

SOCICOM DEBATE

Democratização  
da Comunicação

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-64594-04-3



9 788564 594043



## **Diretoria SOCICOM (2012 - 2014)**

Margarida Maria Krohling Kunsch  
Presidente

Maria Berenice da Costa Machado  
Vice-presidente

Maria Cristina Gobbi  
Diretora administrativa

Dione Oliveira Moura  
Diretora de relações nacionais

## **Conselho Fiscal**

Anita Simis (ULEPICC Brasil)  
Eneus Trindade Barreto Filho (ABP2)  
Adolpho Carlos Françoso Queiroz (Politicom)

## **Conselho Deliberativo**

José Marques de Melo (Intercom)  
Presidente

## **SOCICOM Debate**

### **Organizadores**

Maria Berenice Machado  
Ruy Sardinha Lopes

### **Editoração**

Aline Piffero Becker

Maria Berenice Machado  
Ruy Sardinha Lopes  
(Organização)

# SOCICOM Debate: Democratização da Comunicação

1ª edição

São Paulo  
Socicom  
2014

## Ficha Catalográfica

### **Catálogo na Publicação**

**Serviço de Biblioteca e Documentação**

**Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**

S678d           SOCICOM debate : democratização da comunicação / Maria Berenice Machado,  
Ruy Sardinha Lopes (Organização) - São Paulo : Socicom, 2014.  
37 p.

ISBN 978-85-64594-04-3

1. Comunicação – Brasil 2. Comunicação de massa - Brasil  
I. Machado, Maria Berenice II. Lopes, Ruy Sardinha

CDD 21.ed. – 301.160981

## SOCICOM Debate: Democratização da Comunicação

Com satisfação apresentamos esta edição e com ela inauguramos a série **SOCICOM Debate**, concebida para promover e registrar discussões em torno da democratização do campo comunicacional, objeto de trabalho da Comissão que coordenamos. Os leitores perceberão diversidade na abordagem do tema, reflexo da salutar pluralidade do campo acadêmico e das respectivas expertises das associações científicas filiadas à SOCICOM (Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação).

Os cinco textos que compõe a publicação pautam diálogos que precisam ser travados com o Estado, na presença e com a participação da sociedade civil. **Marialva Barbosa**, integrante da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), começa fazendo retrospecto de acontecimentos impeditivos do processo de democratização da comunicação e traça o atual estado da arte. No texto seguinte, **Alexandre Miorim** e **Ilza Maria Tourinho Girardi**, da UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), detém-se na interdição dos debates em torno dos conselhos setoriais de comunicação, órgãos constitucionais e fundamentais para a defesa de questões de interesse público. **Adilson Cabral**, da Universidade Federal Fluminense (UFF), apresenta a tradição-inserção do grupo que estuda e pesquisa políticas públicas de Comunicação no Brasil, mesmo reconhecendo algumas “faltas”: de uma “reflexão que identifique a contribuição do conjunto de seus pesquisadores” e deste conteúdo nos projetos pedagógicos dos cursos de graduação e pós-graduação. Na sequência **Antonio Hohlfeldt**, presidente da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), elenca série de iniciativas da entidade, em mais de 35 anos, sempre visando a “permanente e crescente democratização do campo da Comunicação Social”. **Marcelo Kischinhevsky**, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), completa a edição questionando se o Brasil precisa de um rádio digital; seus argumentos são favoráveis ao rádio por este oferecer “um laboratório privilegiado para desenvolvimento de políticas públicas que visem à democratização da comunicação”.

Ensejamos que as reflexões ora postas suscitem novos exercícios dialógicos e que o aval institucional da Federação amplie ainda mais o espectro do debate e torne mais céleres as revisões e mudanças que se fazem necessárias na Comunicação Social brasileira, seja para a construção de instrumentos legais e políticas públicas para o setor, ou dando voz e ouvido a demandas emergentes.

Agradecemos ao professor **Murilo César Ramos** pela reflexão do prefácio e aos autores pelas contribuições. Conclamando os colegas da academia a corroborarem com o árduo e relevante projeto coletivo em prol de mais democracia na comunicação, alinhando-se a iniciativas em curso, como a luta pela aprovação de um marco civil para a Internet, a representação em órgãos consultivos e deliberativos como o Conselho Consultivo do Rádio Digital (do qual a Intercom e a Ulepicc-Brasil já participam como observadores), o Conselho Curador da EBC (Empresa Brasileira de Comunicação) e o Comitê Gestor da Internet entre outras.

Boa leitura!

**Maria Berenice da Costa Machado e Ruy Sardinha Lopes**

Coordenadores da Comissão 2 - Articulação para ação junto à sociedade civil  
com vistas à contribuição da área de Comunicação para políticas públicas.

SOCICOM/ Gestão 2013-14

## **Apresentação**

A Socicom – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação, atuando de acordo com o seu objetivo de desenvolver ações destinadas à consolidação da Comunicação como Grande Área de Conhecimento, tem a satisfação de apresentar a série SOCICOM Debate.

A série é uma iniciativa de uma das comissões de assessoramento formadas no âmbito da Federação, cujo objetivo se volta para a articulação junto à sociedade civil de ações relacionadas à Comunicação e Políticas Públicas.

A proposta da série SOCICOM Debate é promover e registrar discussões acerca de temas importantes para o fortalecimento do campo da Comunicação, abrindo espaço para membros das associações filiadas à Federação, pesquisadores e profissionais da área expor suas ideias, estudos e atividades.

Esta primeira edição se volta à temática da “Democratização da Comunicação”, trazendo cinco textos que refletem sobre o tema a partir de perspectivas variadas. Contribuem nesta edição os pesquisadores Adilson Cabral, Alexandre Miorim e Ilza Maria Tourinho Girardi, Antonio Hohlfeldt, Marcelo Kischinhevsky, e Marialva Barbosa.

Registra-se um agradecimento muito especial pelo trabalho realizado pela professora Maria Berenice da Costa Machado e pelo professor Ruy Sardinha Lopes. Espera-se que esta iniciativa seja muito frutífera e que seja o início de novas ações em prol de uma sociedade mais justa e democrática.

**Margarida Maria Krohling Kunsch**

Presidente da Socicom

## **Sumário**

### **Universidade, Comunicação e Democracia**

Murilo César Ramos 8

### **A História da Mídia e a Democratização da Comunicação**

Marialva Barbosa 16

### **Democratização da comunicação, conselhos setoriais e a interdição de seus debates**

Alexandre Miorim

Ilza Maria Tourinho Girardi 20

### **Da comunicação e o estudo de suas políticas**

Adilson Cabral 24

### **Contribuição da INTERCOM para uma permanente e crescente democratização do campo da Comunicação Social**

Antonio Hohlfeldt 29

### **Descaminhos da digitalização do rádio no Brasil**

Marcelo Kischinhevsky 32



## Universidade, Comunicação e Democracia

Murilo César Ramos<sup>1</sup>

O tema da relação entre instituições de comunicação – imprensa, rádio e televisão – e democracia começou a entrar no imaginário das universidades brasileiras, mais especificamente naquelas onde existiam cursos de comunicação, nos anos 1970. Essa entrada se deu por meio de dois processos quase simultâneos: a chegada ao Brasil, das discussões iniciadas, nos anos 1960 e 1970, no âmbito da Unesco, sobre uma nova ordem mundial da informação e comunicação, ou Nomic, como ficaria conhecida, e a criação, em 1972, da primeira entidade acadêmico-científica da área, a Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (Abepec). A confluência desses dois processos se deu muito em função do que vou chamar aqui de dupla militância de um grupo de pessoas, em diversos estados brasileiros, alguns com passagens de estudo no exterior, na academia e em entidades profissionais, como a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). O pano de fundo desses processos, no Brasil, era dado pela repressão totalitária à cidadania imposta por uma ditadura civil-militar e por um outro tipo de repressão, menos visível, menos totalizante, imposta por jornais, rádios e televisões que apoiavam a ditadura. Globalmente, o pano de fundo era mais complexo e igualmente contraditório, imerso na lógica da Guerra Fria que o mundo experimentava naquele tempo, polarizado entre o bloco chamado ocidental, capitalista, liderado pelos Estados Unidos, e o bloco chamado oriental, comunista, liderado pela União Soviética.

Desde suas origens, esses processos econômicos, políticos, sociais e culturais, que tinham a relação entre comunicação e democracia em seu centro, foram informados e formados por intelectuais e militantes de dentro e fora da academia, mas com a comunidade acadêmica desempenhando papel fundamental para a produção de teorias, métodos, conceitos, categorias, que pudessem instrumentalizar as lutas concretas que as contradições daquela relação ensejavam. A própria ideia de uma nova ordem mundial da informação e da comunicação viera de uma outra, a de uma nova ordem econômica mundial, gestada nos anos 1960 e 1970 na Comissão Econômica para a América Latina (Cepal), centro acadêmico ligado à Organização das Nações Unidas, como o era também a Unesco, identificado com as lutas das esquerdas democráticas no subcontinente, sediado em Santiago do Chile, e cujo ápice criativo talvez tenha se dado durante o breve governo socialista de Salvador Allende.

---

<sup>1</sup> Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom), Universidade de Brasília (UnB)

Neste texto, vou explorar, de forma panorâmica, de que modo as discussões gestadas a partir da Unesco fincaram raízes no Brasil, e como essa herança crítica sobrevive até os dias de hoje. Tomarei como ponto de partida a criação da Abepec, e o lançamento da sua revista científica, três anos depois, cujo primeiro número, editado pelo então presidente da entidade, José Salomão Amorim, da Universidade de Brasília, foi dedicado, quase que totalmente, ao programa da Unesco para fazer avançar nos países em geral, mas nos subdesenvolvidos em particular, a tese de uma nova ordem mundial da informação e da comunicação, e seu desdobramento em dois vetores teóricos seminais: a ideia de um direito à comunicação, que seria superior em suas aplicações normativas e políticas ao consagrado direito à informação, pilar da liberdade de expressão no liberalismo, e a ideia de os Estados, por meio das suas instâncias de governo, levarem adiante políticas nacionais de comunicação, como forma de superar o subdesenvolvimento, tal como levavam adiante outras políticas sociais – educação, saúde, assistência social, habitação, saneamento, infraestrutura, e assim por diante<sup>2</sup>.

