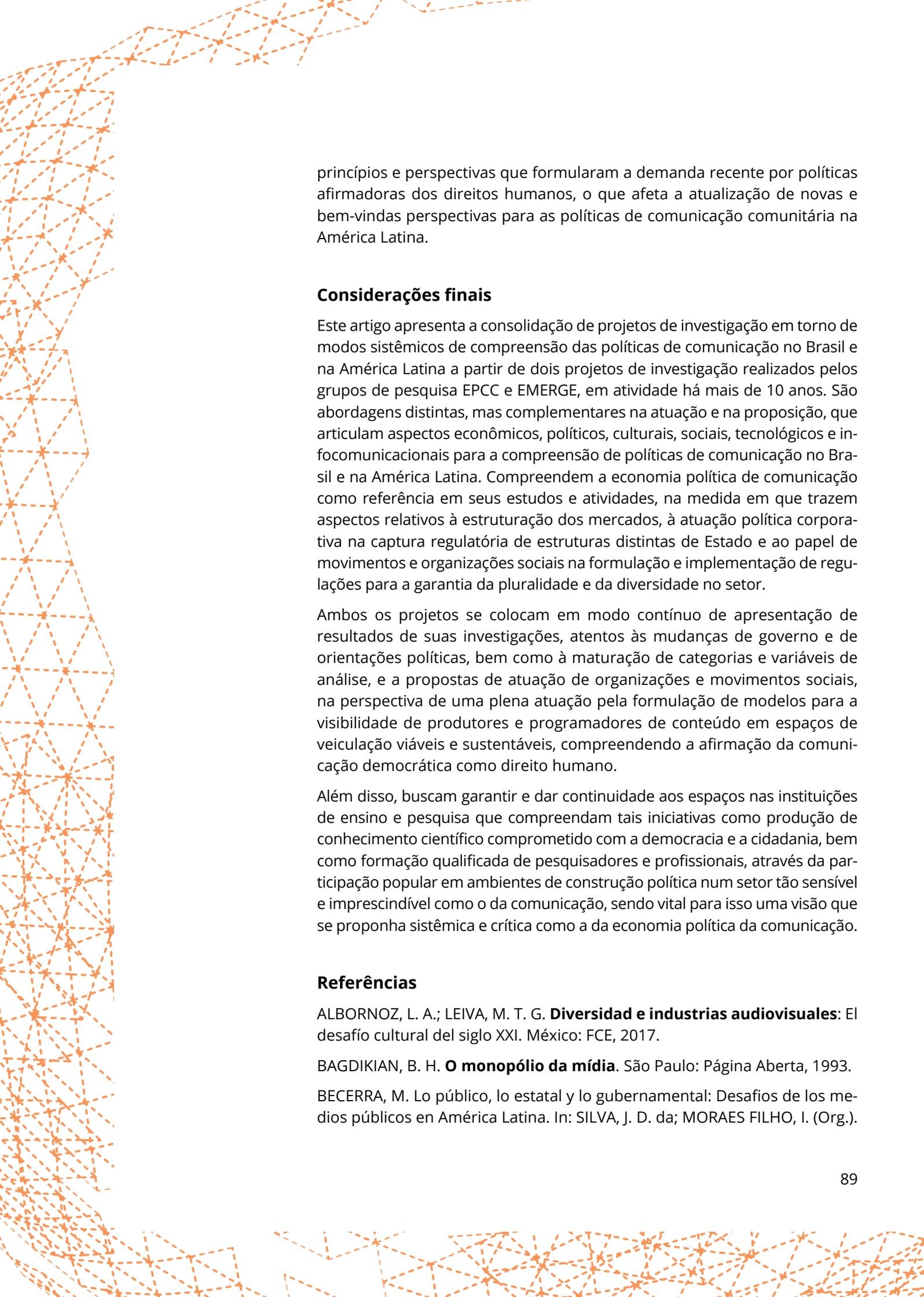
cas de comunicação, evidenciando a necessidade de uma análise contínua sobre os aspectos que envolvem o tema. A segunda pesquisa foi relacionada aos limites sobre a visão da comunicação comunitária como “terceiro” setor nos processos de regulamentação e regulação no continente. Estão em constante elaboração reflexões sobre a definição de limites de potência na regulamentação dos meios comunitários de sinal aberto no continente e a existência de mecanismos de cogestão para debates, encaminhamentos e possíveis deliberações sobre as políticas de comunicação.

