

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

É fundamental rever o conceito de comunicação [It is fundamental to review the concept of communication]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Wolfart, Graziela
Publisher	Instituto Humanitas Unisinos - IHU
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-07-06 07:26:45
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/160694

“É fundamental rever o conceito de comunicação”

Mesmo não sendo uma conferência vinculante, esta é a primeira de provavelmente várias, de modo que os conceitos agora debatidos em planos mais genéricos podem se transformar em leis complementares dos artigos da Comunicação Social na Constituição, acredita Bruno Lima Rocha

POR GRAZIELA WOLFART

O professor da Unidade de Ciências da Comunicação da Unisinos, Bruno Lima Rocha, vê uma importância relativa na Conferência Nacional de Comunicação, “proporcional à capacidade de nossas esquerdas assumirem como sua pauta, de compreenderem o direito à informação, comunicação e cultura”. Ao mesmo tempo, ele vê a “lucidez (tantas vezes ausente) ao compreender que a garantia e a ampliação desse direito não passa tanto por forçar o diálogo com o empresariado (...), mas por construir uma agenda de luta onde todos participem pela construção dos sistemas público-estatal e principalmente, do público-não estatal”. Na entrevista que segue, concedida, por e-mail, para a **IHU On-Line**, Bruno declara que “se os participantes da conferência compreenderem que a política é um jogo de arenas múltiplas, simultâneas e com tempos distintos; se os setores do movimento de comunicação não abandonarem suas pautas históricas em função de algum oportunismo tático (e limitado, por consequência), então a Conferência terá sua relevância”.

Bruno Lima Rocha possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, e mestrado e doutorado em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Atualmente participa de três grupos de pesquisa: Emerge (UFF-IACS), Nupesal (UFRGS-IFCH) e Cepos (Unisinos- PPG em Comunicação). Seu vínculo profissional é como docente de graduação na faculdade de Comunicação. Tem experiência nas áreas de Comunicação Social e Ciência Política, com ênfase em Pensamento Político-Estratégico Latino Americano. Atua principalmente nos seguintes temas: análise política, formação política para movimentos populares, comunicação comunitária e popular, economia política da comunicação, tecido social-produtivo, teoria democrática, pensamento político latino-americano e análise estratégica em sentido pleno. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Quais os principais pontos que devem ser discutidos na Conferência Nacional de Comunicação?

Bruno Lima Rocha - Entendo que os pontos mais relevantes são aqueles que atingem a formação e definição regulamentar dos três sistemas de comunicação previstos na Constituição de 1988. A saber, os sistemas público, privado e estatal. Precisamos definir conceitos e formas de funcionamento. Por exemplo, definir o conceito de público-estatal e, por consequência, defender o funcionamento das TVs educativas como o modelo da BBC, onde o conselho da

entidade (da fundação mantenedora, por exemplo), seja soberano em relação ao governo de turno. O mesmo deveria acontecer no funcionamento do sistema público não-estatal, cujo embrião de funcionamento está sendo construído nas rádios comunitárias. Outro fator importante é debater os limites da publicidade, em especial os seus apelos. Por exemplo, as crianças e jovens estão muito expostos a apelos publicitários de tipo abusivo. É preciso ultrapassar os limites da autorregulação do capital (através de conselhos de propaganda ou a pretensão da Associação Nacio-

nal de Jornais - ANJ,¹ da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT e companhia) de discutir a portas fechadas conteúdos que podem implicar nos destinos da sociedade brasileira. Nesse sentido, é fundamental modificar o padrão

¹ A defesa da liberdade de expressão do pensamento e da propaganda, e do funcionamento sem restrições da imprensa, observados os princípios de responsabilidade é o principal objetivo da Associação Nacional de Jornais - ANJ. Fundada em 17 de agosto de 1979, a ANJ conta atualmente com 145 empresas jornalísticas associadas, responsáveis por mais de 90 por cento da circulação brasileira de jornais, e 2 empresas parceiras. Mais informações em <http://www.anj.org.br> (Nota da IHU On-Line)

