

## **Políticas e Estratégias de Comunicação: múltiplos olhares, múltiplas interpretações<sup>1</sup>**

Claudomilson Fernandes BRAGA<sup>2</sup>

Kalyne Menezes<sup>3</sup>

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Goiás.

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é identificar e discutir as abordagens teórico metodológicas apresentadas no GP Políticas e Estratégias de Comunicação apresentadas em formato de artigos na última década, mais precisamente nos anos compreendidos entre 2000 e 2013, inclusive, do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Tendo como base metodológica a análise de conteúdo de inspiração bardaniana, os resultados indicam que os textos sejam são favoráveis e ou crítico ao objeto e que em ambas as possibilidades a comunicação é tratada como ferramenta fundamental de construção e ou (re)construção de realidades múltiplas, possibilitando múltiplos olhares. Do ponto de vista teórico, o GP demonstra uma amplitude possível e possibilita agregar muitas outras possibilidades teóricas, muito devido a sua perspectiva multidisciplinar.

**Palavras-chave:** Comunicação; Estratégias; Tendências; Interpretações,

### **Introdução**

Quando falamos de políticas e estratégias de comunicação necessariamente falamos do poder públicos e das definições legais que envolvem este processo. Disto isto, parece pertinente explicitar que neste âmbito as políticas públicas são a essência do tema, ou seja, improvável discutir em termos teóricos e ou práticos estratégias comunicacionais sem necessariamente alhar para o poder público como agente definidor e gestor deste processo.

Assim, os estudos que envolvem as políticas e as estratégias de comunicação abordam na sua essência temas relacionados sobre o papel da comunicação e o seu lugar enquanto agente ativo de construção de uma sociedade civil igualitária e democrática.

Ao falarmos destas duas possibilidades (acesso e democracia) falamos de processos de exclusão, de oligopólios comunicacionais com a concessão de funcionamento e do papel de “servidão” da comunicação a determinados temas e grupos empresariais dedicados e

---

<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.

<sup>2</sup> Doutor em Psicologia. Professor Adjunto do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Informação da UFG. E-mail: milsonprof@gmail.com.

<sup>3</sup> Graduada em Comunicação – Jornalismo. Mestranda em Comunicação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Mestrado) – PPGCOM da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: mskalyne@gmail.com

decididos a implantar um modelo taylor-fordista de produção de informação e comunicação, sem a observância das diferenças e das desigualdades de acesso.

Neste sentido, a Intercom – Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação tem dedicado nas últimas décadas espaços de discussão sobre o tema, inclusive abrindo espaço privilegiado em grupo de trabalho e de pesquisa para este fim, com o intuito de estabelecer um diálogo possível com a comunidade acadêmica em âmbito nacional e a sociedade civil na tentativa de melhorar este processo e contribuir com as políticas e as estratégias de comunicação do país.

### **Noções preliminares do GP Políticas e Estratégias de Comunicação**

Compreendido no âmbito dos estudos Interdisciplinares da Comunicação, cujo eixo temático envolve o estudo da questão epistemológica da comunicação e da informação; os processos de conhecimento comunicacional em suas diversas dimensões: a semiótica, a economia política, a informação, a cultura, a comunicação política e ainda as teorias e correntes teóricas do pensamento comunicacional, o Grupo de Pesquisa (GP) dedicado as Políticas e Estratégias da Comunicação busca estudar e pesquisar os fenômenos que envolvem a Comunicação enquanto objeto social, tendo como referências teóricas fundamentais a economia política das comunicações, o espaço público e as indústrias culturais, sobretudo, em função de um olhar crítico. O GP dedica-se ainda a compreender de modo multidisciplinar aspectos das relações sociais, principalmente as relações de poder, que constituem a produção, distribuição, consumo e regulação de recursos da comunicação e da cultura, o que em outras palavras, objetiva discutir de forma democrática, alternativas para o estudo da comunicação e também formas democráticas para a pesquisa que envolve o campo da comunicação. Dito de outra forma, o GP busca, enquanto objeto de ensino, de estudo, de atuação profissional, discutir uma comunicação alternativa, diferenciada, multidisciplinar, mais, sobretudo, as políticas que envolvem a temática comunicação, seja no viés governamental, organizacional (privado e ou do terceiro setor), ou enquanto processo de regulação.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Disponível em <http://www.portalintercom.org.br/>.