O documento “The state of community media in the European Union” (KEA, 2007) é uma referência na formulação de políticas para a comunicação comunitária. Traça um mapa das legislações existentes sobre o setor em países da União Europeia, com níveis distintos para a presença de democratização na regulação e na participação dos ativistas midiáticos em cada país. Proposta semelhante foi realizada com o projeto de investigação implementado pelo Programa de Legislações e Direito a Comunicação da AMARC-ALC (América Latina e Caribe), que “comparou marcos regulatórios sobre radiodifusão de 29 países dos cinco continentes, a fim de identificar as melhores práticas em legislação e políticas públicas dirigidas a reconhecer e promover a rádio e a televisão comunitárias” (GERMANO, 2010).

Para além de identificar o aproveitamento de janelas de oportunidade nos países progressistas, são acompanhadas transformações no continente, com atenção especial para:

- a compreensão de um modelo distinto do predominantemente público-estatal da Europa Ocidental (fortalecida em função da conjuntura política de meados do século XX, mas também ameaçada) e do predominantemente privado-comercial dos Estados Unidos (consideradas as limitações e os tensionamentos relacionados a aspectos econômicos, políticos e tecnológicos), superando a dicotomia público-privado na identificação de um mesmo patamar do qual deriva o terceiro setor, no qual privado (mercado) e público (Estado) se organizam a partir do social ao qual se submetem;
- a contextualização de reflexões em torno de epistemologias/comunicologias do Sul e de processos decoloniais, relacionados a populações originárias e/ou periféricas, na medida em que valores que distinguem a comunicação comunitária (ou mesmo de populações específicas, como a indígena) da pública e da privada são pautados na afirmação de direitos humanos a partir de contribuições e lutas contra a exploração e a opressão que atingem a todos. Isso articula a América Latina a outros continentes, pois forma a base para a caracterização de condições similares de exploração, expressando a afirmação da preservação, reparação e integração de povos indígenas originários, bem como da diversidade no continente.

Por fim, a existência de uma nova onda conservadora como reação à “onda rosa” progressista em alguns países, incidindo em processos de radicalização negativa e de polarização intensificada, demanda a recomposição de



princípios e perspectivas que formularam a demanda recente por políticas afirmadoras dos direitos humanos, o que afeta a atualização de novas e bem-vindas perspectivas para as políticas de comunicação comunitária na América Latina.

### **Considerações finais**

Este artigo apresenta a consolidação de projetos de investigação em torno de modos sistêmicos de compreensão das políticas de comunicação no Brasil e na América Latina a partir de dois projetos de investigação realizados pelos grupos de pesquisa EPCC e EMERGE, em atividade há mais de 10 anos. São abordagens distintas, mas complementares na atuação e na proposição, que articulam aspectos econômicos, políticos, culturais, sociais, tecnológicos e infocomunicacionais para a compreensão de políticas de comunicação no Brasil e na América Latina. Compreendem a economia política de comunicação como referência em seus estudos e atividades, na medida em que trazem aspectos relativos à estruturação dos mercados, à atuação política corporativa na captura regulatória de estruturas distintas de Estado e ao papel de movimentos e organizações sociais na formulação e implementação de regulações para a garantia da pluralidade e da diversidade no setor.

Ambos os projetos se colocam em modo contínuo de apresentação de resultados de suas investigações, atentos às mudanças de governo e de orientações políticas, bem como à maturação de categorias e variáveis de análise, e a propostas de atuação de organizações e movimentos sociais, na perspectiva de uma plena atuação pela formulação de modelos para a visibilidade de produtores e programadores de conteúdo em espaços de veiculação viáveis e sustentáveis, compreendendo a afirmação da comunicação democrática como direito humano.