de concessão de outorgas (via Casa Civil e indicação da cota parlamentar), para retomar o combate à representação - definindo a proibição de que parlamentares sejam donos ou sócios de emissoras de rádios e TVs -, além de modificar o mecanismo que retira e não renova as outorgas. É um absurdo o país ter como rito a exigência de votação nominal de dois quintos quando a maior parte das votações do Congresso se dá por acórdão de colégio de líderes ou no rito secreto (como para a cassação de um colega). Outros pontos relevantes são os que giram em torno da universalização da banda larga. Vejo como urgente a aplicação dos recursos contingenciados do FUST² e do FUNTTEL³ na implantação de sistemas de Info Vias Públicas de alta performance. O modelo preferencial seria através da tecnologia Wimax,⁴ onde há tecnologia abundante no país e sem passar pela concessão para as transnacionais de teleco-

2 FUST: Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações. Instituído em 2000, tem por finalidade proporcionar recursos destinados a cobrir a parcela de custo exclusivamente atribuível ao cumprimento das obrigações de universalização de serviços de telecomunicações, que não possa ser recuperada com a exploração eficiente do serviço, nos termos do disposto no inciso II do art. 81 da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997. (Nota da IHU On-Line)

3 Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações - FUNTTEL, de natureza contábil, tem o objetivo de estimular o processo de inovação tecnológica, incentivar a capacitação de recursos humanos, fomentar a geração de empregos e promover o acesso de pequenas e médias empresas a recursos de capital, de modo a ampliar a competitividade da indústria brasileira de telecomunicações. (Nota da IHU On-Line)

4 O padrão IEEE 802.16, completo em outubro de 2001 e publicado em 8 de abril de 2002, especifica uma interface sem fio para redes metropolitanas (WMAN). Foi atribuído a este padrão o nome WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access/ Interoperabilidade Mundial para Acesso de Micro-ondas). O termo WiMAX foi criado por um grupo de indústrias conhecido como WiMAX Forum cujo objetivo é promover a compatibilidade e interoperabilidade entre equipamentos baseados no padrão IEEE 802.16. Este padrão é similar ao padrão Wi-Fi (IEEE 802.11), que já é bastante difundido, porém agrega conhecimentos e recursos mais recentes, visando a um melhor desempenho de comunicação. O padrão WiMAX tem como objetivo estabelecer a parte final da infra-estrutura de conexão de banda larga (last mile) oferecendo conectividade para uso doméstico, empresarial e em hotspots. (Nota da IHU On-Line)

“É preciso ultrapassar os limites da autorregulação do capital (...) de discutir a portas fechadas conteúdos que podem implicar nos destinos da sociedade brasileira”

municações. Mesmo não sendo uma conferência vinculante, esta é a primeira de provavelmente várias, de modo que os conceitos agora debatidos em planos mais genéricos podem se transformar em leis complementares dos artigos da Comunicação Social na Constituição.

IHU On-Line - Qual a importância de realizar esse evento pela primeira vez no Brasil?

Bruno Lima Rocha - Vejamos os processos como são, e não como aparentam ser. Na etapa em que a luta popular se encontra marcada pela confusão e com a presença marcante de um governo aliado de setores inimigos históricos dos setores populares organizados, é importante marcar uma pauta e debates públicos. Mas, por outro lado, vivemos uma era onde muito se discute entre especialistas e termina-se por aceitar as condições estabelecidas, evitando a luta direta. O problema é que não há outra forma de arrancar conquistas ou mesmo garantir os direitos adquiridos do que praticar a organização social de base e acumular força em projetos de poder tendo o povo como protagonista. Isto implica em luta e conflito para alargar as margens de manobra nas conjunturas e modificar, em parte, estruturas de dominação.