## O Debate em perspectiva

Liedtke (2013) apresenta na XXXVI edição do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na cidade de Manuas – AM – um breve relato sobre as discussões acerca das políticas de comunicação. O autor indica que no Brasil as discussões sobre as políticas de comunicação se iniciam na década de 1970 com uma série de debates promovidos pela Organização das Nações Unidas para a educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Entre as propostas, uma agenda voltada para uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC).

Um dos documentos paradigmáticos segundo Liedtke (2013) gerados nos eventos da UNESCO foi o Informe *MacBride*, resultado da 1ª Conferência Intergovernamental sobre Políticas de Comunicação na América Latina e Caribe. Conforme Kunsch (2009), o conceito de políticas de comunicação ou de políticas nacionais de comunicação já mereceu um espaço internacional para debate de especialistas; essas políticas se referem, segundo a autora as normas que norteiam a comunicação de uma nação, de tal forma que a expressão está diretamente ligada as políticas estatais, onde é o governo central que as estabelecem.

No âmbito latino americano, as políticas nacionais de comunicação surgem em oposição aquilo que se denomina de teoria da dependência, provocando rejeições e de certo modo conflito nos países em desenvolvimento ao imperialismo cultural norte-americano, onde a sociedade civil era constantemente instigada a formular políticas de comunicação, diante da omissão do Estado e da contrariedade dos proprietários dos meios de comunicação em atualizar a regulamentação do setor (LIEDTKE, 2002).

Em paralelo e de forma alheia às preocupações com a democratização da comunicação, cresceram os grandes conglomerados de rádio e televisão e os modernos parques gráficos de jornais e revistas, pouco se avançando se avançou em relação à regulamentação da mídia no Brasil, prevalecendo uma legislação quase toda ela pautada pelo viés empresarial em oposição aos interesses coletivos do grande públicos e da sociedade civil, ocasionando um hiato entre o mercado da comunicação e a concentração de empresas do setor nas mãos de grupos específicos. Falamos de oligopólios comunicacionais, ou se preferir, carteis de empresas de comunicação.

O advento da rede mundial de computadores e suas plataformas cada vez mais “sociais” não alteram o cenário e a comunicação em termos nacionais permanece nas mãos de grupos determinados, específicos. A convergência midiática que parece sugerir uma

democratização da comunicação, em termos reais não altera o cenário nacional: ainda temos uma concentração elevada de algumas empresas nas mãos de alguns empresários. A exemplo disso é o que relata Aguiar (2012) quando informa que o advento da tv digital no Brasil, por exemplo, que parecia ampliar o acesso e democratizar a comunicação, não alterou o cenário e os interesses empresariais foram preservados.

### **O Objeto de Pesquisa: estudos prévios**

Pesquisa realizada por Brittes (2012) sobre as temáticas envolvendo as políticas e as estratégias de comunicação e, democraticamente discutidas no âmbito da Intercom entre os anos de 2000 e 2012 deram conta de um total de 54 trabalhos dedicados ao tema Políticas e Públicas de Comunicação de um total de 240 trabalhos apresentados ao GP Políticas e Estratégias de Comunicação do Intercom, o que significou 22,5%. No relatório apresentado Brittes (2012) demonstra as temáticas e os subtemas discutidos conforme quadro abaixo:

Tabela 1 – Políticas Públicas de Comunicação

<b>Categorias Temáticas</b>	<b>Abordagens predominantes</b>
Grupos de Mídia	Políticas Públicas de Comunicação atinente a grupos midiáticos
Sistemas nacionais e internacionais de comunicação	Configuração dos sistemas nacionais e internacionais de comunicação sob o viés das Políticas Públicas de Comunicação
Controle social da mídia	Políticas Públicas com vistas à maior participação da sociedade civil nos rumos dos segmentos midiáticos
Atores sociais	Estudos sobre atores sociais das Políticas Públicas de Comunicação
Modelo Econômico	Interferência do modelo econômica nas políticas públicas de comunicação
Comunicação Governamental	As políticas públicas para processos comunicativos dos órgãos governamentais
Confecom	As políticas públicas de comunicação e a primeira Conferência Nacional de Comunicação, ocorrida em 2009
EBC	As políticas de comunicação e a Empresa Brasil de Comunicação

