

## **Uma certa digressão conceitual: desafios identitários das políticas de comunicação<sup>1</sup>**

Juliano Maurício de Carvalho<sup>2</sup>  
Vivianne Lindsay Cardoso<sup>3</sup>

Unesp (Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"), Bauru, SP

### **Resumo**

Para desenhar um estado da arte sobre o aporte teórico-conceitual das pesquisas de comunicação, a partir do levantamento dos duzentos e sessenta e sete artigos apresentados no Grupo de Pesquisa de Políticas e Estratégias de Comunicação da Intercom, no período de 2000 a 2013, foi analisado o macro-descritor "políticas de comunicação". Os quarenta e quatro artigos encontrados possibilitaram identificar métodos, as reflexões e aportes para a construção da identidade de temática no campo da Comunicação. Instauradas em quatro dimensões, as investigações se concentram nas categorias que envolvem as políticas de comunicação e sua relação com a ação regulamentadora do Estado; o atributo da comunicação enquanto políticas públicas; as funções instrumental e desenvolvimentista das políticas e os arranjos teórico-metodológicos elegidos.

**Palavras-chave:** Políticas de Comunicação; Políticas Públicas; Comunicação; Metodologia.

### **Introdução**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

1

<sup>2</sup> Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento (mestrado profissional), docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática (mestrado acadêmico) e do Curso de Jornalismo, líder do Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã) da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (FAAC/Unesp). E-mail: juliano@faac.unesp.br

2

<sup>3</sup> Doutoranda e mestre em Comunicação pela Unesp - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" na linha de pesquisa: Gestão e Política da Informação e da Comunicação Midiática. Especialista em Docência no Ensino Superior (Unifeob). Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (PUC-Campinas). Membro do Grupo de Pesquisa Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã) da FAAC/Unesp. E-mail: viviannele@hotmail.com

3

Nas últimas décadas os estudos que relacionam política e comunicação têm ganhando relevância nas pesquisas comunicacionais, buscando compreender a tessitura dos processos que conotam as ações dos atores público<sup>4</sup>, social<sup>5</sup> e privado<sup>6</sup> na construção de agendas, produtos e natureza imaterial das políticas do Estado para o campo das comunicações. Mais do que aplicá-las aos estudos diversos, a busca tem sido pela compreensão do próprio conceito do que sejam políticas públicas de comunicação. Como um dos principais referenciais nesses estudos encontram-se as pesquisas do Grupo de Pesquisa de Políticas e Estratégias de Comunicação da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação).

Para desenhar um estado da arte sobre o aporte teórico-conceitual das pesquisas de comunicação, produzimos um levantamento<sup>7</sup> dos duzentos e sessenta e sete artigos apresentados no Grupo de Pesquisa de Políticas e Estratégias de Comunicação da Intercom, no período de 2000 a 2013. Analisamos o macro-descritor "políticas de comunicação" com o desígnio de constituir itinerário teórico, em pouco mais de uma década, por quarenta e dois pesquisadores, em quarenta e quatro artigos.

Percorrendo treze anos de trabalhos apresentados no grupo, identifica-se a riqueza dos debates e o comprometimento na busca de sua contribuição para o campo da Comunicação. Instauradas em três grandes frentes, as pesquisas se concentram nos campos que envolvem as políticas de comunicação e sua relação com a ação regulamentadora do Estado; reflexões da comunicação enquanto políticas públicas; e os arranjos teórico-metodológicos que os foram internalizados pelos pesquisadores para construir conceitos e nortear processos metodológicos.

---

<sup>4</sup> O Estado, que também pode ser caracterizado como classe política. Fazem parte deste grupo as instâncias de poder que têm vínculos de interesse no setor das comunicações. No caso do Executivo, estão presentes a Presidência da República, a Casa Civil, o Ministério das Comunicações, o Ministério de Ciências e Tecnologia, o Ministério da Justiça e o Ministério da Cultura; no Judiciário, a Justiça Federal e as estaduais; no Legislativo, o Senado e a Câmara dos Deputados (REBOUÇAS, 2006).