Esse programa da Unesco, de corte progressista, era desdobramento de um outro, discutido no pós-II Guerra Mundial, politicamente liberal e economicamente capitalista, dedicado menos à relação comunicação e democracia, e mais à relação entre comunicação e desenvolvimento; a democracia seria, conforme essa visão, resultante automática do desenvolvimento de livres mercados. Sua metamorfose crítica se deveu ao fato, amplamente conhecido, de a Unesco, a partir dos anos 1960, passar a ser controlada por uma maioria de países do então chamado Terceiro Mundo, com fortes influências políticas de países africanos recém-descolonizados, de países latino-americanos, e outros, como a então Iugoslávia, pertencente ao bloco soviético, mas proponente da tese do não alinhamento automático a qualquer dos dois blocos político-econômicos resultantes da Guerra Fria.

Mas, de volta ao Brasil, em 1974 surgiu em Porto Alegre uma entidade civil, a Associação para a Promoção da Cultura (APC), em decorrência de uma circunstância que só indiretamente poderia ser vinculada ao programa da Unesco: a realização naquela cidade de um seminário sobre televisão pública, organizado pela Fundação Friedrich Ebert, ligada à socialdemocracia alemã. O que parece ter chamado a atenção dos idealizadores da APC foi a possibilidade de existência no Brasil de um modelo de televisão pública, não-comercial, em tudo diferente do que então aqui já se consolidava como um virtual monopólio econômico e de audiência, o da Rede Globo de Televisão. A novidade trazida pela APC, por iniciativa de seu idealizador, o jovem jornalista Daniel Herz, e isto tem dupla relevância

---

<sup>2</sup> *Revista da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação*, Brasília, Vol. 1, número 1, 1o. semestre/75. Ver: Unesco – Propostas para um programa internacional de pesquisa sobre a comunicação, e Unesco – Políticas y planeamiento de la comunicación, p.5-59.

para o argumento central deste texto, foi a percepção de que o combate àquele virtual monopólio poderia se dar por meio da introdução de uma novidade tecnológica: a distribuição de sinais por cabos, ou cabodifusão. Um projeto, visando a implantação de uma experiência-piloto, chegou a ser desenvolvido, em conjunto com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, tendo à frente o engenheiro e professor, Homero Simon, mas ele não receberia a devida atenção do Ministério das Comunicações, combatido que foi pelo poder da radiodifusão naquele organismo de governo<sup>3</sup>.

Mas, não são as minúcias que me interessam aqui, descritas alguns anos depois por Herz em sua dissertação de Mestrado na Universidade de Brasília<sup>4</sup>, mas, sim, destacar dois aspectos daquele processo, um deles central para o meu argumento no texto: o da relação direta que sempre houve aqui entre universidade, comunicação e democracia; o outro aspecto é a importância da tecnologia para o estudo dessa relação. Importância que foi ganhando relevância a partir dos anos 1990, ao ponto de hoje parecer dominar todo o debate, em tons quase místicos, de tão deterministas.

Por ora, continuamos nos anos 1970, indo para os 1980, com a universidade brasileira, por meio dos seus cursos de comunicação, em especial com a implantação dos primeiros programas de mestrado – na Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo (ECA-USP); na Escola de Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ); no Departamento de Comunicação, da Universidade de Brasília (COM-UnB) -, fazendo avançar a pesquisa na área, com significativo trânsito, inclusive, de docentes para cursar doutorado no exterior, Europa e Estados Unidos, e significativa circulação de obras, inicialmente traduções, logo surgindo autores nacionais – o já citado José Salomão Amorim, Muniz Sodré, José Marques de Melo, Marco Antonio Rodrigues Dias, Gabriel Cohn, Renato Ortiz, Sérgio Capparelli, Venício Lima, Luiz Gonzaga Motta, só para citar alguns dos pioneiros, e destacando talvez o mais importante deles, Paulo Freire, cujo ensaio intitulado *Extensão ou Comunicação?*<sup>5</sup> trouxe a *Pedagogia do Oprimido*<sup>6</sup>, a educação como consciência crítica para dentro dos estudos de comunicação.

Foi seminal a influência de Freire<sup>7</sup> nesses estudos, ou melhor, naqueles estudos de

<sup>3</sup> Ver Associação de Promoção da Cultura, *Impasses e Alternativas do Modelo da Televisão Brasileira*, Porto Alegre, julho de 1975.

<sup>4</sup> Daniel Herz, "A Introdução de Novas Tecnologias de Comunicação no Brasil: tentativas de implementação do serviço de cabodifusão - Um estudo de caso", Universidade de Brasília, Dissertação de Mestrado, 1983.

<sup>5</sup> Paulo Freire, *Extensão ou Comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

<sup>6</sup> Paulo Freire, *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.

<sup>7</sup> Venício Lima foi quem primeiro tratou dessa influência em *Comunicação e Cultura – as ideias de Paulo Freire*, publicado originalmente em 1982, reeditado em 2012 pela Editora da UnB e Fundação Perseu Abramo.

comunicação que bebiam das fontes de ideias como a Nomic, o direito à comunicação, as políticas nacionais de comunicação, ideias que na América do Sul passaram a ter como sua principal caixa de ressonância acadêmica e política, o Centro de Estudos Internacionais de Estudos Superiores de Periodismo para la América Latina (Ciespal). Estudos que, com origem na imprensa, impressa, nas discussões sobre liberdade de expressão e de imprensa, passaram progressivamente a estar centrados na televisão, sucessora do rádio, como a mais influente, porque a de maior penetração, instituição de comunicação nas sociedades. Monopólios de audiência; poder econômico decorrente; programações comerciais passíveis de crítica por seus apelos consumistas, e com fortes apelos aos temas do sexo e da violência; ausência de programações infantis e juvenis adequadas; jornalismo atrelado aos poderes econômicos e políticos, o que era agravado em ambientes autoritários, como o da ditadura brasileira – não exclusivos da televisão, estas eram questões que permeavam o ambiente da pesquisa crítica na área, e que demandavam, além do esforço acadêmico, o esforço consequente de busca por mudanças objetivas dessa realidade opressora. Ou seja, reflexão e ação se juntavam de forma inseparável quando o assunto era a relação comunicação e democracia. Pesquisa e militância, dito de outra forma, juntavam-se na essência dessa relação. O que nunca foi, naquela época e ainda hoje, uma questão acadêmica consensual.

No Brasil dos anos 1970 e 1980, os pesquisadores e os militantes, muitos deles pesquisadores militantes, começaram a juntar-se na forma de um movimento nacional de luta por políticas democráticas de comunicação, em tudo misturado com a luta mais ampla de combate à ditadura e pela redemocratização do país. O auge dessa luta se deu entre o final dos 1970 e meados dos 1980, e o evento que desnudou mais do que tudo, naquele período, as relações orgânicas entre a ditadura em seu estertor e a maioria das instituições de comunicação, foi a grande mobilização popular por eleições diretas para a presidência da República, que passaria à história como a campanha das Diretas Já. O boicote explícito da Rede Globo de Televisão aos grandes comícios daquela mobilização tornou-se o símbolo maior da necessidade de democratizar a comunicação no país, o que significava, fundamentalmente, submetê-la a novos ditames legais, o que, de resto, era a grande demanda da maioria da sociedade em sua luta para pôr um fim à ditadura. Ditames legais a serem inscritos em uma nova Constituição Federal, a partir da qual a sociedade poderia retomar para si a cidadania e seus direitos constitutivos, civil, políticos e sociais. Isto viria a partir de 1985, não como resultado da mobilização popular das Diretas Já, mas na forma de um pacto de transição entre o poder militar e a sociedade civil. Embora se possa argumentar que aquela mobilização tornou irreversível o pacto de transição diante da oposição que a ele fazia a chamada linha dura militar.

Realizada a transição, e convocada a Assembleia Nacional Constituinte, dividida entre funções constitucionais e congressuais, quando o ideal teria sido uma assembleia

constituente exclusiva, surgiu com ela a possibilidade de o movimento nacional pela democratização da comunicação, em especial os seus militantes acadêmicos, de colocarem em prática as suas visões teóricas sobre a relação entre comunicação e democracia. Visões forjadas nos embates locais contra a ditadura, mas alicerçadas nas perspectivas supra nacionais que pediam que um amplo direito à comunicação fosse o ponto de partida para uma nova ordem mundial da informação e da comunicação, da qual resultassem políticas nacionais que democratizassem o acesso pela cidadania à televisão, ao rádio, à imprensa.

O que é hoje o capítulo Da Comunicação Social da Constituição Federal brasileira, Artigos 220 a 224, resultou, pois, de décadas de estudos, pesquisa e embates, durante as quais, aqui e em outras realidades nacionais, tentou-se colocar em prática aquela pauta de iniciativas democráticas para a comunicação articuladas no âmbito da Unesco. Destaque-se que, já na época da Constituinte brasileira, a referida pauta tinha sido lançada ao ostracismo a partir do momento em que o governo dos Estados Unidos, pelas mãos de Ronald Reagan, retirou-se da Unesco, levando com ele a Grã-Bretanha de Margareth Thatcher, e um submisso Japão. Deixada virtualmente sem orçamento, a Unesco viu soçobrar aquele que seria o grande documento estratégico das ações de comunicação para a década de 1980, o relatório *Um Mundo, Muitas Vozes*, também conhecido como Relatório McBride<sup>8</sup>.

