

233

COMUNICAÇÃO, POLÍTICA E CONTROLE PÚBLICO. *Paola Madeira Nazário, Denis Gerson Simões, Valerio Cruz Brittos (orient.)* (UNISINOS).

O trabalho analisa o processo de instalação e gestão do Conselho de Comunicação Social (CCS), o qual é subsidiado pelo Senado Federal, previsto no artigo 224 da Constituição Federal e regulamentado pela Lei 8.389, de 30 de dezembro de 1991, tendo sido instalado em maio de 2002. Para isso, estuda-se a regulamentação e sua aplicação, bem como a atuação da mídia e da sociedade civil neste caso. O Conselho de Comunicação Social tem como função auxiliar o Congresso Nacional com pareceres, recomendações e estudos, atinentes ao título VIII, Congresso Nacional a respeito do capítulo V, da Constituição Federal, relativamente aos direitos e deveres dos meios de comunicação social nacionais. Analisando o texto da lei 8389, assim como o regimento interno, pode-se pontuar que itens são necessários para a compreensão dos fins para os quais foi criado esse conselho e de que maneira a formulação de suas prerrogativas realmente satisfaz as necessidades que forçaram sua constituição. Os resultados obtidos até o momento, a partir da análise das atuações do CCS, é que esse espaço de representação política, principalmente civil, está cada vez mais permeado por lógicas que dizem respeito aos interesses das empresas capitalistas de mídia. A pesquisa é estabelecida nos marcos da Economia política da Comunicação, ante um percurso metodológico que inclui a revisão bibliográfica, coleta de documentos, estudo de publicações especializadas, análise de informações jornalísticas acerca dos agentes envolvidos, observação das realidades midiáticas e, complementarmente, entrevistas. Nessa problemática, revelam-se as articulações da sociedade, dos agentes governamentais e das indústrias culturais. (PIBIC).