<sup>5</sup> Os atores sociais estão no âmbito da sociedade civil. "A instância independente do Estado e do mercado, a base de atuação das associações, sindicatos, comunidades e organizações livres, não estatais e não econômicas, ancoradas nas estruturas de comunicação da esfera pública, na qual o comportamento reflexivo do cidadão se constrói e se reproduz". (HAJE; LEAL; PAULINO, 2008).

<sup>6</sup> O grupo que mais se destaca no quadro é o vinculado aos interesses privados – empresas de comunicações, agências de publicidade e anunciantes – os auto-intitulados “donos” da mídia. (REBOUÇAS, 2006).

<sup>7</sup> O levantamento contou com o apoio do acadêmico Guilherme Henrique Vicente, graduando em Jornalismo na Unesp (Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho") e bolsista PIBIQ-CNPq,

Inicialmente, é necessário que seja feito um esclarecimento do uso e distinção de três conceitos: comunicação e política; políticas de comunicação e comunicação política, além das adequações que sofreram ao longo das décadas. Para isso optamos pelo uso das definições de Capparelli (1997), que avalia os termos comunicação e política como dois campos que seguem paralelos, estabelecendo um diálogo, uma consubstancialização inseridos em um contexto que considera dinâmico e não estático, privilegiando um ou outro aspecto desse arranjo. “Em comunicação política, a política é um atributo de comunicação, talvez seu conteúdo; e em políticas de comunicação, é a comunicação como objeto de uma prática que se encontra fora dela. Mas essas três instâncias não existem de forma independente” (CAPPARELLI, 1997).

Capparelli (1997), delimitando um recorte temporal, passa a denominar “políticas de comunicação” a primeira fase e “comunicação pública” a segunda. A segunda tendência ou fase considera as políticas públicas como um processo de engajamento por parte de grupos da sociedade civil na revisão das normas jurídicas do Estado que estejam relacionadas à política de concessão de emissoras de rádio e de televisão, bem como propostas de conteúdos a serem produzidos no próprio país - seja nacional, como regional - ao lado de grupos da comunidade que criam espaços independentes de informação. O autor destaca que as inter-relações entre comunicação e política ganham nova perspectiva de interesse também pelo reflexo da política de mercado. As políticas de comunicação retomam os debates, mas de modo mais sofisticado, com um refinamento metodológico e com o foco nas buscas por políticas públicas e democráticas de comunicação, o discurso e a prática de políticas de comunicação “se transformam, saem de dentro da universidade, procuram uma interlocução com o Estado mas também com os empresários e se organizam em termos de transformações dos meios de comunicação enquanto espaços públicos contemporâneos” (CAPPARELLI, 1997).

Edgard Rebouças (2000) sintetiza a existência de três dimensões de Políticas de Comunicação. A primeira é a proposta pela Unesco (apud BÉLTRAN, 1982) que compreende as "Políticas Nacionais de Comunicação" com um "corpo coerente de princípios e normas" que guiam o comportamento das instituições no tratamento da comunicação de um país. A segunda dimensão que vem de Daniel Cohen (1988), introduz, além dos princípios e normas, as práticas sociais relacionadas com a administração,

organização e funcionamento dos recursos humanos e técnicos do sistema comunicacional de um país. A terceira é a tese da transposição feita por Sérgio Capparelli (1997) ao analisar o conceito de Políticas Culturais elaborado por Teixeira Coelho (1997) para definir Políticas Culturais.

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

A construção de parâmetros norteadores para as pesquisas sobre políticas de comunicação foram vistos, em vários momentos, como parciais ou engajados por alguns pesquisadores. Robert White (1983, apud Edgard Rebouças) aponta inconsistências no interior das análises como fator limitador para que os próprios conceitos sejam empregados. Para o autor a base para uma "comunicação democrática" possui contradições que precisam ser observadas por seus investigadores críticos.