Não obstante, quando se retorna no tempo, às vésperas do processo constituinte brasileiro, e se lê, por exemplo, a Carta de Brasília, aprovada em Encontro Nacional de Jornalistas, no dia 21 de abril de 1986, pode-se nela encontrar, além da gênese do que viria a ser, ainda que de forma parcial e distorcida, o referido capítulo Da Comunicação Social, ideias, visões teóricas, conceitos, derivados do papel central que a universidade tinha no movimento nacional pela democratização da comunicação.

Por exemplo, lá estava dito que “O direito social à comunicação deve ser considerado indissociável da construção de uma sociedade democrática, tanto quanto outros direitos, como os que a população reivindica em relação à terra, ao trabalho, à educação e à saúde”. E, mais: “A nova Constituição, além de consagrar o direito da sociedade à comunicação, deve também garantir as condições que assegurem a aplicação desse princípio. Essas condições implicam a instituição de um novo modelo de comunicação social, com a participação de todos os setores da sociedade na definição de políticas de comunicação. Devem ser garantidos, também, o livre acesso de todos os setores aos meios de comunicação para informar, serem informados e se auto-expressarem”.

---

<sup>8</sup> Unesco, **Many Voices – One World – towards a new, more just and more eficiente world communication and information order**. Kogan Page, London/Unipub, New York/Unesco, Paris, 1980.

Mais ainda: “Um dos instrumentos necessários para garantir o direito à comunicação é o Conselho Nacional de Comunicação Social, cuja criação urgente é reivindicação unânime dos jornalistas. A este Conselho competirá decidir sobre todas as questões que dizem respeito à política de comunicação, acompanhar as diretrizes aprovadas e fiscalizar o cumprimento da respectiva legislação. O Conselho será composto pelas entidades que representam os trabalhadores em comunicação, os empresários do setor, os demais segmentos da sociedade, as nações indígenas, bem como o Governo e os partidos políticos com representação parlamentar. Às entidades representativas dos trabalhadores terão maioria no Conselho.”

Continuando: “É necessário criar um sistema público de comunicação social, para garantir o direito da sociedade à informação e à auto-expressão. Nesse sistema, a comunicação social deve ser entendida como um serviço público prestado por meios de comunicação – rádio, TVs, meios impressos – explorados por fundações ou sociedades civis, sem fins lucrativos. Os serviços de rádio e TV dependerão de concessão pública, por indicação do Conselho Nacional de Comunicação Social, mediante critérios definidos por esse Conselho e pelo Congresso Nacional. A legislação deverá impedir o monopólio da radiodifusão. Na programação dos meios de comunicação, devem ser atendidas a pluralidade de opiniões e a adequada adaptação às peculiaridades regionais. O processo de automação que começa a expandir-se nos meios de comunicação exige um conjunto de precauções, das quais a fundamental é a participação efetiva dos jornalistas nas decisões sobre sua adoção pelas empresas. A introdução da tecnologia não pode resultar em demissão de empregados, e exige reciclagem e readaptação de mão-de-obra, bem como o controle médico regular da saúde dos trabalhadores. O aumento da produtividade decorrente do uso de tecnologia deve reverter em benefício dos trabalhadores. A incorporação de novas tecnologias deve ser feita resguardando-se tanto a soberania tecnológica nacional, quanto os direitos individuais e a privacidade dos cidadãos.

Por último: “É imprescindível promover uma reorientação geral na aplicação de verbas publicitárias do Governo. O Conselho Nacional de Comunicação Social definirá critérios que assegurem a transparência na destinação dessas verbas.”

Mais do que uma mera curiosidade histórica, o resgate desses trechos da Carta de Brasília de 1986 evidencia o quanto o encontro na sociedade civil de acadêmicos e profissionais na luta pela democratização da comunicação tem sido uma constante em nossa história universitária. Só esse encontro seria capaz de produzir, em 1986, por exemplo, uma recomendação de tanta força teórica, quanto a que alerta para a necessidade de o processo de incorporação de novas tecnologias ao mundo do trabalho na comunicação fosse feito “resguardando-se tanto a soberania tecnológica nacional quanto os direitos

individuais e a privacidade dos cidadãos". Se qualquer um de nós, hoje, colássemos esse alerta a um texto de discussão do Marco Civil da Internet, jamais imaginaríamos que ele foi produzido quase três décadas atrás, quando o termo digital pouco se apresentava em nosso léxico setorial.

De resto, temas presente na Carta, como o direito à comunicação, a regulação setorial por um organismo autônomo, a criação de um sistema público de comunicação, a aplicação social de verbas publicitárias públicas, são ainda hoje objeto de estudos e pesquisas, até porque, por circunstâncias políticas aparentemente intransponíveis, ou não chegaram a ser incorporados ao Capítulo Da Comunicação Social, ou, quando o foram, casos do sistema público e do Conselho de Comunicação Social, o foram de forma distorcida pelos interesses privados dominantes na época, e largamente dominantes ainda hoje. No caso do sistema público, ele veio acompanhado da ideia de um sistema privado de radiodifusão que sequer encontra abrigo no direito administrativo brasileiro; no caso do Conselho de Comunicação Social, de órgão regulador autônomo, transmutaram-no em um quase inócuo órgão auxiliar do Congresso Nacional.

Aliás, a regulamentação do artigo constitucional que previa a criação do Conselho de Comunicação Social, ocorrida em 1991, foi a primeira ação do antigo movimento nacional pela democratização da comunicação, já transformado em uma entidade institucionalizada, até hoje a principal protagonista no setor: o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Na estrutura original do FNDC, além da Federação Nacional dos Jornalistas, estavam também presentes, entre outras organizações, a Associação Nacional dos Docentes de Ensino Superior (Andes) e a Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação (Enecos). Dali em diante, o FNDC, sem jamais deixar de contar com a participação da comunidade acadêmica, protagonizou processos fundamentais para a democratização da comunicação no Brasil, como o processo de discussão e elaboração, entre os anos de 1992 e 1995, da Lei no. 8.977, a Lei de TV a Cabo; passando pela elaboração da Lei no. 9.612, de 1998, a Lei da Radiodifusão Comunitária, além de todas as tentativas feitas desde a promulgação da Constituição Federal em 1988 de regulamentar o capítulo Da Comunicação Social por meio de uma nova legislação, que viria a substituir a Lei no. 4.117, de 1962, o ultrapassado Código Brasileiro de Telecomunicações, hoje vigente apenas para as questões de radiodifusão, visto que toda a regulamentação das telecomunicações passou para o abrigo da Lei no. 9.472/1997, a Lei Geral de Telecomunicações.

Mais recentemente, já nos anos 2000, a transição técnica, da transmissão analógica de sinais para a transmissão digital, na radiodifusão; a re-regulamentação da televisão por assinatura, a partir de uma política da Agência Nacional de Cinema (Ancine); o I e o II Fóruns de TV Pública; a criação da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), surgem como

exemplos de questões que mobilizaram a comunidade acadêmica de comunicação, tanto na sua vertente militante, quanto, principalmente, na vertente do estudo e da pesquisa. De dissertações a teses, de trabalhos finais de graduação a trabalhos apresentados em congressos, seminários, e eventos similares, tanto no âmbito de instituições de ensino superior quanto nas principais entidades científicas da área – das gerais, como a Sociedade Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e a Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), às específicas, como a União Latina da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc) -, é significativa a produção científica que trata da relação entre comunicação e democracia, a circular no país e em foros internacionais. E muito dessa produção, além de derivar de e circular pelos principais movimentos sociais da comunicação, como o já citado FNDC, ou o Coletivo Intervezes, é muitas vezes resultado da interação direta entre os militantes desses movimentos e seus contrapartes acadêmicos, visto que a universidade é, como não poderia deixar de ser, formadora de quadros técnicos e políticos para esses movimentos.

Vive-se, então, no melhor dos mundos, quando se analisa, como aqui tentei fazer, a relação da universidade com a tema da democratização da comunicação? Sim, e não, é resposta possível, apesar de inconclusiva. Sim, por tudo o que busquei trazer, para esse texto panorâmico, das cerca de cinco décadas de estudo, pesquisa e militância no campo da relação entre comunicação e democracia, desde que as discussões da Unesco aportaram aqui nos anos 1960, e que permanecem atuais até hoje, inclusive no que toca às complexidades técnicas e impactos políticos, econômicos, sociais e culturais trazidos pela internet e seus desdobramentos sobre as instituições de comunicação tradicionais. Não, porque é sempre tênue a linha epistemológica entre o estudo, a pesquisa e a militância, e, por isso, um número significativo do que temos produzido no campo deixa de observar critérios mínimos de rigor teórico e metodológico, como se a urgência do agir, que é real, tivesse sempre que se sobrepor ao pensar. Historicamente, a economia política crítica tem sido um abrigo acolhedor para, por exemplo, o estudos e a pesquisa das políticas de comunicação, o campo que melhor contempla o tema da relação entre comunicação e democracia. Ir para além dela, em busca de uma economia política das políticas de comunicação, na qual o peso teórico e explicativo de uma se ache em equilíbrio com o peso teórico e explicativo da outra é o desafio científico maior de que tem nas políticas de comunicação o móvel principal da sua busca por compreender a relação entre comunicação e democracia, para, a partir dela, seguir na luta por uma sociedade democrática, porque uma sociedade de homens e mulheres livres e iguais.



## A História da Mídia e a Democratização da Comunicação

**Marialva Barbosa<sup>1</sup>**

Considerando democratização como o direito inalienável e igualitário de todos e democratização da comunicação como o direito inalienável e igualitário de todos às informações que podem significar o conhecimento do mundo que está em torno, podemos dizer que a história da relação mídia e democratização da comunicação no Brasil sempre foi marcada por uma tensão básica: o impedimento do acesso de maneira igualitária à informação.