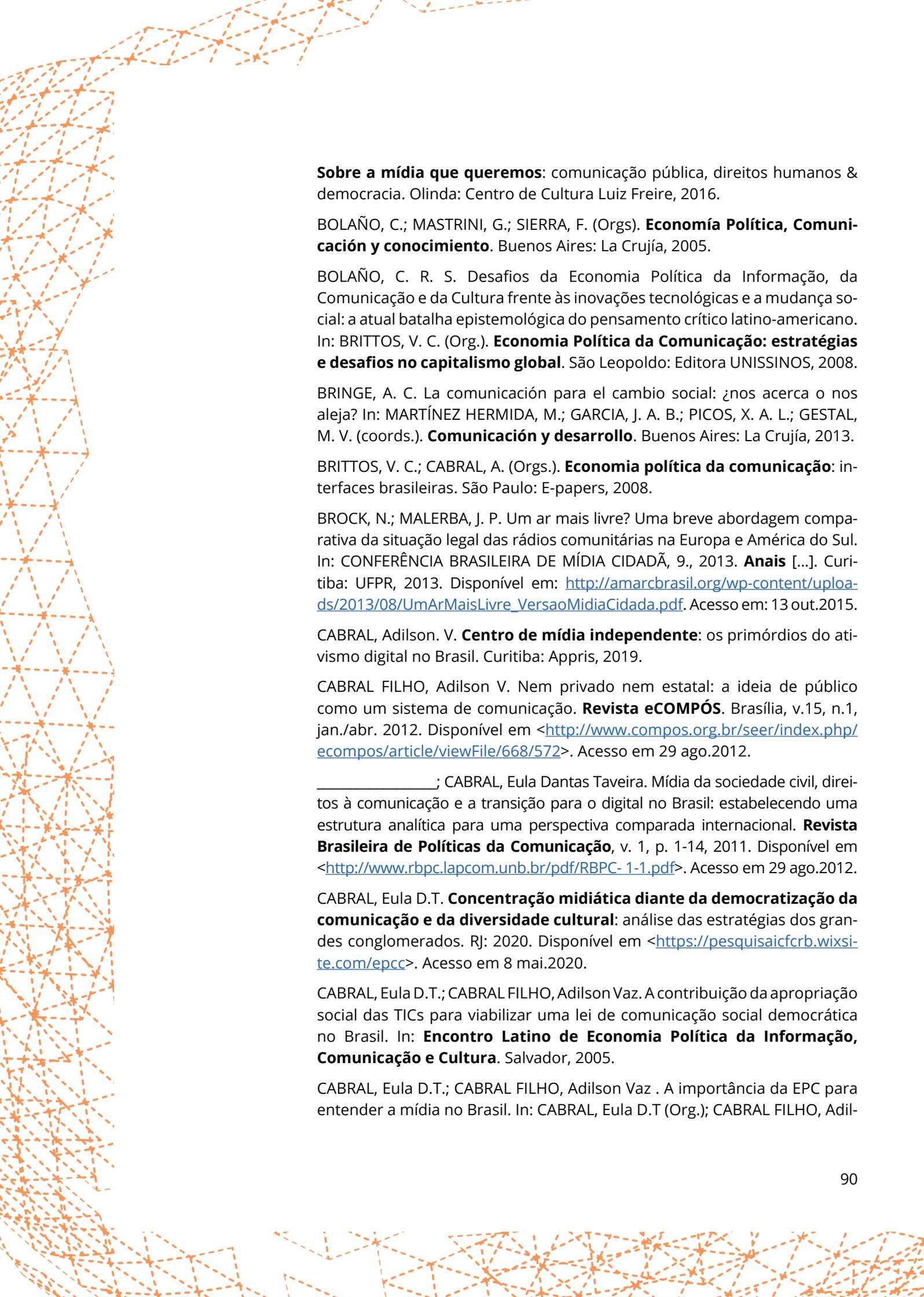
Além disso, buscam garantir e dar continuidade aos espaços nas instituições de ensino e pesquisa que compreendam tais iniciativas como produção de conhecimento científico comprometido com a democracia e a cidadania, bem como formação qualificada de pesquisadores e profissionais, através da participação popular em ambientes de construção política num setor tão sensível e imprescindível como o da comunicação, sendo vital para isso uma visão que se proponha sistêmica e crítica como a da economia política da comunicação.