Ou seja, se os participantes da conferência compreenderem que a política é um jogo de arenas múltiplas, simultâneas e com tempos distintos; se os setores do movimento de comunicação não abandonarem

suas pautas históricas em função de algum oportunismo tático (e limitado, por consequência), então a Conferência terá sua relevância. Como momento histórico, tem lá sua importância, mas seria mais relevante a luta popular pelo Sistema Brasileiro de TV Digital, que se deu entre 2005 e 2006 e o povo perdeu. Fomos derrotados pelo governo e seu ministro Hélio Costa, homem de confiança do grupo empresarial líder do oligopólio. Não por acaso nós perdemos para um projeto entreguista e que atende à Rede Globo e a sua sócia, a NEC japonesa. E não podemos esquecer, agora, a luta dos comunicadores de rádios comunitárias e a comunidade científica em defesa do Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD). Vejo assim, uma importância relativa, proporcional à capacidade de nossas esquerdas a assumirem como suas pautas, de compreenderem o direito à informação, comunicação e cultura; e, ao mesmo tempo, a lucidez (tantas vezes ausente) ao compreender que a garantia e a ampliação desse direito não passa tanto por forçar o diálogo com o empresário (tanto o nacional dos radiodifusores como as transnacionais das telecomunicações, onde se inclui a Oi⁵), mas por construir uma agenda de luta onde todos participem pela construção dos sistemas público-estatal e, principalmente, do público-não estatal.

IHU On-Line - Qual a relevância e o peso do Intervozes,⁶ considerando

5 A Oi (antiga Telemar e Brasil Telecom) é uma concessionária de serviços de telecomunicações do Brasil. Em faturamento é a maior empresa de telefonia fixa da América do Sul com base no número total de linhas em serviço. A Oi Possui 34 milhões de Clientes em telefonia móvel e 22 milhões em telefonia fixa. (Nota da IHU On-Line)

6 Em atividade desde 2002, o Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social é uma organização que trabalha pela efetivação do direito humano à comunicação no Brasil. Para o Intervozes, o direito à comunicação é indissociável do pleno exercício da cidadania e da democracia. Uma sociedade só pode ser chamada de democrática quando as diversas vozes, opiniões e culturas que a compõem têm espaço para se manifestar. O coletivo é formado por ativistas e profissionais com formação em Comunicação Social e em outras áreas, distribuídos em 15 estados brasileiros e no Distrito Federal. Cada associado do Intervozes é, ao

que são poucas pessoas no país?

Bruno Lima Rocha - Esta pergunta retrata a carência de quadros e militantes experientes na base do movimento. O Intervozes é um exemplo de um grupo coeso, muito bem formado, com coerência interna e ativistas líderes legítimos. Infelizmente, e aí está a discrepância, a opção desses ativistas é pela via da pressão institucional, muitas vezes, autorreferenciada e que termina por substituir representações com bases sociais reais, ainda que sem o preparo deles. O paradoxo é tão grande, e esta crítica é fraterna e não destrutiva, que se os ativistas do Intervozes decidissem militar socialmente com a mesma profundidade como executam suas formulações e transitam por espaços institucionais ou semi-institucionais, este coletivo seria a maior força política do movimento de comunicação. Eles poderiam, até com certa tranquilidade, animar algumas Abraços estaduais (associações de radiodifusão comunitária) e talvez até sindicatos de jornalistas (onde, de fato, têm um pouco mais de presença). O problema de fundo não é “endemoniar” o Intervozes, mas sim avaliar o equívoco da estrutura desse movimento. Ao contrário dos países “hermanos”, onde a comunicação popular latino-americana é marcada pela presença de setores de base e radicalizados, o Brasil ainda se restringe a especialistas de tipo profissional, acadêmico ou militantes do setor com décadas de experiência. Entendo que esta experiência deva estar a serviço do movimento popular, participando de instâncias amplas (como a Abraço-RS) e aí o acúmulo se transforma em energia para militar na base do movimento, produzindo conteúdo, peleando como jornalista ou produtor cultural, criando audiovisual alternativo e brigando para politizar e complexificar o lazer dos trabalhadores.

IHU On-Line - Como avalia as sete propostas das centrais sindicais?

mesmo tempo, um promotor de ações locais e um colaborador na formulação e realização de estratégias nacionais adotadas pelo coletivo. (Nota da IHU On-Line)

“Não há outra forma de arrancar conquistas ou mesmo garantir os direitos adquiridos do que praticar a organização social de base e acumular força em projetos de poder tendo o povo como protagonista”