Mesmo quando a notícia estava relacionada à ideia de ilustração e esclarecimento, no século XVIII e início do século XIX, os impressos eram vistos como portadores de mensagens que poderiam ser perigosas, no caso de circularem no Brasil então colônia, já que as ideias neles contidas poderiam trazer conhecimentos que, naquele momento, ninguém deveria saber. Ideias sediciosas dos que lutavam pela liberdade, pela igualdade e pelo direito de proferir em alto e bom som pensamentos (que falavam de liberdade e igualdade) considerados então como perigosos. A existência de uma implacável censura aos livros, que para serem transportados dependiam de pedidos prévios de licença, não impediu que a cultura livresca se espalhasse, ainda que timidamente, no território colonial português. Os mecanismos de controle dos livros e das leituras, os diversos ensaios para instalação de processos de impressão na colônia, as leituras públicas e a criação das academias literárias e científicas, no século XVIII, mostram que havia um desejo de conhecimento que poderia ser alcançado através da palavra impressa.

Quando a imprensa aqui se instalou, como decorrência inicial da burocracia oficial portuguesa, com a vinda da família real em 1808, e quando se espalhou pelo território, como consequência dos ventos da primeira liberdade da expressão do pensamento, a marca predominante dessas folhas que se multiplicavam pelas províncias e pela capital do Brasil Império era sua filiação a grupos que estavam ou queriam aceder ao poder. A relação imprensa e poder sempre foi marca dominante da história dos meios de comunicação no Brasil.

A construção de uma esfera pública política, no século XIX, representou, portanto, a proliferação dos jornais e a formação de uma opinião pública que fazia dos impressos a

---

<sup>1</sup> Professora Titular de jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. Pesquisadora 1 do CNPq.

possibilidade de fazer ecoar opiniões em torno do momento político vivido. Como consequência expande-se redes de comunicação, tanto aquelas oriundas das práticas da oralidade, como as que se desenvolviam dependentes das novas tecnologias de comunicação: as possibilidades dos impressos. O debate em torno das ideias pelos impressos passa a ser marca do século XIX. E com ele os períodos de liberdade passaram a ser contrapostos frequentemente a períodos de exceção. A censura, que fora a marca primeira da palavra pública no Brasil, ganha contornos decisivos no decorrer do século XIX. Não apenas a censura oficial, mas outras formas de cerceamento, que incluíam desde perseguições políticas, prisões arbitrárias e pressões econômicas, desmantelando-se ideias e ideais a partir da força emanada dos que detinham o poder.

Por outro lado, há que se enfatizar que os grupos dominantes sempre tiveram a seu lado as forças comunicacionais. E na alvorada do século XX, não seria diferente. Grupos hegemônicos assumiram a palavra impressa e os jornais atrelaram-se às esferas do poder para, em consequência, ter poder suficiente para promover a primeira e expressiva modernização da palavra pública no Brasil. Dependente dos favores oficiais, a grande imprensa da alvorada do século XX fez das cercanias do poder lugar duradouro para seu desenvolvimento econômico, fundamental para a expansão tecnológica de um meio que gradualmente vai também atingindo um público que se faz expressivo.

No século XX, o movimento que se observa com maior contundência é a filiação cada vez mais estreita da chamada grande imprensa ao pensamento conservador brasileiro, que em mais de um século, vez por outra e como intensidade, continua mostrando a sua pujança. E a imprensa, conservadora na origem, tem sua filiação atavicamente relacionada aos modos de ver o mundo desse pensamento que constrói as regras da política brasileira na longa duração.

Na ordem do dia dessa ideologia está a certeza de que os homens são diferentes: há aqueles que por delegação ou por acessarem via aparatos educacionais os conhecimentos fundamentais deveriam dirigir o restante da população, o povo comum, massa que não teria condições de pensar autonomamente. A partir da diferença, se constrói também hierarquias: os que podem mais e os que sabem mais. Há, portanto, na essência do pensamento conservador brasileiro, que domina as elites políticas (e a imprensa), a negação da premissa da democratização. Seja para dominar, seja para educar, os meios de comunicação deveriam, nessa proposição, estar sempre a serviço dos que possuem o poder político, econômico, cultural, enfim, o poder da fala. Na outra ponta do processo, estariam os que deveriam ser silenciados. Historicamente silenciados.

Assim, quando novos meios emergem a partir da difusão de tecnologias que

permitem a expansão do som pelos ambientes (rádio) ou da imagem como portadora das informações e do conhecimento do mundo na esfera privada da casa (televisão), também o que domina a lógica desses meios é, em essência, o pensamento conservador. O rádio idealizado nos seus primórdios tinha, por exemplo, como premissa fundamental levar a educação a grande massa que na prerrogativa de Roquete Pinto e de outros idealizadores ligados a Academia Brasileira de Ciência, poderia aceder, assim, a outro lugar social. Observa-se nessa ideia a mesma ideologia do pensamento conservador brasileiro, que desqualifica o conhecimento que emana do fazer e do ser. Vemos também nessa premissa a particularização das diferenças entre os homens. O princípio da igualdade está, pois, descartado na origem de um tipo privilegiado de educação que deveria fundamentar o conteúdo dos meios de comunicação.

Mas desde o início observa-se também a reação do próprio público que gostaria de escutar nas emissoras de rádio aquilo que dizia respeito ao seu gosto, considerado de mau gosto, pois não emanado das premissas dominantes de quem podia (e pode) enquadrar o gosto.

Durante o Estado Novo, e em todos os períodos de exceção daí prá frente, observa-se o afastamento da premissa do direito de igualdade e da possibilidade de a comunicação permitir a proliferação do conhecimento justo, ou seja, como partilha entre homens, em essência, iguais. O Estado assume, via ideologia forte, seu papel de controlador de homens e ideias. A grande missão pedagógica e técnica desse Estado era a condução das massas, irracional, incontrolável, dotada de uma ação incompreensível. Para Francisco Campos, o principal ideólogo do Estado Novo, a irracionalidade das massas só poderia ser controlada através da voz de um líder carismático, comandante da ação política. Nesse sentido, o regime ideal era a ditadura. O sentido de democracia, no seu entendimento, precisava ser revisto, retirando-lhe a representação parlamentar falida, ineficaz e corrompida. Com sua eliminação, desmantelava-se a possibilidade de tensão política. “No estado totalitário”, dizia ele, “desaparecem as formas atuais do conflito político”. No projeto político do Estado Novo, a pedagogia assume o papel de controle. Ao Estado cabia a responsabilidade de tutelar a população, modelando seu pensamento, ajustando-a ao novo ambiente político. Para isso era fundamental a criação de símbolos a serem cultuados em uníssono. E serão os meios de comunicação (imprensa e rádio), seja por adesão ou por coerção, que irão unificar e tornar visível essa simbologia.

Nas décadas que se seguiram, nos quais se observou uma espécie de gangorra no sistema político brasileiro que oscilava entre períodos de exceção e de censura e cerceamento de todas as liberdades e outros em que vigorava a democracia, as relações dos meios de comunicação (sejam os antigos e os modernos) com o poder e a filiação estreita

das elites políticas brasileiras ao pensamento conservador que atesta a diferença entre uma humanidade em essência igual impediram (e continuam impedindo) o exercício da democratização da comunicação no país.

Nessa longa história, esquece-se muitas vezes a história de um passado recente, quando durante vinte anos de ditadura, todas as liberdades foram cerceadas em nome de vários slogans que incluía a premissa da modernização duradoura do país. Em nome de um futuro a ser alcançado, os mesmos grupos conservadores argumentaram longamente a necessidade da exceção, da censura, do cerceamento de todas as liberdades. Afinal a multidão continuava, no pensamento dominante, irracional e propensa à barbárie. Para domá-la era necessário arbitrar violências cotidianas. E, mais uma vez, os meios de comunicação se alinharam aos discursos dos grupos dominantes para executar uma manobra política que deixou marcas inalienáveis na nossa história. Mas também produziu necessidades de esquecimento.

A palavra da grande mídia é a palavra dos grupos conservadores. Os interesses públicos dos meios de comunicação se confundem com os interesses dos grupos que estão no (ou aspiram o) poder. E isso não apenas por que cabe ao Estado a concessão de autorizações e por que possui os mecanismos de controle e de cerceamento. A identificação histórica dos grupos de mídia brasileiros com o pensamento emanado das elites dirigentes (das quais fazem parte os próprios dirigentes desses grupos, evidentemente) produz uma igualdade discursiva difícil de ser quebrada. Da mesma forma que num passado longínquo, também as novas mídias aparecem mais como um desejo de transformação do que como ação efetiva. Ainda que muitos possam hoje expressar suas ideias, assistimos estupefatos a cada dia argumentos historicamente duradouros para expressar o momento em que vivemos que repetem máximas já ouvidas outras épocas e que atestam uma relação que torna improvável – sem uma luta também duradoura – a construção de uma democracia via democratização da comunicação.

## **Democratização da comunicação, conselhos setoriais e a interdição de seus debates**

**Alexandre Miorim<sup>1</sup> e Ilza Maria Tourinho Girardi<sup>2</sup>**

A luta pela democratização da comunicação tem como eixo central a defesa da universalização do direito de comunicar, imprescindível para o pleno exercício da cidadania. Uma sociedade democrática pressupõe a existência de uma estrutura comunicacional igualmente democrática, para que o direito à comunicação esteja assegurado, de modo equitativo, aos diferentes grupos que compõem a pluralidade da sociedade civil.

Mais do que a possibilidade de receber informações de qualidade e de fontes plurais, a capacidade de emitir mensagens ao público também deve estar garantida, para que o cidadão comum seja sujeito ativo no processo da comunicação, trocando informações e opiniões, sem restrições de qualquer ordem. De modo simplificado, os cidadãos deveriam estar aptos a romper com a condição de meros receptores no fluxo comunicacional.