### **Referências**

ALBORNOZ, L. A.; LEIVA, M. T. G. **Diversidad e industrias audiovisuales: El desafío cultural del siglo XXI**. México: FCE, 2017.

BAGDIKIAN, B. H. **O monopólio da mídia**. São Paulo: Página Aberta, 1993.

BECERRA, M. Lo público, lo estatal y lo gubernamental: Desafios de los medios públicos en América Latina. In: SILVA, J. D. da; MORAES FILHO, I. (Org.).



**Sobre a mídia que queremos:** comunicação pública, direitos humanos & democracia. Olinda: Centro de Cultura Luiz Freire, 2016.

BOLAÑO, C.; MASTRINI, G.; SIERRA, F. (Orgs). **Economía Política, Comunicación y conocimiento**. Buenos Aires: La Crujía, 2005.

BOLAÑO, C. R. S. Desafios da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura frente às inovações tecnológicas e a mudança social: a atual batalha epistemológica do pensamento crítico latino-americano. In: BRITTOS, V. C. (Org.). **Economia Política da Comunicação: estratégias e desafios no capitalismo global**. São Leopoldo: Editora UNISSINOS, 2008.

BRINGE, A. C. La comunicación para el cambio social: ¿nos acerca o nos aleja? In: MARTÍNEZ HERMIDA, M.; GARCIA, J. A. B.; PICOS, X. A. L.; GESTAL, M. V. (coords.). **Comunicación y desarrollo**. Buenos Aires: La Crujía, 2013.

BRITTOS, V. C.; CABRAL, A. (Orgs.). **Economia política da comunicação: interfaces brasileiras**. São Paulo: E-papers, 2008.

BROCK, N.; MALERBA, J. P. Um ar mais livre? Uma breve abordagem comparativa da situação legal das rádios comunitárias na Europa e América do Sul. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE MÍDIA CIDADÃ, 9., 2013. **Anais** [...]. Curitiba: UFPR, 2013. Disponível em: [http://amarcbrasil.org/wp-content/uploads/2013/08/UmArMaisLivre\\_VersaoMidiaCidada.pdf](http://amarcbrasil.org/wp-content/uploads/2013/08/UmArMaisLivre_VersaoMidiaCidada.pdf). Acesso em: 13 out.2015.

CABRAL, Adilson. V. **Centro de mídia independente: os primórdios do ativismo digital no Brasil**. Curitiba: Appris, 2019.

CABRAL FILHO, Adilson V. Nem privado nem estatal: a ideia de público como um sistema de comunicação. **Revista eCOMPÓS**. Brasília, v.15, n.1, jan./abr. 2012. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/668/572>>. Acesso em 29 ago.2012.

\_\_\_\_\_; CABRAL, Eula Dantas Taveira. Mídia da sociedade civil, direitos à comunicação e a transição para o digital no Brasil: estabelecendo uma estrutura analítica para uma perspectiva comparada internacional. **Revista Brasileira de Políticas da Comunicação**, v. 1, p. 1-14, 2011. Disponível em <<http://www.rbpc.lapcom.unb.br/pdf/RBPC-1-1.pdf>>. Acesso em 29 ago.2012.

CABRAL, Eula D.T. **Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados**. RJ: 2020. Disponível em <<https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc>>. Acesso em 8 mai.2020.

CABRAL, Eula D.T.; CABRAL FILHO, Adilson Vaz. A contribuição da apropriação social das TICs para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil. In: **Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura**. Salvador, 2005.

CABRAL, Eula D.T.; CABRAL FILHO, Adilson Vaz . A importância da EPC para entender a mídia no Brasil. In: CABRAL, Eula D.T (Org.); CABRAL FILHO, Adil-

son V. (Org.). **Comunicação e cultura no Brasil**: diálogos com a Economia Política da Comunicação e da Cultura. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2018. Disponível em <<https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc>>. Acesso em 8 mai.2019.