Marco regulatório	Pesquisas sobre a malha legislativa das comunicações sob a ótica das políticas públicas
Democratização da comunicação	Políticas públicas com vistas à democratização da comunicação
Políticas sociais	Tratam das políticas públicas em uma concepção teórica das políticas sociais mais amplas
Rádio	Políticas públicas de comunicação voltadas para a radiodifusão
LAI	Lei de Acesso à Informação, promulgada em 2012 sob o enfoque das políticas públicas de comunicação
Agências reguladoras	Estudos sobre as agências reguladoras no campo da comunicação no âmbito das políticas públicas
Saúde	As políticas públicas de comunicação voltadas para o campo da saúde
Audiovisual	Políticas públicas de comunicação aplicadas ao audiovisual
Pauta jornalística - Agendamento	Correlações entre agendamento midiático e políticas públicas de comunicação

Fonte: Brittes (2012).

Os resultados da pesquisa indicam que há uma predominância de temáticas que envolvem sobremaneira políticas públicas voltadas para a comunicação e as áreas de interesse, o que significa em outras palavras uma preocupação de certo bastante presente nas pesquisas sobre o tema. Interesse este provavelmente existente pelo fato de no Brasil haver certa “omissão” do estado em relação a uma política pública que regulamente de modo democrático a comunicação e suas inter-relações.

### **Amostra, Métodos e Procedimentos: um novo olhar**

O total de trabalhos analisados nesta pesquisa foi 45 submissões compreendidas entre os anos de 2000 e 2013, inclusive, disponíveis no sítio da Intercom, caracterizando-se como uma amostra aleatória simples por conveniência. O método de análise adotado, de inspiração bardaniana objetiva identificar as principais categorias de análise que nortearam a construção dos textos submetidos ao grupo de pesquisa.

Para Bardin (2009), a análise de conteúdo, enquanto método torna-se um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.

Iniciada pela pré-análise, a organização de Análise de Conteúdo (AC) objetiva a sistematização para que o analista possa conduzir as operações sucessivas de análise. Assim, num plano inicial, a missão desta primeira fase é, além da escolha dos documentos a serem submetidos à análise, também a formulação de hipóteses para a elaboração de indicadores para a interpretação final.

Cabe colocar que, como partimos de um “universo de documentos de análise” (BARDIN, 2009, p.122), Trata-se, portanto, de reconhecer que para um trabalho mais profícuo de AC é necessário restringir as amostragens. “A análise pode efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial” (BARDIN, 2009, p.123).

Nesse sentido, Bardin ainda afirma que “nem todo o material de análise é susceptível de dar lugar a uma amostragem, e, nesse caso, mais vale abstermos-nos e reduzir o próprio universo (e, portanto, o alcance da análise) se este for demasiado importante” (BARDIN, 2009, p.123).

Portanto, a análise empreendida neste estudo dedica-se primordialmente a analisar os conteúdos dos textos (artigos) submetidos ao grupo de pesquisa e objetiva identificar os 10 (dez) principais focos de abordagem com a possibilidade de traçar uma tendência teórica estabelecida.

Como procedimento de análise objetiva-se construir uma tabela demonstrativa dos principais termos identificados com a construção de uma curva percentual de frequência, conforme propõe a autora.

## **Resultados da pesquisa e algumas interpretações**

Da amostra definida (n=45), a maioria aborda temas relacionados com as questões envolvendo políticas públicas de comunicação e suas decorrências: jornalismo comunitário, rádios comunitárias, regulação e de uma forma geral o acesso à denominada comunicação digital (no sentido da convergência) e suas plataformas.

Os temas correlatos mesmo abordando olhares que a primeira vista nos parece divergentes em seu conteúdo se voltam para a temática central: as políticas públicas de comunicação e suas interpretações possíveis, aqui compreendidas em sua amplitude, tais como monopólio, poder público, dentre outros. Um exemplo desta colocação é o texto cuja temática: “*Relações incestuosas: mercado global, empresariado nacional de radiodifusão e líderes políticos locais/regionais*” aborda como o poder político e público mantém uma relação incestuosa nos processos de concessão de utilização de canais de tv e radio, sobretudo em grandes cidades, onde o poder econômico predomina.

Esta a rigor, parece ser uma tendência da maioria dos textos analisados, ou seja, o caráter multidisciplinar do GP tem dado esta possibilidade, sem que necessariamente a temática central seja esquecida, abandona.