Em espírito semelhante soa o alerta de Marques de Melo (White, 1983, apud Rebouças) há quase vinte anos, no início da década de 1980, mas até hoje ainda é preciso estar atento, principalmente em um mundo que de lá para cá atravessou uma série de modificações, inclusive paradigmáticas. Ele defende que não se muda a retórica sem que haja uma alteração na postura acadêmica. E, falando diretamente para aqueles que insistiam em manter um discurso combativo, certas vezes dogmático, em lugar de debaterem e tentarem fazer valer suas ideias diante de estruturas que acreditavam até na profetização do fim da história.

## **1. Políticas de Comunicação, uma aproximação conceitual**

Ao analisar as questões que envolvem a temática das políticas de comunicação, a regulação e o Estado, verifica-se que o grupo de pesquisa concentra sua atenção no processo de engajamento por parte de grupos da sociedade civil na revisão das normas jurídicas do Estado. Constata-se ainda o apontamento feito por Rebouças (2000) de que o desafio dos pesquisadores do campo da comunicação e aqueles que elaboram as políticas de comunicação é lidar com a fragilidade, com grande número de contradições e inconsistências, de alguns dos principais modelos de políticas que surgem como bases para

o desenvolvimento de uma comunicação mais democrática. A própria regulamentação é fortemente criticada por diversos autores considerando-a, além de aquém das demandas sociais, estruturadas a partir de interesses de pequenos grupos privados.

O vínculo existente entre empresas de comunicação e políticos ou chefes locais dão apontamentos de que as políticas de comunicação favoreceram intensamente o domínio dos mesmos políticos nesta relação. Caldas aponta que o partido critica, inclusive, a existência de monopólios e oligopólios que se cruzam “vertical e horizontalmente” e discute a falta de conexão entre as políticas de comunicação, educacional, cultural e de telecomunicações. Denuncia também a ausência de instituições mediadoras entre o Estado, o setor privado e a sociedade voltadas à formação de políticas sobre a área de comunicações que se voltem aos interesse públicos e não predominantemente aos privados.

Uma das justificativas para a fragilidade da regulamentação para Santos (2006) é que o pensamento liberal-democrata inspirou a construção do Estado Capitalista nacional e também é o matiz que imprimi a concepção das políticas públicas no Brasil, resultando em políticas de comunicação do Estado Capitalista brasileiro que desempenham o papel de manutenção da dominação da classe detentora do capital nacional e internacional sobre o conjunto da classe trabalhadora. Como reflexo, Santos avalia que a dominação experimentada pelo conjunto da classe trabalhadora brasileira acaba possuindo laços estreitos com as políticas de comunicação, que representam limites às lutas da classe trabalhadora. Exatamente por isso, “determinar a orientação das políticas de comunicação no Estado Capitalista é fator estratégico para a manutenção do atual ordenamento social. Logo, este processo está permeado pela luta de classes, significado por suas contradições específicas” (SANTOS, 2006).

A Constituição Federal de 1988 traz um novo fôlego para os debates que envolvem as políticas de comunicação. Buriti e Carvalho (2012) descrevem que o período de redemocratização do país, após a ditadura militar, foi espaço da discussão em torno de novas políticas de comunicação e de propostas de fortalecimento do campo público da radiodifusão. O debate foi marcado pela polarização de forças não correlativas existentes no Congresso. O lado minoritário, apoiado por organizações e entidades da sociedade civil pela democratização da comunicação, tratava a questão da comunicação como direito humano (BURITI; CARVALHO, 2012). Por outro lado, conforme descrito no artigo, “o

lado majoritário, conservador, no qual os próprios congressistas eram concessionários de rádio e televisão, tratava a comunicação segundo os interesses do mercado e, dessa forma, tinham interesse em manter o status quo da comunicação” (LIMA; 2011 apud BURITI; CARVALHO, 2012). Para Carvalho (2009), o artigo 223 da Constituição trouxe uma figura jurídica importante para contrapor a força do Estado naquele momento, tanto para a iniciativa privada, quando para o campo que vinha lutando pela democratização da comunicação. A comunicação pública fundamentando o princípio da complementaridade entre os campos público, privado e estatal para Lima (apud MARTINS, 2008), a explica a relação com a conjuntura nacional que saía de um período militar com uma experiência estatal autoritária “A discussão sobre o público era um debate extremamente politizado porque era a forma de escapular do autoritarismo” (LIMA apud MARTINS).