Pensada como direito humano fundamental, a comunicação social precisa ser orientada de maneira dialógica, acessível e participativa. Nesse sentido, bases mais equilibradas deveriam condicionar a apropriação dos canais emissores por parte dos diversos atores sociais, com o objetivo de refletir no campo da produção simbólica a multiplicidade de perspectivas existentes na sociedade.

Os estudos sobre a história da mídia no Brasil e outros países da América Latina revelam, no entanto, que a apropriação do espaço público da radiodifusão e da telecomunicação aconteceu de modo antidemocrático, tornando o ato de comunicar um privilégio, e não um direito. A utilização do espectro eletromagnético como meio de distribuição de símbolos em larga escala manteve-se exclusiva a elites e oligarquias hegemônicas durante toda a sua evolução. A partir de escolhas políticas e/ou comerciais de governos, concessões públicas foram entregues a uma restrita parcela da população, cujos contratos foram renovados consecutivamente, sem mecanismos de mínimo controle e participação social, transparência ou regulamentação.

---

<sup>1</sup> Alexandre Miorim é bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela FABICO/UFRGS. Trabalha como jornalista na Secretaria Executiva do CDES-RS.

<sup>2</sup> Ilza Maria Tourinho Girardi é jornalista e doutora em Ciências da Comunicação. É professora na FABICO e PPGCOM/UFRGS.

Embora exista o engajamento de pesquisadores, ativistas e movimentos sociais, a concepção de uma comunicação social efetivamente democrática ainda parece distante da realidade brasileira. Como superar assimetrias e desproporções consolidadas verticalmente na estrutura comunicacional do país? E como garantir a universalização do direito de comunicar, em um cenário historicamente excludente?

O processo de democratização da comunicação não acontece espontaneamente, mas precisa ser induzido pelo poder público. Estado e sociedade devem ser fomentadores de uma dinâmica comunicacional mais equilibrada, visando universalizar o direito humano de comunicar, em um ambiente consolidado de modo antidemocrático. Tornam-se pertinentes, portanto, os esforços conjuntos entre sociedade civil e governos para a execução de políticas públicas que estejam voltadas à democratização da comunicação social, ancoradas em preceitos da Democracia e no direito à liberdade de expressão.

O poder público pode ser capaz de amenizar desequilíbrios históricos, resultantes do modo como se deu o processo de consolidação do sistema comunicacional no país. Zelar pela garantia do direito à comunicação aos diferentes atores sociais, para além daqueles que já o desfrutam, deve ser a diretriz de iniciativas governamentais direcionadas à comunicação social. É necessário, porém, que o poder público esteja em sintonia com as demandas dos grupos excluídos e marginalizados do campo simbólico, de maneira a conseguir contemplar os diferentes anseios dos segmentos que compõem o setor e os diversos segmentos da sociedade civil.

A mídia comunitária, os produtores independentes, a comunicação pública e público-estatal, os pequenos empresários da comunicação, os jornais e as rádios de interior, os periódicos de bairros, a comunicação de movimentos sociais e organizações não governamentais, os grupos alternativos, representantes da blogosfera, entre outros, suplicam por uma série de demandas elementares para as suas sobrevivências em um ambiente dominado pelos grandes grupos midiáticos de atuação monopolista.

Políticas efetivamente públicas de comunicação, capazes de contemplar a pluralidade e a diversidade cultural da sociedade, dependem do real envolvimento dos diversos atores sociais nas suas formulações. De alguma forma, os diferentes grupos devem participar dos processos de discussão, de elaboração e de acompanhamento de estratégias que objetivem a democratização da comunicação social e do seu acesso. Como gerar um ambiente adequado para o debate sobre a comunicação, onde os diferentes segmentos tenham a mesma possibilidade de manifestar suas perspectivas? Como que o Estado poderá identificar as necessidades dos grupos excluídos para poder atender suas demandas e tentar promover a sua inclusão?

Para tanto, torna-se fundamental a existência de mecanismos capazes de proporcionar o envolvimento da sociedade nas discussões referentes à comunicação. Nesse sentido, formalizou-se a reivindicação pela criação de conselhos ao setor, compostos pelos diferentes segmentos que o integram, para o debate aberto sobre o tema e a formulação de estratégias voltadas à democratização da comunicação e de seu acesso. Na 1ª Conferência Nacional de Comunicação (1ª Confecom), realizada em 2009, em Brasília, pelo Ministério das Comunicações, constou unânime o entendimento sobre a importância de órgãos desse caráter, nos níveis federal, estadual e municipal.

Apesar de encontrar bases legais na Constituição Federal e em constituições estaduais e do apoio de pesquisadores do campo e entidades da sociedade civil organizada, os conselhos de comunicação enfrentam resistências dos setores mais conservadores e seus braços midiáticos. A reação é frequente especialmente por parte dos conglomerados de mídia, que apelam para estratégias difamatórias, com o intuito de obstaculizar a implementação de políticas públicas que possam ameaçar sua hegemonia no controle do poder simbólico.

A investigação de como a proposta de instalação de um órgão com esse perfil no Rio Grande do Sul repercutiu na imprensa gaúcha, no segundo semestre de 2012, evidenciou que a iniciativa foi representada de modo distorcido em diversos momentos. Falsas construções simbólicas foram geradas dificultando a compreensão pública sobre os reais objetivos da proposta, que foi construída por meio de um amplo processo de participação social e consulta pública, conduzido pelo Governo do Estado, com o envolvimento de especialistas na área, movimentos sociais, intelectuais e representantes de entidades de classe.

O estudo das representações sociais, como aporte teórico-metodológico à análise de conteúdo, possibilitou o reconhecimento de diferentes concepções imagéticas acerca do Conselho de Comunicação, que tiveram reflexo nos jornais impressos do estado. Através da investigação analítica dos textos que mencionaram a proposta, orientando-se pela busca lexicográfica de termos previamente estabelecidos, perceberam-se indícios de variadas representações sociais sobre a proposta.

A tentativa de desqualificar o projeto de Conselho de Comunicação para o RS ficou clara principalmente em textos opinativos, de colaboradores, articulistas e colunistas referenciais da imprensa gaúcha. Construções simbólicas foram ancoradas em conceitos de 'censura', 'cerceamento', 'liberdade de expressão', 'liberdade de imprensa', 'democracia' e 'Constituição', com o objetivo de deslegitimar e até criminalizar a iniciativa. Entre as representações sociais sugeridas, constou a de um órgão voltado a

práticas inconstitucionais, violadoras de direitos humanos, absolutamente execráveis em qualquer sociedade democrática contemporânea.

De modo geral, os textos jornalísticos também refletiram esse conflito simbólico existente em torno do tema, entre os entendimentos de Conselho como instância de participação social e de Conselho como mecanismo de censura. Houve matérias nas quais a cobertura foi equilibrada, consultando as diferentes perspectivas sobre o projeto em questão. Outras, porém, pecaram na simplificação de adotar a representação do órgão como ameaçador da liberdade de imprensa, sem apuração aprofundada sobre o assunto.

Importante destacar que especialistas no tema – a exemplo de Dênis de Moraes e Venício Lima – já preveem esse tipo de fenômeno, como forma de resistência por parte de setores conservadores em relação a iniciativas de governos progressistas voltadas à democratização da comunicação. Os grupos que detêm o privilégio de comunicar temem transformações de cunho democrático e interditam o debate acusando o Estado de ameaçar a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa. Com o levantamento dessas bandeiras, impede-se a discussão sobre a universalização do direito de comunicar e o compartilhamento do poder simbólico.

Elemento que consiste em bem social fundamental para o processo democrático, a comunicação ainda enfrenta barreiras consideráveis no que diz respeito à sua própria socialização. Discussões sobre a regulação da mídia, o cumprimento e a revisão das bases constitucionais relacionadas ao setor, ou iniciativas voltadas à sua democratização e seu debate público, como o caso dos conselhos, são demonizados durante o processo de mediação, com vistas à manutenção do status quo. Ainda dependem da superação de obstáculos como esse os avanços para a efetivação do direito humano fundamental à liberdade de opinião e expressão.

Texto elaborado com base na seguinte referência:

MIORIM, A. **Representações sociais sobre proposta de conselho de comunicação no Rio Grande do Sul** [monografia]. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.



## Da comunicação e o estudo de suas políticas

**Adilson Cabral<sup>1</sup>**

Uma das áreas mais antigas em termos de formação de grupos de pesquisa vinculados a associações científicas no Brasil (o grupo da Intercom existe desde 1993), as Políticas de Comunicação no Brasil ainda não contam com uma reflexão que identifique a contribuição do conjunto de seus pesquisadores para a compreensão dos fenômenos que lhes são relacionados e que também permita construir sua legitimidade em relação à área de Comunicação Social no Brasil.

Esses estudos constantemente vivenciam a tensão entre o ativismo social, relativo à origem do movimento pela democratização da comunicação no país, e a produção de conhecimento, que busca compreender e oferecer subsídios relevantes para tratar justamente aquilo que dá sentido à estrutura pública e mercadológica da Comunicação, que é justamente o conjunto de suas políticas.

Mais do que um campo acadêmico específico, as Políticas de Comunicação, bem como seus objetos e reflexões, dizem respeito diretamente àqueles que buscam a Comunicação como área de atuação. Identificar a variedade de assuntos e a construção dos diversos enfoques, através dos artigos apresentados nos grupos de trabalho e de pesquisa das associações científicas ao longo da última década, permitirá redimensionar perspectivas de trabalho e formação, capazes de incidir no processo pedagógico dos cursos de graduação e pós-graduação no país.

Os Cursos de Comunicação Social raramente oferecem disciplinas de Políticas de Comunicação nos currículos. Quando assim procedem, em sua maioria contam com enfoques relacionados à ética profissional ou a políticas empresariais / institucionais de diversas organizações. A ausência dessa disciplina no processo de formação profissional proporciona um desconhecimento em relação aos elementos básicos de configuração do sistema de comunicação no país, bem como seu processo regulatório.