A tabela abaixo indica as principais temáticas e as palavras (categorias) predominantes no contexto do texto apresentado.

Tabela 2 – Principais Temáticas do Grupo de Pesquisa em Políticas e Estratégias de Comunicação

<b>PALAVRAS (CATEGORIAS)</b>	<b>SENTIDOS ATRIBUÍDOS</b>
JORNALISMO (TRANSGENICOS)	Os textos que abordam o papel do jornalismo com difusor de novas possibilidades econômicas (produtos transgênicos) sugerem um comprometimento da comunicação com a classe empresarial em detrimento de uma sociedade civil com pouca (ou nenhuma) capacidade de reação em relação a temática. Os textos com este sentido sugerem que a comunicação tem se prestado em certa medida a este papel, tomando partido e ocupa do um lado da “moeda social”.
RADIO COMUNITÁRIA	Há uma grande predominância de textos voltas para o papel comunitário e inclusivo da comunicação. Exemplos claros são as temáticas envolvendo rádios e jornais comunitários como espaços democráticos do fazer comunicativo.
RELIGIÃO (IGREJA UNIVERSAL)	Assim com há uma tendência de discutir o papel da comunicação em ambientes empresariais, também as organizações religiosas, sobretudo, as de denominação neopentecostais são objeto de análise, dado a utilização massiva deste recurso como

	estratégias comunicativas e até mercadológica.
REGIONALIZAÇÃO (MÍDIA)	Uma temática com certa predominância é a regionalização da comunicação como forma de resistência aos oligopólios comunicativos existentes no país.
INTERNACIONALIZAÇÃO (MÍDIA)	Inserida no âmbito das temáticas que envolvem a regulação e as políticas de governo para o setor, a questão da internacionalização, assim como a regionalização são temas abordados e tratam, sobretudo, do papel da comunicação na construção de imagem nacional perante outras nações, sobremaneira nações vizinhas.
SAÚDE (JORNALISMO)	A saúde, assim como temas próximos (transporte, educação etc) são sistematicamente tratados e os sentidos atribuídos se referem ao papel da comunicação, ora como agente de informação e denuncia, ora como agente a serviço do poder político.
POLÍTICA (MÍDIA)	A política, os políticos e o poder que de modo transversal circunda esta temática tem sido uma frequente nas abordagens. Tentando discutir o papel da comunicação como agente a serviço da política, a temática sugere a essência do GP.
CONVERGÊNCIA MÍDIÁTICA	Em razão das novas plataformas e do avanço da tecnologia que envolve o ambiente comunicativo, o tema convergência midiática aparece e sugere (sentidos) múltiplas interpretações: ora no sentido de mudança daquilo que se denomina de mídia tradicional; ora no sentido de discutir, interpretar como essas novas mídias contribuem (ou não) para um processo inclusivo do sujeito (sub) cidadão.
TV DIGITAL	Assim como as novas mídias, também a tv digital tem sido objeto constante dos textos submetidos. Sobremaneira em relação a marginalização (no sentido de margem, beira) que o processo ocasionou, limitando o acesso a essa tecnologia por grande parte da população e pela forma como o processo político (poder) foi conduzido pelo governo central.
	E por fim outras possibilidades são apresentadas, tais como outras formas de



DOCUMENTÁRIO (COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA)	comunicação jornalística em substituição ao modelo tradicional de comunicação originário de uma empresa legitimada pelo poder da concessão e destinada a uma camada (numerosa) de sujeitos denominados audiência.
--	---

Fonte: dados da Coleta.

As principais categorias identificadas na coleta, após o enxugamento dos textos demonstram que há uma variedade bastante grande de abordagens. Todavia há também uma convergência de temáticas no mesmo sentido, ou seja, independente do olhar, os temas indicam uma preocupação dos pesquisadores em abordar e discutir temas que se relacionem por um lado com o acesso a informação, falamos da democratização da comunicação. Por outro lado parece inevitável que ao falar de acesso, falamos de poder, partindo do pressuposto que o poder é negociável, parece sugerir que na outra ponta estão as políticas e estratégias para possibilitar este acesso.