Bruno Lima Rocha - Pelo que li e vi, as sete propostas são muito corretas, embora bastante genéricas. Entendo que o movimento sindical e seus recursos deveriam ser aplicados desde agora na construção da rede pública não estatal, fortalecendo a mídia popular e interrompendo os gastos e publicidade na mídia corporativa. Enquanto essa ação não se der, e simultaneamente passem a ver a comunicação social como elemento estratégico para a construção de um poder que surge debaixo, teremos o duplo discurso. Perante o governo de turno, os dirigentes de sindicatos demandam pautas legítimas. E, diante da decisão de executar os recursos obtidos com a contribuição sindical e o imposto taxado do trabalhador, terminam por atender interesses imediatos e de pouca ou nenhuma visão de longo prazo. Enfim, as propostas são genericamente corretas, mas estas entidades devem executá-las em suas internas também. São elas:

1. Fortalecer a rede pública de comunicação;
2. Estabelecer um novo marco regulatório para o setor;
3. Fortalecer as rádios e TVs comunitárias e combater a repressão do Estado a essas mídias;
4. Ampliar e massificar a inclusão digital, com banda larga para todos;
5. Fixar novos critérios para a publicidade oficial;

6. Elaborar novas formas de concessão pública;

7. Exercer controle social.

IHU On-Line - Quais os caminhos para fortalecer a rede pública de comunicação?

Bruno Lima Rocha - Tenho de ter a modéstia de compreender que o problema é mais complexo do que a opinião individual de alguém. Mas refletindo (e compartilhando de forma coletiva nos espaços onde milito ou trabalho, como é o caso da Unisinos e do Grupo Cepos⁷), vejo que há um déficit de formação e motivação. O fortalecimento da rede pública de comunicação passa por reconhecer o modelo hegemônico, a linguagem do poder que reproduz relações injustas, e buscar fazer o oposto. Como respondi acima, passa pela definição do conceito de público-estatal (com vocação educativa e sob controle dos conselhos); de estatal, que conformaria a mídia dos poderes (como a TV Justiça ou a NBR,⁸ que serve ao Poder Executivo) e diferente de ambas, do sistema público não-estatal. É preciso definir em termos de conceitos para saber do que estamos falando e pelo que uma parte dos brasileiros e brasileiras está dedicando suas vidas para ajudar a construir. Nesse sentido, fortalecer a rede (ou melhor, as redes) pública implica em financiamento, formação e controle. Financiamento viria de fundos soberanos destinados ao fomento desses sistemas, e não necessariamente pela publicidade de governo com recurso de Estado. Particularmente vejo que as redes públicas não devem atender às necessidades de proselitismo de governos de turno. É necessário arrancar recursos permanentes, e, ao mesmo tempo, esvaziar o caixa das mídias privadas com a destinação de verbas

⁷ Leia nesta edição a Coluna do Cepos, espaço semanal na IHU On-Line dedicado ao Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade - Cepos. (Nota da IHU On-Line)

⁸ A NBR é um canal de TV brasileiro da Radiobras, resultado de investimentos em tecnologias que permitiram a inserção da Empresa no mercado das TVs por assinatura (mas pode ser captada por antenas parabólicas via satélite em sinal aberto). O intuito da emissora é informar sobre ações econômicas, políticas e sociais do Poder Executivo, além de difundir programas de teor educativo-cultural e serviços de utilidade pública. (Nota da IHU On-Line)

estatais somente para a mídia pública estatal e pública não-estatal.

O controle passa pelo estabelecimento de conselhos de comunicação social em municípios e estados, além de reformular a representação (hoje torta) no conselho nacional de comunicação social. Nesse item, a Lei Federal 9612/98 que regula (de forma chula e incompleta) as emissoras comunitárias tem muito a aportar. A exigência de se constituir conselhos comunitários e a eleição de diretorias eleitas mediante assembleias, sendo que nestas associações qualquer cidadão pode entrar como sócio (em tese, pois ainda há muito controle), marca um caminho de participação popular através de setores minimamente organizados. Por fim, a rede se fortalece não atuando e nem reproduzindo os formatos do padrão tecno-estético hegemônico, cujo modelo mais conhecido é o da Rede Globo, agora seguido de perto pela Rede Record. Não podemos nunca, jamais, reproduzir este modelo (e isto ocorre todo o tempo!) nas chamadas mídias alternativas e populares sob o risco de recebermos contrabando ideológico sem sequer compreender o que se passa. Neste item, entra a formação para a rede pública, a vocação do jornalismo para os interesses coletivos, pela pulverização do poder decisório em sociedade, e não a reforçar as estruturas de poder já existentes como vemos na mídia comercial.