Mesmo assim, nos debates e ações em torno das políticas de comunicações, Santos (2006) avalia que o modelo que se convencionou chamar de primeiro, segundo e terceiro setores não segue, necessariamente, a lógica formal respectiva que envolve o Estado, a classe econômica e a sociedade civil, mas sim dando destaque aos interesses privados – empresas de comunicações, agências de publicidade e anunciantes – os auto-intitulados “donos” da mídia que são bem organizados, constantes e intensos na defesa de seus interesses, quando comparado a sociedade civil e ao próprio Estado na defesa dos interesses públicos. Para Bolanõ (2007), ao questionar a lógica das políticas de comunicação no Brasil, a legislação não passa de uma “formalização de um determinado consenso social, que retrata a posição relativa dos diferentes atores na estrutura hegemônica da sociedade num dado momento e cuja validade se prolonga no tempo de acordo com o prolongamento da estabilidade daquela estrutura” .

As competências, o papel e a atuação das agências reguladoras no país é outro ponto questionado pelos pesquisadores. Como acirramento dos debates sobre políticas públicas ao longo dos anos, constata-se a necessidade de uma maior efetividade na atuação desses órgãos, além de uma análise da regulamentação que os norteiam. Para LEAL (2003), a Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel com sua atividade voltada à defesa do interesse público-social tem como grande desafio conseguir dialogar com as demais estruturas reguladoras para arbitrar sobre a prestação de serviços públicos pela iniciativa

privada e ainda preservar a própria independência legal e real, garantindo a aproximação entre Estado, mercado e usuário.

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

Nos últimos anos o país tem vivenciado diversas ações para o fortalecimento de políticas públicas de comunicação a expansão e a consolidação da representatividade da sociedade civil. Mais que participar, ela passa a interferir e modificar tradições políticas, concretizando conceitos que compreendem a relevância da sociedade civil engajada e atuante nesse ambiente.

Rebouças (2003) recupera o conceito de políticas de comunicação consagrado na Conferência Intergovernamental sobre Políticas de Comunicação na América Latina e Caribe, realizada na Costa Rica, em julho de 1976. A Declaração de San José estabelece a necessidade de planos para a implementação das políticas nacionais de comunicação que respeitem a liberdade de expressão, os direitos individuais e que contribuam com o conhecimento, pluralidade cultural, entre outros temas (UNESCO, 1976).

Uma abordagem "desenvolvimentista" das políticas para a comunicação permearam vários documentos e conferências em nível mundial e regional. A NOMIC (Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação) proposta pelo o relatório MacBride<sup>8</sup> (MELLO, 1992; BRITES, 2008), a criação do CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina) e as cúpulas mundiais da Sociedade da Informação em 2003 e 2005. Cabral (2009) reforça essa perspectiva e compreende a formulação de Políticas de Comunicação como desdobramento de princípios determinantes de sua

---

<sup>8</sup> A Organização das Nações Unidas para a Comunicação e Cultura (Unesco) lançou, em 1980, um documento organizado pela Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, sintetizando os resultados do mais amplo debate sobre comunicação no mundo contemporâneo: o Relatório MacBride. Ele foi apelidado desta forma porque a comissão que o elaborou, formada por representantes de 16 países, era presidida pelo irlandês Sean MacBride (BIZERRA; PIMENTA, 2012).

orientação ideológica, de seu caráter de promoção social e da contribuição para o desenvolvimento, a construção de processos regulatórios.

Motter (1994) aponta a relação de casualidade que a formulação das políticas tiveram no país, procurando demonstrar a relação das empresas de comunicação como parte, umbilicalmente, interessada na formulação das regras do jogo. Ele menciona a o favorecimento que os políticos, especialmente locais, exercem sobre modelo, sobejamente por conta nos reiterados interesses em concessões e suas renovações. Lopes (2008 apud PIERANTI e MARTINS, 2007) observa que a relação Estado e setor privado fora inaugurada na derrubada de todos os cinquenta e dois vetos apresentados pelo, então presidente João Gulart, na aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações, ocasião em que fora organizada a ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão).