Fica evidente que na maioria (senão na totalidade), os textos abordam assuntos que se inter-relacionam. Ao falarmos, por exemplo, da televisão digital e convergência midiática, estamos em última análise falando da mesma coisa, ou pelo menos de objetos de análise muito próximos, pois a televisão digital pode (e deve) ser considerada parte integrante deste processo de convergência e neste sentido, ao contrário do que se pode afirmar e aqui abre-se um campo fértil à discussão, ainda existe uma grande camada da sociedade excluída deste processo de melhoria de acesso da informação em termos de qualidade de imagem e som.

Outro exemplo desta aproximação é quando tomamos de empréstimo as expressões saúde e política como categorias de análise. Ambas falam do mesmo lugar. Ora a comunicação, seja ela jornalística ou empresarial parecem defender os mesmos interesses. Dito de outra forma: ao falar de saúde falamos do papel da comunicação em divulgar, denunciar mais também contribuir. Ao falarmos de política, nos referimos ao conteúdo que denuncia, divulgar mais que também constrói, legitima, e até apoia. Ambos os olhares, em que pese seus lugares de fala (distintos por natureza e essência), caminham sentido de atribuir sentidos específicos e margeados por interesses particulares em detrimento do interesse coletivo, social, cidadão.

## Considerações (quase) Finais

Assim, os sentidos atribuídos dos textos apresentados no grupo de pesquisa sobre Políticas e Estratégias de Comunicação entre os anos de 2000 e 2013 (inclusive) abordam uma diversidade considerável de temáticas, muito em razão da própria abertura do GP mais muito em função da diversidade de possibilidades de abordagens. Retomando aqui o objetivo que norteou este artigo: o de *identificar e discutir as abordagens teórico metodológicas apresentadas no GP Políticas e Estratégias de Comunicação* podemos a guisa de conclusões preliminares, isto devido ao fato de que o GP continua com sua trajetória e contribuição para as Ciências da Comunicação, observar que a maioria do textos tratam a comunicação como elemento fundante do objeto de estudo proposto e na essência, apresenta “críticas” ao papel da comunicação e ao elemento norteador deste processo: o poder.

Independentemente de o texto ser favorável ou crítico ao objeto, em ambas as possibilidades a comunicação é tratada como ferramenta fundamental de construção e ou (re)construção de realidades múltiplas. Do ponto de vista teórico, o GP demonstra uma amplitude possível e possibilita agregar muitas outras possibilidades teóricas. Isto devido a sua tentativa de abarcar de forma multidisciplinar aspectos que envolvem a economia da comunicação e as nuances deste olhar, tais como aspectos regulatórios, políticas públicas de inserção e acesso a informação, a comunicação como espaço de inclusão, dentre outros.

De forma breve se pode (quase) que afirmar que neste mais de uma década de conteúdos, o GP tem conseguido manter com certa frequência textos que visam contribuir e contribuem com a ciência da Comunicação, mais, sobretudo, com um olhar crítico a esta comunicação que se presta (ou não) às vezes a contribuir com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária com acesso (quase) irrestrito a informação, de modo democrático e plural.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Itamar. **Tv Brasil**: algo novo no ar. Florianópolis: Ed. Tribo da Ilha, 2012.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

BRITTES, Juçara Gorski. Estudo comparativo sobre políticas públicas de comunicação na América Latina. **Anais** do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação -

Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Fortaleza, 2012. p. 11-12.

INTERCOM. Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação. DT8 - GP Políticas e Estratégias de Comunicação. Disponível em: [www.portalintercom.org.br](http://www.portalintercom.org.br) Acesso. 09. Jul.2014.

LIEDTKE, Paulo F. **A esquerda presta contas**: comunicação e democracia nas cidades. Florianópolis: Ed. UFSC; Univali, 2002.

\_\_\_\_\_. **Políticas de Comunicação**: Breve Retrospectiva dos Temas em Disputa e Aplicações nas Organizações Públicas e Privadas no Brasil. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM 2013.

\_\_\_\_\_. Políticas Públicas de Comunicação e o controle da mídia no Brasil. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, Florianópolis, vol. 1, n. 1, p. 39-69, ago.-dez. 2003. Disponível em: <[www.emtese.ufsc.br](http://www.emtese.ufsc.br)>. Acesso em: 27 jun. 2013.

KUNSCH, Margarida K. – Políticas Públicas de Comunicação: a necessidade de um debate abrangente. In CASTRO, Daniel (org.). **Reflexão sobre as Políticas Nacionais de Comunicação**. Brasília: Instituto Nacional de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2009. p. 59-77.