CALABRE, L. (Org.). **Políticas culturais**: olhares e contextos. São Paulo / Rio de Janeiro: Itaú Cultural / FCRB, 2015.

DOURADO, J. L.; LOPES, D. M. M. da S.; MARQUES, R. da S. (Orgs.). **Economia política do jornalismo**: tendências, perspectivas e desenvolvimento regional. Teresina: EDUFPI, 2016.

FADUL, A. A internacionalização dos grupos de mídia no Brasil nos anos 90. **Comunicação e Sociedade**, n. 29, p. 67-76, 1998.

FAUSTINO, P. **Pluralismo dos media e indicadores de mercado e grupos empresariais em Portugal e na Europa**. Lisboa: Media XXI/Formalpress, 2013.

GERMANO, G. G. Principios para un marco regulatorio democrático sobre rádio y televisión comunitaria. In: GUMUCIO-DAGRON, A.; HERRERA-MILLER, K. **Política y legislación para la radio local en America latina**. La Paz: Plural, 2010.

HAMELINK, C. J. **La aldea transnacional**: el papel de los trusts em la comunicación mundial. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1981.

JAMBEIRO, Ot. **Regulando a TV**: um estudo comparativo no Mercosul. Salvador: EDUFBA, 2000.

KERN EUROPEAN AFFAIRS (KEA). **The state of community media in the European Union**. Brussels: European Parliament, 2007.

LIMA, V. A. de. **Política de comunicações**: um balanço dos governos Lula (2003-2010). São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

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

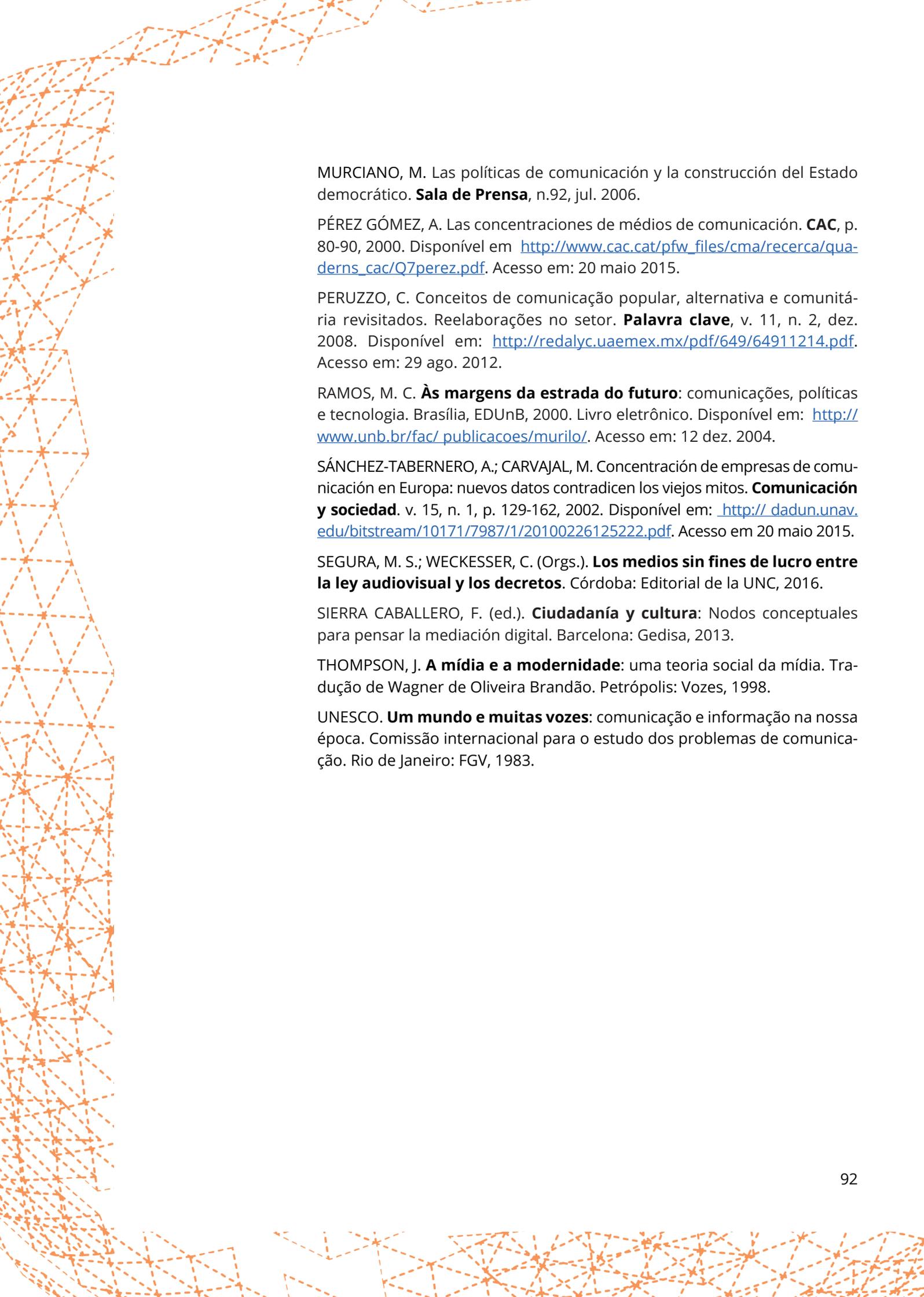
MALERBA, J. P. Rádios comunitárias: panorama da situação legal na América Sul. **Observatório da Imprensa**, n. 713, 2012. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed712\\_\\_panorama\\_da\\_situacao\\_legal\\_na\\_america\\_sul](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed712__panorama_da_situacao_legal_na_america_sul). Acesso em: 18 out. 2015.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**: travesías latinoamericanas de la comunicación y de la cultura. Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MATTELART, A. **Diversidade cultural e mundialização**. Tradução Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2005.