O resultado são gerações de egressos das graduações que compreendem, em sua maioria, os atores e papéis da área de Comunicação como naturalmente dados,

---

<sup>1</sup> Professor da Universidade Federal Fluminense

prejudicando suas próprias inserções junto ao respectivo meio profissional, como na perpetuação dessa compreensão ao longo de suas carreiras, mesmo que no retorno ao meio acadêmico em estudos de pós-graduação ou por meio da atividade de docência.

Assim cabe transcender o escasso conhecimento sobre as pesquisas relacionadas ao campo das Políticas de Comunicação no país, especialmente num momento em que se discute um marco regulatório para a Comunicação no Brasil, buscando despertar o interesse pela constituição da própria Comunicação como atividade profissional, regulada pelo Estado na busca de arranjos institucionais mais adequados com o mercado e a sociedade, na perspectiva de existência de uma estrutura produtivo-tecnológica avançada e na garantia de direitos, da proteção social e de oportunidades de inclusão qualificada, condição necessária a qualquer projeto nacional de desenvolvimento.

É imprescindível também promover uma reflexão acerca de políticas para além de Códigos de Ética, que compreenda a existência de atribuições claras nos processos comunicacionais relativos a meios e produtos, além de profissionais que os conduzem, diante da inexistência de dados sistematizados, o que dificulta a difusão da produção acadêmica e a consequente ampliação do debate sobre a necessidade de políticas públicas para a área e sobre a qualidade da formação de seus profissionais, ambos essenciais para a democratização da comunicação e o desenvolvimento da mídia no país.

Por fim, é de grande importância a formação de memória para o campo, na identificação de que é possível conjugar ativismo social com produção de conhecimento e vice-versa e que é preciso corrigir rumos em relação a áreas que mereçam melhor ou mais intensa abordagem, sendo necessário evidenciar contribuições relevantes junto ao meio acadêmico e ao das organizações da sociedade.

A área de Comunicação Social no país vem crescendo de modo exponencial devido ao aumento dos cursos de graduação e pós-graduação, à expansão de diferentes eventos científicos, promovidos pela comunidade acadêmica em torno de distintas iniciativas de ensino, pesquisa e extensão e, também, à ampliação das associações científicas relacionada à Comunicação.

Se as áreas constitutivas do Curso de Comunicação Social originam suas habilitações, é na formação de subáreas de conhecimento, também presentes em disciplinas obrigatórias ou optativas nos currículos, que professores, pesquisadores, seus orientandos e demais alunos se aglutinam em torno de grupos de pesquisa, atividades laboratoriais e, principalmente, associações científicas que, através de seus eventos e

demais iniciativas, disponibilizam o estado da arte que retrata a trajetória dos estudos relacionados às áreas de Comunicação Social.

Cláudia Peixoto de Moura, a respeito da importância do currículo no curso de Comunicação Social no Brasil, que compreende que

O currículo do curso de Comunicação Social projeta, em suas matérias ou disciplinas, os conhecimentos necessários às práticas profissionais vinculadas ao mercado de trabalho. Assim, fica evidente que o ensino tem um papel relevante na formação do futuro profissional (2002, p.15).

É certo que as subáreas relacionadas às atuais habilitações do Curso de Comunicação proporcionam iniciativas mais amplas, seja dentro da Intercom e da COMPÓS, associações científicas mais amplas, como em torno de associações específicas como a SBPJor e a FNPJ, em Jornalismo, a Abracorp, em Relações Públicas/Comunicação Organizacional, a recente ABP2, de Publicidade e Propaganda, além de Socine e da Forcine, da área de Cinema (atualmente não mais uma habilitação de Comunicação, mas com produção extremamente próxima).

Para além destas subáreas relacionadas às atuais habilitações, várias outras associações científicas começaram a surgir, especialmente ao longo das últimas duas décadas, fruto do crescimento da área de Comunicação: em Cibercultura, a ABCiber; em Comunicação Política<sup>2</sup>, a ComPolíticas; em Propaganda Política, a Politicom; em História da Comunicação, a Rede Alcar; em Folkcomunicação, a Rede Folkcom; na Economia Política de Comunicação, a ULEPICC Brasil, para além de outras mais específicas ou em processo de elaboração.

Criada em 2008, a Socicom, Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação, busca aglutinar essas associações científicas de Comunicação Social, no intuito do “diálogo entre as entidades da área” e se constituindo como “fórum legítimo e adequado para o debate constante sobre o desenvolvimento científico, artístico e tecnológico da Comunicação”<sup>3</sup>.

A subárea das Políticas de Comunicação se organiza a partir de 1993, e se institucionaliza por ocasião da criação do Grupo de Trabalho de Política de Comunicação,

<sup>2</sup> Importante aqui a Comunicação Política como diferencial, visto que trabalham com Comunicação Política, Mídia Política, Propaganda Política, Deliberação e não Políticas de Comunicação. Outras distinções e aproximações serão demarcadas no desenvolvimento da própria pesquisa.

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.socicom.org.br>. Acesso em 15/07/2011.

no Congresso da Intercom do mesmo ano. Apesar de não contar com uma associação científica específica, é na materialidade do grupo de pesquisa existente desde então e em outras iniciativas a partir da COMPÓS e outras associações relacionadas a subáreas mais próximas, como a ULEPICC Brasil, que a produção em torno de temas relacionados à área vem se renovando.

Os estudos em torno da área de Políticas de Comunicação se propõem a abordar os princípios, o desenvolvimento, a execução e as implicações das políticas de comunicação, nas esferas estatal, pública e privada, visando definir referências para o pensamento da Comunicação como prática social e analisando o papel da mídia na formulação de políticas públicas e movimentos sociais. Trata-se, portanto, de um esforço acumulado ao longo dos anos, a partir do ativismo social que fomentou a existência de um movimento pela democratização da comunicação no país.

Seu legado e materialização são não somente a busca constante pela elaboração de leis mais democráticas, como a conscientização da sociedade e suas organizações em torno da existência de uma regulação democrática para o setor, além de políticas de fomento à pluralidade e à diversidade capazes de afirmar o processo democrático numa perspectiva sociocultural. Essa mobilização possibilitou a construção de um diálogo mais intenso com o meio acadêmico, cuja preocupação não é somente legitimar demandas, mas fazer desse um espaço para a reflexão sobre as próprias políticas da área, compreendendo sua formulação em disciplinas e linhas de pesquisa ligadas à graduação e à pós-graduação em Comunicação.

Dessa forma, os grupos de trabalho e de pesquisa de associações científicas que lidam com as Políticas de Comunicação de um modo direto ou complementar são um importante retrato da busca por referenciar o debate da área sobre suas políticas, que deveria ser algo inerente a sua própria identidade, reforçando não só a área, como o processo de formação de futuros profissionais.

Nesse sentido, cabe um estudo mais restrito ao universo anteriormente descrito, compreendendo que relevantes estudos sobre as Políticas de Comunicação no Brasil se encontram também em grupos de pesquisa e publicações científicas impulsionados por autores de referência que não frequentam os focos do projeto aqui apresentado, como Murilo César Ramos, Venício Lima, Othon Jambeiro, Sérgio Caparelli, Dênis de Moraes, Albino Rubim, para citar os mais relacionados a essa área, que serão trabalhados na abordagem com os distintos temas levantados a partir dessa pesquisa.

Vale mencionar que a institucionalização de estudos de Políticas de Comunicação tem referência no cenário latinoamericano e internacional, merecendo destaque a existência de uma força-tarefa da IAMCR<sup>4</sup> sobre Políticas de Comunicação, que incidiu ativamente nos debates e processos relacionados à Cúpula Mundial para a Sociedade da Informação, além de grupos correlatos na ALAIC<sup>5</sup>.

Desse modo, a visibilidade dos estudos sobre Políticas de Comunicação no Brasil ao longo da primeira década do século XXI busca evidenciar a construção epistemológica desse tema para a área por autores inseridos nos espaços relacionados às Políticas de Comunicação, como Juliano de Carvalho, Edgard Rebouças, Suzy dos Santos e, recentemente, Octavio Pieranti. Portanto, o desafio de compreender as distintas leituras científicas sobre às Políticas de Comunicação no país terá determinante importância para a formação acadêmica e a atuação social em torno de uma área fundamental para o desenvolvimento de nosso país como a Comunicação.

---

<sup>4</sup> International Association of Media and Communication Research

<sup>5</sup> Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación

## **Contribuição da INTERCOM para uma permanente e crescente democratização do campo da Comunicação Social**

**Antonio Hohlfeldt<sup>1</sup>**

Falar do que a INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – fez pela democratização do campo comunicacional é tão fácil quanto difícil. Porque um dos objetivos primordiais da entidade, hoje com mais de 35 anos de existência, é exatamente o da democratização dos estudos sob comunicação em nosso país e também a democratização da compreensão do fenômeno comunicacional enquanto um fenômeno eminentemente social.

Algumas políticas da INTERCOM, neste sentido, praticamente nascem com ela. É bom lembrarmos que a constituição de agências de fomento à pesquisa, em nosso país, ocorre apenas a partir de 1950. Projetos de financiamento passam a acontecer algumas décadas depois e vêm se aprimorando ao longo do tempo. Portanto, deve-se levar em conta que muito do que a INTERCOM fez, num primeiro momento, considerava a inexistência de ações governamentais neste sentido. E daí, o vislumbre vanguardeiro de José Marques de Melo e de seus pares, à frente da entidade. Por exemplo: a publicação, e conseqüente divulgação da bibliografia que gradualmente começa a ser produzida em torno do tema. Anualmente, a INTERCOM editado, na década de 1970, boletins ou encartes – às vezes até livros, para registrar e comentar a nascente bibliografia acadêmica sobre o campo. Como ampliação esta política, surgiu o PORTOM – Portal de Comunicação, que buscava organizar uma base de dados com estudos produzidos no âmbito da própria entidade e de seus congressos, mas também com a produção latino-americana que também se iniciava. É evidente que, com o passar dos anos, estas políticas tiveram de ser ajustadas e revisadas. Por exemplo, o PORTOM tornou-se uma base de dados exclusivamente voltada para a produção do que circula no âmbito da INTERCOM, na medida em que a CAPES passou a exigir o depósito de todas as dissertações e teses na sua base de dados e ao crescimento das atividades na rede facilitou tal postagem, inclusive com o surgimento e/ou transformação de revistas especializadas, até então circulando em papel, com suas versões exclusivas ou também eletrônicas.