Silveira (2006) já defende que políticas de comunicação funcionam como elo fundamental para a constituição do estado nacional (território, idioma, legislação, povo, soberania). Para a autora "as relações entre comunicação e estado supõem determinações que este determina sobre aquela". A formulação das políticas devem estar no cerne das atribuições do Estado e, na definição de Carvalho (2010, apud RAMOS, 2000) devem ocorrer partir do embate de posições antagônicas no âmbito da esfera pública e transportadas o Estado mínimo sob máximo controle público, ou seja, um Estado permanentemente em cheque pelas forças adversárias na sociedade. Mesquita (2003 apud HAJE et al, 2008) define políticas de comunicação como políticas públicas e as descreve como um amplo arsenal de medidas elaboradas pelo poder público competente com a finalidade de afinar o sistema de Comunicações em relação aos direitos e demandas da sociedade civil.

## **2. A transversalidade metodológica das Políticas de Comunicação**

De um modo geral as pesquisas realizadas pelo GP de Políticas e Estratégias de Comunicação da Intercom faz uso de uma pluralidade de métodos e instrumentos para analisar o repertório Estado e Comunicação. O que se observa nos artigos é uma predominância dos diálogos com a Ciências Política, disciplina mãe das principais



abordagens recorridas nos estudos que envolvem o binômio política e comunicação. Há várias interpretações para a incorporação de modos de análise de processos políticos, poder, Estado, mas as categorizações dialéticas ainda predominam.

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

Muito embora, o modelo brasileiro mantenha significativas diferenças dos modelos internacionais, o que acaba por demonstrar uma solução local para a definição de políticas que possuem grupos de interesse em escala global (SANTOS, 2007).

Há outros vieses que aportam certa transversalidade às políticas de comunicação, uma dessas faces é a políticas de comunicação das instituições públicas. Nesse caso, como aponta Heloisa Mattos (apud SIGNATES, 2003) é importante mostrar a linha que divide a Comunicação Pública, enquanto Comunicação Organizacional, das políticas de comunicação desenvolvidas no interior das organizações públicas. Para Geraldes e Sousa (2013) a Lei de Acesso à Informação é uma prioridade nas políticas de comunicação de uma organização pública, permitindo pensá-la como um fenômeno comunicacional que aponta para duas vertentes: a transparência ativa que envolve um esforço em comunicar o que a organização faz.

Nesse contexto o Direito à Comunicação é comumente utilizado para resignificar o sentido mais amplo dado às políticas de comunicação. Há nesse interregno uma o estabelecimento de políticas públicas para a comunicação, entendidas na sua condição de políticas sociais provoca o amadurecimento da esfera pública. Liedtke (2013) lembra que a pluralidade e a desverticalização das informações tornam-se condições essenciais para o fortalecimento da cidadania, pautadas no direito à informação, no entanto, os grandes grupos ligados a comunicação resistem ao processo de mudança.

Se a transversalidade com outras ciências é fator recorrente das pesquisas dessa temática, o mesmo ocorre com as abordagens teórico-metodológica elegidas nos diversos

estudos analisados. Há certa predominância no uso da pesquisa exploratória de cunho qualitativo, essencialmente adensada por pesquisas bibliográficas e documentais. A técnica de entrevista também é muito recorrente. No entanto, observamos o uso frequente de outros instrumentos largamente utilizados nas pesquisas das Ciências Humanas, como o método comparativo (REBOUÇAS, 2000; GERALDES e SOUSA, 2011); estudo de caso (MESQUITA, 2013).

Nas abordagens com predominância na Ciência Política, nota-se a incidência do neoinstitucionalismo histórico (SILVA, 2011) e o processo de decisão política (CARVALHO, 2000 apud BRAYBROOKE; LINDBLOM, 1972). Já no campo da Economia, há uma inesgotável fonte de análises para políticas, com destaque para dialética marxista com forte predominância das investigações oriundas da Economia Política (CABRAL, 2009 apud BOLAÑO, 2008).