MORAES, D. de. **Crítica da mídia & hegemonia cultural**. Rio de Janeiro: Mauad X; Faperj, 2016.

MOSCO, V. La Economía Política de la Comunicación: una tradición viva. In: ALBORNOZ, L. (Comp.). **Poder, Médios, Cultura**: uma mirada critica desde la Economía Política de la Comunicación, Buenos Aires: Paidós, 2011. p. 61-92.



MURCIANO, M. Las políticas de comunicación y la construcción del Estado democrático. **Sala de Prensa**, n.92, jul. 2006.

PÉREZ GÓMEZ, A. Las concentraciones de medios de comunicación. **CAC**, p. 80-90, 2000. Disponível em [http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q7perez.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q7perez.pdf). Acesso em: 20 maio 2015.

PERUZZO, C. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. **Palavra chave**, v. 11, n. 2, dez. 2008. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/649/64911214.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2012.

RAMOS, M. C. **Às margens da estrada do futuro**: comunicações, políticas e tecnologia. Brasília, EDUnB, 2000. Livro eletrônico. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/publicacoes/murilo/>. Acesso em: 12 dez. 2004.

SÁNCHEZ-TABERNERO, A.; CARVAJAL, M. Concentración de empresas de comunicación en Europa: nuevos datos contradicen los viejos mitos. **Comunicación y sociedad**. v. 15, n. 1, p. 129-162, 2002. Disponível em: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7987/1/20100226125222.pdf>. Acesso em 20 maio 2015.

SEGURA, M. S.; WECKESSER, C. (Orgs.). **Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos**. Córdoba: Editorial de la UNC, 2016.

SIERRA CABALLERO, F. (ed.). **Ciudadanía y cultura**: Nodos conceptuales para pensar la mediación digital. Barcelona: Gedisa, 2013.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

UNESCO. **Um mundo e muitas vozes**: comunicação e informação na nossa época. Comissão internacional para o estudo dos problemas de comunicação. Rio de Janeiro: FGV, 1983.