De qualquer modo, a atual diretoria da INTERCOM preocupou-se decididamente com a questão: constituiu um novo portal para a entidade, digitalizou toda a Revista

---

<sup>1</sup> Presidente da INTERCOM, Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS; pesquisador do CNPq.

Brasileira de Ciências da Comunicação, desde os primeiros boletins, bem como vem recuperando toda a memória de papers apresentados nos seus diferentes congressos, nacionais ou internacionais, indexando-os, de tal forma que a consulta à sua base de dados ficou extremamente simplificada, mantendo-se gratuita, já que a revista recebe auxílio das agências públicas de fomento à pesquisa.

Outra iniciativa que se tem revelado profundamente correta e oportuna é a especial atenção dirigida aos alunos de Graduação. A maioria quase absoluta das entidades hoje existentes e que reúnem diferentes pesquisadores do campo da comunicação social dirigem-se, em geral, a alunos de mestrado e/ou doutorado, ou professores/pesquisadores. A INTERCOM entende, no entanto que, sem prejuízo dessa dedicação, é fundamental abrir-se um espaço para os alunos de Graduação, a fim de, desde jovens prepará-los para as atividades de pesquisa, futuro do próprio campo. Assim, as diretorias da INTERCOM criaram os congressos regionais, que facilitam o acesso de alunos e professores das diferentes regiões brasileiras e, de outro lado, criou-se, ainda nos anos 1970, e reorganizou-se, com grande investimento em tecnologia e mobilização de professores que atuam como pareceristas, as atividades vinculadas ao Intercom Júnior e ao Expocom.

O Intercom Júnior recebe trabalhos de alunos que são bolsistas de iniciação científica ou que concluíram seus trabalhos de TCC em seus cursos de Graduação. O Expocom recebe trabalhos experimentais, individuais ou de equipes, devidamente coordenados pelos professores das áreas. Ambas as atividades buscam mostrar o que vem sendo realizado no campo, incentivar atividades de pesquisa e, sobretudo, promover uma aproximação muito grande entre os jovens estudantes das diferentes regiões do país. Estas atividades são complementadas, ainda, pelo Prêmio Vera Giangrande, dirigido aos alunos que concluíram seus trabalhos de Graduação e querem mostrar suas pesquisas.

Para que se tenha uma idéia, os atuais congressos da INTERCOM, quer os cinco regionais, quer o nacional, apresentam uma participação aproximada de 50% de estudantes de Graduação, sobretudo nos congressos regionais, o que nos garante a renovação constante do quadro de pesquisadores do campo.

Desde sua origem, a INTERCOM preocupou-se igualmente em gerar e apoiar a produção acadêmica. Para isso, estabeleceu uma política editorial que implicava a revista semestral além de livros os mais variados, ora a partir de temas propostos pela diretoria da entidade, ora documentando os trabalhos apresentados nos congressos nacionais. Hoje em dia, o livro anual do congresso toma como ponto de atenção o tema de cada congresso, e convida pesquisadores a refletirem sobre o mesmo, entregando o livro logo no início do encontro anual. Sobem a centenas os títulos editados pela INTERCOM que, no último

quinquênio começou também a editar ebooks, de mais fácil acessibilidade e divulgação. De modo geral, neste momento, a INTERCOM edita todas as suas obras em ambas as versões.

A INTERCOM está igualmente integrada a entidades internacionais, como o ECREA e a IAMCR, em termos europeus, e ao ICA, nos Estados Unidos. Com isso, participa dos encaminhamentos dos grandes debates em torno do campo. A entidade está, ainda, ligada à ALAIC, à SOPCOM, à AGACOM, entidades respectivamente atuantes na América Latina, em Portugal e na Galícia. Integra-se, no Brasil, à SOCICOM e faz parte, ainda, da LUSOCOM, que reúne associações de países lusófonos, e à IBERCOM, que aproxima nações ibero-americanas. Boa parte destas entidades nasceram a partir de inspiração da própria INTERCOM que, no caso de algumas entidades brasileiras, tem inclusive recebido suas sedes físicas nas suas próprias instalações. Entende a INTERCOM que a força do campo da Comunicação Social, inclusive quanto à sua força para interferência e diálogo com o poder público, depende da multiplicidade de perspectivas que são alcançadas, justamente, pelo protagonismo de diferentes entidades. Longe de haver, portanto, competições, a INTERCOM entende que deva haver sempre parcerias quando está em jogo o interesse público que envolva a Comunicação Social.

Além do mais, a INTERCOM tem firmado parcerias com o Ministério da Justiça brasileiro: indica sempre um seu associado para o júri do prêmio anual de imprensa sobre o tema dos direitos humanos; do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação - CETIC.br, que é o comitê gestor da internet, no Brasil, além de colaborar com a revista Imprensa, em seus concursos e prêmios de jornalismo. O Ministério da Comunicação, por outro lado, aceitou a iniciativa da INTERCOM e a entidade tem um assento no conselho da EBC – Empresa Brasileira de Comunicação.

Em síntese, a INTERCOM tem sido fiel ao princípio de absoluto respeito quanto a posições e perspectivas diversas de seus associados. Mas não tem deixado de participar de iniciativas que, no entender de suas diretorias ou de seu Conselho Curador, possam ajudar a sociedade brasileira a compreender e a valorizar a importância da comunicação em seu contexto. Mais que isso, tem procurado participar dos principais debates em que os processos públicos comunicacionais são colocados na pauta das administrações públicas.

Publicando revistas e livros, abrindo espaço para os jovens estudantes e pesquisadores, participando de conselhos e instituições congêneres as mais variadas, a INTERCOM tem como sua principal meta exatamente chamar a atenção para a importância da Comunicação Social enquanto um fenômeno eminentemente cidadão.



## Descaminhos da digitalização do rádio no Brasil

Marcelo Kischinhevsky <sup>1</sup>

O Brasil precisa de um rádio digital? A questão, aparentemente simples, na verdade é de difícil resposta. A indústria da radiodifusão sonora encontra-se em mais uma encruzilhada, com a acentuada perda de audiência em ondas médias e a perspectiva de migração em massa de AM para FM – ao menos nas cidades do interior, onde o espectro de radiofrequências não se encontra saturado – viabilizada por decreto assinado pela presidente Dilma Rousseff<sup>2</sup>. Com sua capilaridade pelo território nacional, em todas as regiões, faixas etárias e de renda, o rádio merece especial atenção do poder público e desempenhará papel-chave em qualquer política de democratização do acesso aos meios de comunicação que vier a ser desenhada no Brasil, a exemplo do que tem ocorrido em países vizinhos, sobretudo o Uruguai<sup>3</sup>.

Ao longo da última década, o rádio digitalizou todos os seus processos, menos a transmissão. Experiências nessa direção remontam aos anos 1980. Durante anos, consórcios que desenvolvem padrões de rádio digital venderam o futuro com base em duas premissas: o som de qualidade superior (a promessa era ouvir AM com qualidade de FM e FM como um CD) e a possibilidade de multiprogramação (até seis programações simultâneas e alternativas de uma mesma emissora).

Mas os testes realizados no Brasil até o momento mostram que a alta fidelidade sonora é apenas uma jogada de marketing. Desde 2006, testes são realizados de modo frustrante. Naquele ano, o padrão americano foi testado em emissoras AM e o relatório

---

<sup>1</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ), doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Email: marcelok@uerj.br.

<sup>2</sup> Cf., entre outros, MACEDO, Danilo. "Dilma assina decreto autorizando migração de rádios AM para FM," *Agência Brasil*, publicado em 7/11/2013, às 13h52. A estimativa divulgada pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert) é de que 90% das 1.784 emissoras em operação em ondas médias migrem para a frequência modulada, a um custo de R\$ 100 milhões. "Por muito tempo acreditamos que a solução seria a digitalização, mas os testes demonstraram que as dificuldades no AM digital são similares às no analógico", disse, na ocasião, Daniel Slaviero, presidente da Abert. Com a transmissão em FM, estas emissoras passam a contar com uma base de mais de 160 milhões de aparelhos celulares equipados para sintonizar rádio, sem custo para o usuário.

<sup>3</sup> Sobre as mudanças na legislação uruguaia, que preveem maior peso para a radiodifusão comunitária, cf. KAPLÚN, Gabriel, "*Políticas de comunicações no Uruguai*", entrevista concedida a Fernando Oliveira Paulino e equipe, publicada na *Revista Brasileira de Políticas de Comunicação*. Disponível em: [http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/14631/1/ARTIGO\\_PoliticacomunicacoesUruguai.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/14631/1/ARTIGO_PoliticacomunicacoesUruguai.pdf). Última consulta: 15/1/2014.

preliminar da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) apontou transmissões com cobertura “bastante aquém da analógica”, locuções com timbre metálico e defasagem (*delay*) de oito segundos entre transmissão e recepção (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 111).