### **Considerações finais**

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

Em síntese é possível denotar ao menos quatro dimensões que adensam o conceito de políticas de comunicação: a ação reguladora/regulamentadora com seus viés jurídico-normativo; a visão nacionalista que interpreta as políticas como força motriz para o desenvolvimento dos países em diversos setores; a pragmática/instrumental onde a comunicação é um direito social que pode ampliar a cidadania e a dialética que identifica nas estruturas dos media mecanismos de reprodutibilidade do Estado Liberal. Ao todo identificamos uma dezena de aproximações teóricas em um universo de trinta e oito autores

que refletiram o tema nos últimos treze anos no GP de Políticas e Estratégias da Comunicação nos congressos anuais da Intercom.

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

O enfoque das políticas de comunicação enquanto instrumento do Estado para a democratização da mídia persiste o agendamento temático das investigações, orientadas pelas demandas da sociedade civil organizada. Há um enorme esforço em analisar conteúdos e discursos na compreensão do lugar de fala dos atores envolvidos na formulação e execução das políticas públicas. É residual um alargamento do conceito de políticas de comunicação como mecanismo de estratégias e institucionalização de planos e ações de comunicação.

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

É instigador alumbrar um novo ciclo de pesquisas e, quiçá tematizações no interior do GP, que se movam na direção de uma episteme, com todas as fruições possíveis que as políticas legam das Ciências Sociais em consonância com a multidisciplinaridade intrínseca da comunicação. É um dever orientar as futuras pesquisas para uma vigorosa formulação teórico-metodológica que aporte rigor às investigações, ao mesmo tempo que não dispa as pesquisas em políticas de comunicação de seu magna identitário.

### **Referências bibliográficas**

BELTRÁN, L. R.; Em entrevista a Patricia Anzola, No renunciemos jamas a la utopia, **Chasqui**, n. 3, abr./jun. 1982, p. 5.

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



\_\_\_\_\_(org). **Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas**. São Cristóvão, Editora UFS, 2008.

BRAYBROOKE, D.; LINDBLOM, C. **Uma Estratégia de Decisão Social**, Rio de Janeiro: Zahar, 1972

BRITES, J. **Uma nova ordem para a comunicação: a conveniência de esquecer uma utopia**. Trabalho apresentado na NP Políticas e Estratégias de Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Natal, 2008. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0742-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014

BURUTI, P. L. A.; CARVALHO, J.M. **EBC e Conselho Curador: Os Embates Enfrentados Para Consolidação Do Campo Público**. Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza: 2012. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1807-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

CABRAL FILHO, A. V. **Comunicação como Política Social: sobre lugares e interlocuções**. Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009. Disponível:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1484-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014

CAPPARELLI, S. Das políticas de comunicação à comunicação política (e vice versa). **PreTextos**, Salvador: Compós, dez. 1997.

CARVALHO, M. M. **Considerações Sobre o Princípio da Complementaridade dos Sistemas Privado, Público e Estatal de Radiodifusão**. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, 2010. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3272-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

CARVALHO, J. M.; GROSSI, A. M. **Lei de Comunicação de Massa: avanços e retrocessos para a TV segmentada**. Grupo de Trabalho de Políticas de Comunicação. XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2000. Manaus: 2000. Disponível em:  
<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/113e72ae06bb5f1a9c2d325ac7dfaf96.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

COELHO, T. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo, Fapesp-Iluminuras, 1997.

COHEN, J. D. Políticas de comunicación, **Chasqui**, n. 28, oct.-dic. 1988.

