

## AS CONTRIBUIÇÕES DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO PARA AS PESQUISAS SOBRE MEIOS PÚBLICOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL<sup>1</sup>

Gésio Tássio da Silva PASSOS<sup>2</sup>

### RESUMO

As discussões sobre meios públicos de comunicação dentro dos debates sobre política pública setorial tem sido analisado a partir de diversos campos de estudos, com contribuições de perspectivas culturalistas e funcionalistas. Para César Bolaño (2008), expoente da EPC no Brasil, os estudos latino-americanos da Economia Política da Comunicação (EPC) buscam recuperar a forma crítica da economia política, em conjunto com as diferentes escolas de matriz marxiana, na busca por uma produção de conhecimento libertador para mudanças sociais dentro da realidade capitalista. “Além da análise dos movimentos que giram em torno do campo midiático, a EPC fundamenta críticas e vislumbra situações de desenvolvimento democrático no âmbito das indústrias culturais, através de políticas públicas que promovam a cidadania e a inclusão social” (2008, p.74).

A proposta deste trabalho é analisar quais as contribuições do campo crítico da EPC na análise dos meios públicos de comunicação, em especial as contribuições de sua vertente latino-americana de pesquisa, se diferenciando das análises de outras perspectivas de estudo.

A comunicação pública, em especial as emissoras de televisão, tiveram início no Brasil no 1970, a partir das experiências de TV educativas criadas pela ditadura militar no país. Só com a Constituição Federal de 1988, que se previu a criação de um sistema público, complementar ao sistema privado e estatal. Após mais de 20 anos desta constituinte, é que essa exigência será regulamentada com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2007, com princípios que estabelecem uma referência legal para os meios públicos no país:

“Estes princípios (da EBC) remetem, direta ou indiretamente, para a ideia de promoção da cidadania e igualdade de acesso à informação presentes no contexto de reivindicação dos direitos à comunicação e à informação e de conquistas dos direitos humanos e sociais da carta magna brasileira. Devem, portanto, ser entendidos dentro do âmbito da conquista de direitos sociais decorrente da mobilização da sociedade civil nos períodos da redemocratização e da pós-redemocratização” (PAULINO et al., 2016, p. 59).

A criação da EBC trouxe uma ampliação dos estudos sobre meios públicos no Brasil, com diversas pesquisas analisando as condições de sua fundação, o jornalismo produzido, sua programação, o período de crise, suas experiências de participação social, entre outros. Outros estudos também contribuíram com discussões sobre a estruturação da rede pública de televisão ligada à EBC, mas uma omissão sobre a incipiente rede nacional de rádios. Além de pesquisas pontuais sobre as emissoras estaduais e universitárias, situadas na periferia deste sistema, mas que compõe a rede pública encabeçada pela EBC.

1 Trabalho apresentado para GT 1 - Políticas de Comunicação do X Encontro Nacional da Ulepícc-Brasil.

2 Gésio Tássio da Silva Passos é doutorando em Comunicação pela Universidade de Brasília. E-mail: gesiopassos@gmail.com.

O estudo busca um resgate bibliográfico das pesquisas sobre estes meios públicos de comunicação e sua interface com a Economia Política da Comunicação, discutindo a inserção do tema na constituição do mercado de mídia brasileiro, seu ambiente regulatório, as intervenções das políticas públicas específicas, a conjuntura política histórica do país, bem posicionamento e disputa dos atores na constituição deste objeto.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLAÑO, C. R. S.. Desafios da Economia Política da Informação, da comunicação e da cultura frente às inovações tecnológicas e à mudança social: a atual batalha epistemológica do pensamento crítico latino-americano (2008). In: Valério Cruz Brittos. (Org.). **Economia Política da Comunicação: estratégias e desafios no capitalismo global**. 1ed. São Leopoldo-RS, Editora Unisinos, 2008, v. 01, p. 59-76.

PAULINO, Fernando. O., GUAZINA, Liziane., & OLIVEIRA, Madalena. (2016). Serviço público de mídia e comunicação pública: conceito, contextos e experiências. **Comunicação E Sociedade**, v.30, 55-70, 2016.