IHU On-Line - O que deveria fazer parte de um novo marco regulatório para o setor da comunicação no Brasil?

Bruno Lima Rocha - Este marco, como já disse antes, deve reconhecer a existência - de fato e não apenas de direito - dos três sistemas, sendo que o estatal tem diferenças de mídia de poderes para mídia pública estatal. Além da regulação dos sistemas, é necessário compreender o momento de transição tecnológica que vivemos. A convergência digital implica em transformar todos os conteúdos em códigos binários e podem ser carregados e enviados de forma

**“Se aproximássemos a
formulação da academia
com a produção
midiática dos meios
de comunicação das
universidades, teríamos
o laboratório e a
semente dos modelos
para as redes públicas
que tanto lutamos”**

não física. Isto implica em que todos - em tese - se minimamente alfabetizados na produção midiática, podemos nos tornar possíveis produtores de conteúdo. Desse modo, vejo que é fundamental rever o conceito de comunicação e de telecomunicações, de modo a compreender o papel que as transnacionais têm na oferta de serviços de comunicação mediante concessão do Estado e, por isso mesmo, fazer o possível para evitar a sua influência na sociedade brasileira e menos ainda permitir que estas corporações produzam e distribuam conteúdo por cabo, satélite, MMDS⁹ ou radiofrequência (Rádio ou TV). O novo marco regulatório passa pelo controle das verbas de publicidade do Estado brasileiro em seus três níveis de governo e, também, a garantia de decisões ágeis para o direito

⁹ Serviço de Distribuição Multiponto Multicanal, também conhecidos como MMDS ou Cabo Wireless, é uma tecnologia de telecomunicações sem fio, usado para redes de banda larga de uso geral, ou, mais comumente, como um método alternativo de recepção de programação de televisão a cabo. MMDS é usada no Canadá, México, República Dominicana, Islândia, Irlanda, Rússia, Eslovênia, Brasil, Barbados, Austrália, Nigéria, Paquistão, Sri Lanka, Tailândia, Uruguai, Índia, Bielo-Rússia e Camboja. É mais comumente utilizado em áreas rurais pouco povoadas, onde cabos, que não é economicamente viável, embora algumas empresas podem também oferecer serviços de MMDS nas áreas urbanas. Atualmente a empresa a utilizar essa tecnologia é a Jet, licenciada pela Anatel. (Nota da IHU On-Line)

de resposta dos setores afetados pelas coberturas ou produções de sentido das mídias corporativas (grupos econômicos que também operam como “partido” político).

IHU On-Line - As universidades têm se mostrado preparadas a contribuir com a formulação de políticas públicas de comunicação?

Bruno Lima Rocha - Sim e não. Sim na enormidade do campo de estudos da comunicação social no Brasil. O país tem uma academia pujante nestes estudos e com uma capacidade razoável de influência no movimento. E não porque as universidades pecam em três aspectos.

Primeiro, em geral, reproduzem a miragem do mercado de trabalho, muito escasso e sem vagas para a maior parte dos egressos das habilitações de comunicação social. Essa falta de postos de trabalho e a censura em que impera nos meios privados deveriam orientar os cursos para formar para os três sistemas. Segundo, porque a formação é cada vez mais voltada para supostas “técnicas” quando na verdade nossos estudantes deveriam ter um mergulho de conteúdo nas ciências humanas em geral, de modo que possam compreender a sociedade que elas e eles irão intermediar, narrar e interpretar. Terceiro, porque os meios de comunicação das universidades como um todo terminam por reproduzir formatos, hierarquias, funcionalidades de uma empresa de tipo capitalista. Isto gera um efeito terrível que, junto da autocensura, fortalece a concepção da comunicação social como um negócio - que por sinal - como todo negócio no Brasil, vive de sua relação com o Estado brasileiro e seus favorecidos. Se aproximássemos a formulação da academia com a produção midiática dos meios de comunicação das universidades, teríamos o laboratório e a semente dos modelos para as redes públicas que tanto lutamos.