GERALDES, E.; SOUSA, J. **As Dimensões Comunicacionais da Lei de Acesso à Informação Pública**. Trabalho apresentado ao GP Políticas e Estratégias da Comunicação, do XXXVI



Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus: 20013. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1502-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

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

HAJE, L.; LEAL, S.; PAULINO, F. O. **Políticas de comunicação e a sociedade civil: movimentos pela democratização das comunicações no Brasil em 2007/2008**. Trabalho apresentado no NP Políticas e Estratégias de Comunicação do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-2180-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

LEAL, S. **O PAPEL DAS AGÊNCIAS REGULADORAS NO BRASIL Os paradoxos da atuação da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel**. Trabalho apresentado no Núcleo de Políticas e Economia da Comunicação, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Belo Horizonte, 2003. Disponível:  
<[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_NP10\\_leal.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leal.pdf)>. Acesso em: maio 2014.

LIEDTKE, P. F. **Políticas de Comunicação: Breve Retrospectiva dos Temas em Disputa e Aplicações nas Organizações Públicas e Privadas no Brasil**. Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0833-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

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

LOPES, C. A. **Licitações nas Outorgas de Rádio e TV – a Ineficácia dos Critérios Técnicos**. Trabalho apresentado no NP Políticas e Estratégias de Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, 2008. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0386-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

MARTINS, M. **Artigo 223 coloca em xeque papel do Estado e do mercado. Observatório do Direito à Comunicação: 2008**. Disponível em:  
<[http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com\\_content&task=view&id=4132](http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=4132)>. Acesso em 21/02/2012

MESQUITA, W. **Estudos de Caso nas Pesquisas de Políticas de Comunicação: Possibilidades**. Trabalho apresentado na disciplina de Metodologia nas Pesquisas em Políticas de Comunicação e Cultura do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Manaus, 2013. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0183-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014



MELO, J. M. Autocrítica para el rescate del Nomic, **Chasqui**, n. 41, abr. 1992.

MOTTER, P. **O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney**. Revista Comunicação & Política. Rio de Janeiro, vol 1, nº 1, p. 89 a 116, ago. - nov. 1994.

PIERANTI, O. P.; MARTINS, P. E. M. A radiodifusão como um negócio: um olhar sobre a gestão do Código Brasileiro de Telecomunicações. **Eptic Online**, v. IX, n. I, ene-abr, p. 123-137, 2007.

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

REBOUÇAS, E. **Estratégia retórica dos “donos” da mídia como escudo ao controle social**. Trabalho apresentado ao NP Teorias da Comunicação, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1683-2.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

\_\_\_\_\_. **Por uma perspectiva comparativa eficiente no estudo de políticas e sistemas nacionais e internacionais de comunicações**. Grupo de Trabalho de Políticas de Comunicação. XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. São Paulo: 2000. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/b9a9b33d269e1533f393c242ca19f074.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

SANTOS, B. S. **Elementos para desvendar a Política de Comunicação Comunitária do Estado Capitalista brasileiro: subsídios a partir de estudos na cidade de Maceió**. Núcleo de Pesquisa Políticas e Estratégias da Comunicação, do VI Encontro dos Núcleos. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB. Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1081-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

SANTOS, S. **Os prazos de validade dos coronelismos: a circunscrição a um momento de transição do sistema político nacional como herança conceitual do coronelismo ao coronelismo eletrônico**. Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Políticas e Estratégias da Comunicação no Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1219-2.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

SIGNATES, L. **POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO: Alguns referenciais teóricos e práticos de um problema mais amplo do que se pensa**. Trabalho apresentado no Núcleo de Políticas e Economia da Comunicação, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/14132837427059194017868332798647638749.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

SILVA, J. D. **Abrindo a caixa de ferramentas: institucionalismo histórico como modelo analítico aplicável a políticas de comunicação**. Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Recife: 2011. Disponível em:



<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1291-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

SILVEIRA, A. C. M. **COMUNICAÇÃO E ESTADO. POLÍTICAS E ZONAS DE INTERVALO.** Trabalho apresentado ao NP Políticas e Estratégias de Comunicação, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0005-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

TRESCA, L. C. **Condicionantes para Análise de Políticas Públicas Locais de Comunicação.** Trabalho apresentado na NP Políticas e Estratégias de Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-1123-1.pdf>>. Acesso em: maio 2014.

UNESCO. **Declaração de San José.** San José: Unesco, jul. 1976.

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