Apesar disso, o então ministro das Comunicações, Hélio Costa, deu entrevista afirmando que o padrão americano, favorito dos radiodifusores, já estava escolhido e que a migração movimentaria R\$ 100 bilhões em uma década, entre investimentos na compra de equipamentos de transmissão, receptores digitais, desenvolvimento de soluções etc. De imediato, pesquisadores vinculados ao Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) divulgaram carta aberta ao ministro, com 89 signatários, pedindo estudos mais aprofundados e sugerindo que o padrão de rádio digital a ser adotado pelo país contemplasse as seguintes condições:

- Manter a gratuidade do acesso ao rádio;
- Oferecer transmissão com qualidade em qualquer situação de recepção;
- Proporcionar adaptabilidade ao parque técnico instalado;
- Garantir coevolução e coexistência do digital com o analógico;
- Oferecer aparelho receptor com potencial de popularização;
- Envolver tecnologia não-proprietária (*o que eliminaria o padrão americano da disputa*);
- Possibilitar a integração do rádio com outras mídias digitais.

Em reunião com o ministro, no dia 13 de dezembro de 2007, três representantes dos pesquisadores propuseram ainda a criação de um Comitê de Assessoramento Científico e de duas linhas de financiamento, uma voltada à migração das emissoras comerciais de pequeno porte, comunitárias e educativas, com potência de transmissão inferior a 5 kW, e outra à indústria eletrônica para a produção de aparelhos com tecnologia digital de transmissão e recepção para radiodifusão sonora.

O tempo foi passando e a escolha, sendo protelada, até que Costa – ex-funcionário das Organizações Globo – deixou o cargo, de olho na campanha eleitoral em Minas Gerais. Em seus últimos dias em Brasília, mandou publicar portaria instituindo o Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD), que estabelece diretrizes vagas sobre democratização de acesso à informação, diversidade cultural e inclusão social. Muitas delas, de fato, constituíam reivindicações apresentadas por pesquisadores e movimentos sociais, o que representa um avanço, especialmente se considerarmos a forma açodada como o Ministério tratava o assunto.

De lá para cá, contudo, o cenário mudou. A predileção dos radiodifusores pelo

sistema americano arrefeceu, os testes deixaram de suscitar interesse (DEL BIANCO, 2013), e a internet se popularizou. Decerto, a mudança de posição dos empresários se deve às informações dando conta do fracasso dos diversos padrões de rádio digital mundo afora. Isso quer dizer que não precisamos do digital? Não necessariamente.

O AM dá sinais de esgotamento no Brasil, assim como em outros países. Diante da indefinição sobre o padrão de digitalização a ser seguido, os radiodifusores simplesmente pararam de investir e operam, muitas vezes, com velhos transmissores valvulados, que têm potência reduzida ano a ano para aumentar sua sobrevida.

O espectro está saturado nas grandes cidades, o que impede a entrada de novos *players* no mercado, reduzindo a competição e, por consequência, a diversidade de conteúdos oferecidos aos ouvintes.

Sem perspectivas, a indústria eletroeletrônica simplesmente parou de produzir aparelhos receptores de rádio. Os únicos à venda são aqueles embutidos em *mini-systems* integrados (dividindo as atenções com *CD-players* e entradas USB) ou em automóveis. Cada vez mais, o rádio – ao menos, em FM – é sintonizado através de telefones celulares, pois quase já não há modelos de rádio a pilha nas lojas.

O que exatamente, então, está em jogo nessa disputa bilionária em torno do digital? Numa resposta sintética: o futuro do rádio no Brasil, em termos de investimentos, desenvolvimento de novos conteúdos e linguagens, convergência com outras plataformas digitais e ampliação da base de ouvintes, com inovadoras relações de consumo.

Como na TV digital, os grandes *players* do negócio do rádio digital são consórcios internacionais, que desenvolveram sistemas concorrentes e incompatíveis entre si:

- **In Band On Channel (Iboc) ou HD Radio** – Sistema americano, desenvolvido por um consórcio privado, era o preferido de Costa e dos empresários de radiodifusão, pois permite manter as atuais posições no dial – a transmissão pode ser simultânea, nas mesmas frequências, em digital e analógico.
- **Digital Radio Mondiale (DRM)** – É tocado por grandes estatais de radiodifusão europeias, em parceria com gigantes da indústria eletrônica, e nasceu no início dos anos 2000 para salvar o AM e as Ondas Curtas do ostracismo. Era cogitado como uma alternativa à ineficiência do Iboc em Ondas Médias, mas recentemente desenvolveu também uma versão (DRM+) que atende à Frequência Modulada. Também permite transmissão simultânea em digital e analógico, nas mesmas frequências.

- **Integrated Services Digital Broadcasting (ISDB)** – Sistema japonês, mais recente, que permite convergência total de texto, áudio e vídeo. Foi escolhido pelo Brasil como padrão para TV digital, mas não agrada aos radiodifusores porque também não permite a transmissão simultânea em analógico e digital, exigindo a migração para novas frequências.

Além da qualidade sonora superior, que se mostrou uma falácia, os consórcios de rádio digital ofereciam a possibilidade de multiprogramação, que permitiria no mínimo quadruplicar a oferta de conteúdos radiofônicos pelas emissoras. O problema é que isto não aconteceu na maioria dos mercados em que estes padrões foram adotados. Os empresários do setor não se mostraram dispostos a investir em mais pessoal, equipamentos e soluções tecnológicas de interação com os ouvintes (canais de voz para opinião, sistemas de compras diretas por meio dos aparelhos receptores). Além disso, em países como a Espanha, a digitalização foi acompanhada de novas concessões, o que aumentou a concorrência e desagradou aos radiodifusores já estabelecidos. Afinal, por que investir numa nova plataforma, onde haverá mais concorrência e nenhuma perspectiva de aumento do bolo publicitário?

Algumas questões permanecem em aberto, depois de quase uma década de debate:

- Qual a sustentabilidade da migração para um padrão de rádio digital? Mesmo que sejam abertas linhas de financiamento público, como as pequenas emissoras comerciais – a maioria vivendo na informalidade – e as rádios comunitárias vão se habilitar para receber empréstimos?
- Como fomentar a indústria e garantir o fluxo de investimentos publicitários?
- Qual a possibilidade de convergência tecnológica dos futuros receptores com a TV e a internet?

O rádio digital corre o risco de virar um ancião antes mesmo de nascer, atropelado pela pluralidade oferecida pela internet, como antecipou Eduardo Meditsch (2008). A rede mundial de computadores comporta a prometida multiprogramação e é uma plataforma aberta, acessível a bilhões de pessoas. E quem hoje, em tempos de mp3, está preocupado com alta qualidade sonora?

Pelo menos, o governo tem se mostrado mais aberto ao diálogo com os diversos atores sociais. A criação do Conselho Consultivo do Rádio Digital (Portaria nº 365, de 14 de agosto de 2012) representa um avanço no sentido de ouvir todos os segmentos envolvidos no processo, reunindo representantes do Governo Federal, do Poder Legislativo, do setor de

radiodifusão e da indústria eletroeletrônica. A academia, alijada inicialmente do debate, solicitou assentos no conselho na condição de observadora e foi atendida – especificamente, a Intercom e o Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Brasil) tiveram autorização do ministro Paulo Bernardo Silva para passar a acompanhar as discussões.

Pelos problemas acima expostos, aprofundar o debate sobre que rádio digital queremos é vital. Entregue às forças do mercado, o rádio – primo pobre da indústria da radiodifusão nas últimas décadas, particularmente na modalidade AM – corre o risco de morrer por inanição. Com a expansão da TV por assinatura, da internet e da telefonia móvel, o percentual de domicílios no país com aparelhos receptores de rádio recuou de 88,9% em 2008 para 80,9% em 2012, de acordo com dados do IBGE<sup>4</sup>, acelerando tendência que já se antevia desde o fim dos anos 1990, quando o meio finalmente perdeu a liderança para a TV, após longo declínio.

A migração tecnológica é chave para a sobrevivência do rádio num cenário de convergência midiática. Trata-se de uma indústria que, em 2008, segundo dados do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV), representava um valor adicionado de 0,49% do Produto Interno Bruto (PIB), pouco atrás de vestuário e acessórios (0,61%), gerando 143,5 mil empregos diretos e mais 159,1 mil indiretos em todo o Brasil<sup>5</sup>. São mais de 9 mil emissoras em operação no país – segundo maior parque transmissor do planeta, atrás apenas dos EUA –, das quais metade de caráter comunitário, sem condições financeiras de investir na digitalização.

Meio massivo de maior capilaridade, o rádio oferece um laboratório privilegiado para desenvolvimento de políticas públicas que visem à democratização da comunicação, à ampliação da pluralidade e da diversidade de vozes no dial. Políticas que são estratégicas num país onde os interesses privados raramente são contrariados, e onde o interesse público geralmente acaba relegado a segundo plano. Condená-lo à morte prematura por inanição não deveria ser uma das opções colocadas sobre a mesa. É preciso confrontar obstáculos, conciliar interesses e avançar, estabelecendo bases sólidas para investimentos públicos e privados, que permitam projetar um futuro sustentável para a indústria da radiodifusão sonora. Um futuro em que o rádio permaneça como um habitante de destaque no ecossistema midiático.

<sup>4</sup> Cf. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad) – 2012. Para uma série histórica da presença de TV, rádio, computadores e telefones móveis, cf. <http://www.teleco.com.br/nrtv.asp>. Última consulta: 13/1/2014.

<sup>5</sup> “Análise do perfil sócio-econômico do setor de radiodifusão no Brasil”, 23 de setembro de 2008, Ibre/FGV.

### Referências bibliográficas

DEL BIANCO, Nélia. Atuação do Conselho Consultivo do Rádio Digital: em busca de um formato de digitalização adequado à realidade brasileira. Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, Manaus, 7 a 9 de setembro de 2013.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. *O rádio sem onda – Convergência digital e novos desafios na radiodifusão*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

MEDITSCH, Eduardo. Novos tempos, velhas idéias: ou o ancião chamado rádio digital. Publicado em 27/9/2008. Disponível em: <http://www.carosouvintes.org.br/novos-tempos-velhas-ideias-ou-o-anciao-chamado-radio-digital/>. Última consulta: 13/1/2014.