

Economia e Políticas da Comunicação

Pedro Jorge Braumann¹ e Helena Sousa²

¹Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa/Rádio e
Televisão de Portugal (RTP)

²Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho

Resumo

Este texto introdutório à Sessão Paralela de Economia e Políticas da Comunicação pretende dar conta da importância desta área científica. Será feita uma breve apresentação sobre o seu estado actual, em Portugal, incluindo o papel – que entendemos ser de relevo - da SOPCOM no seu desenvolvimento. Por fim, serão esboçadas as principais ideias das comunicações que serão apresentadas e discutidas no IV Congresso da associação.

Introdução

No momento em que a economia se torna mundial, em que se desenvolve uma cultura e uma sociedade de informação global, tudo parece apontar para o crescimento de uma verdadeira rede interactiva e digital à escala mundial que estimula fortemente uma convergência de três sectores tecnológicos (informática, telecomunicações e audiovisual) que convergem e se fundem no *multimédia* e na Internet.

A sociedade actual conhece profundas mudanças tecnológicas e económicas, nomeadamente ligadas à informação e à comunicação que hoje interagem na chamada revolução *infomedia*, sendo fundamental uma reflexão sobre as políticas e economia da comunicação. Estas profundas transformações exigem também uma reflexão sobre a economia da comunicação e da cultura, assim como das estratégias de comunicação em políticas públicas para os media e para a sociedade da informação e do conhecimento.

Por outro lado, a dinâmica das tecnologias da informação e da comunicação parece estar na origem de um novo modelo de crescimento económico que não é fácil de explicar na

perspectiva dos mecanismos económicos tradicionais e que parece conduzir-nos a necessidade de uma análise mais aprofundada de alguns dos novos paradigmas emergentes, nomeadamente no quadro da “nova economia”.

Políticas da comunicação em Portugal e comparação com outros países

Ainda que a Economia e a Política(s) da Comunicação e/ou dos Media sejam disciplinas bem estabelecidas nas principais escolas e universidades que se dedicam às Ciências da Comunicação, fundamentalmente nos Estados Unidos, Canadá, Europa e Austrália (em alguns casos, desde o pós-guerra), em Portugal existe ainda um longo caminho a percorrer, apesar dos esforços dos últimos anos.

A curta vida desta área do conhecimento, a que também não é estranho o atraso no próprio desenvolvimento das ciências da comunicação no nosso país, não deve, no entanto, ser confundida com a falta de pertinência deste saber para a compreensão das actuais estruturas mediáticas e comunicacionais, particularmente à medida que as questões de natureza económica e de regulamentação dos meios de comunicação social estão cada vez mais na ordem do dia.

O estudo da comunicação e dos media não é, de facto, mais pensável sem a tentativa de compreensão das estruturas de mercado e das suas articulações com a esfera política, sem a interrogação da propriedade das empresas e dos actores que dominam os mercados nas chamadas sociedades livres, sem a análise cuidada das tendências e das contra-tendências, das forças e das tensões que sistematicamente reorganizam o poder comunicacional de que as esferas públicas estão dependentes.

Os meios de comunicação social desenvolvem-se hoje num meio concorrencial global em que as dimensões económicas, técnicas, culturais e sociais conhecem mutações múltiplas mais ou menos concomitantes e de amplitude desconhecida no passado.

Se o papel e o lugar das tecnologias da informação e da comunicação no conjunto da paisagem mediática já não precisam mais de ser demonstrados, os fluxos económicos que tem originado estão longe de ter estabilizado e merecem hoje uma reflexão alargada na sociedade.

Desenvolvimento da área no âmbito da SOPCOM

Desde a primeira hora, a SOPCOM tentou dar o devido destaque à área de Economia e Políticas da Comunicação, criando uma sessão temática em cada um dos seus quatro congressos até hoje realizados e alargando esse espaço de reflexão a diferentes congressos lusófonos e ibéricos (no caso do Brasil, o nosso colega César Bolaño da Universidade Federal de Sergipe no Brasil representou um papel chave e, no caso espanhol, o mesmo se poderá dizer em relação aos colegas Enrique Bustamente da Universidad Complutense de Madrid e Marcial Murciano da Universidad Autónoma de Barcelona), dando-lhe assim uma dimensão internacional de que muito puderam beneficiar os investigadores portugueses.

Em Novembro de 2002 foi criado no seio da SOPCOM o GT de “Economia e Políticas da Comunicação”, que é um grupo de trabalho que congrega 18 investigadores provenientes de diferentes áreas científicas com um interesse comum: a investigação no âmbito da EPC.

Como exemplos de questões aplicadas a serem objecto de preocupação do GT de EPC podemos referir: as relações entre a economia e a comunicação, macro e micro economia da comunicação, as empresas de comunicação, estruturas competitivas de mercado, estratégias empresariais, economia da publicidade, economia do audiovisual, produção audiovisual, indústria dos media e dos novos media (Internet., e-commerce, digitalização e interactividade), políticas do audiovisual, serviço público de televisão e rádio, convergência e reformas regulamentares, etc.

A missão preferencial deste grupo de trabalho é a investigação em comunicação aplicada numa perspectiva multidisciplinar. Visa-se a construção de um campo comum de saberes que permita a construção de uma identidade nos estudos da EPC, assim como a produção de conhecimentos de referência. A sua divulgação e internacionalização serão aspectos a desenvolver.

Entre os principais objectivos deste GT de EPC podemos destacar:

- Desenvolvimento de projectos de investigação de âmbito transversal a diferentes instituições de ensino;
- Promoção de actividades de incentivo ao intercâmbio entre o espaço profissional e o espaço de ensino/aprendizagem;
- Assessoria a empresas e instituições de comunicação;
- Discussão conceptual do enquadramento teórico-prático da EPC;
- Favorecer a circulação da informação entre os membros;
- Divulgação pública e organizada dos resultados da investigação desenvolvida pelos membros do GT;
- Estimular a participação dos seus membros nos congressos e outras actividades desenvolvidas pela SOPCOM;
- Organização de seminários, conferências e workshops temáticos visando a comunidade académica e/ou profissional;
- Publicação de artigos em revistas especializadas nacionais e internacionais;
- Publicação de livros;
- Criar bases de dados sobre a pesquisa e o ensino de EPC;
- Intercâmbio com investigadores e instituições de cariz nacional e supra-nacional com o propósito de incentivar o desenvolvimento de novos investigadores em EPC.

O GT de EPC criou ainda as seguintes linhas de investigação:

- Economia da Comunicação e da Informação;
- O sector económico da comunicação em Portugal numa era digital;
- Políticas da comunicação em Portugal e comparação com outros países.

Comunicações apresentadas na Sessão Paralela de Economia e Políticas da Comunicação no IV Congresso da SOPCOM

A Sessão Paralela de “Economia e Políticas da Comunicação” pretende, neste IV Congresso da Associação Portuguesa das Ciências da Comunicação, dar mais um passo na consolidação de uma comunidade científica verdadeiramente capaz de enfrentar os novos desafios relativamente à compreensão da Comunicação e dos Media, tanto no contexto nacional como internacional, apresentando um leque variado e rico de intervenções.

Na comunicação intitulada ‘*Política de comunicação e mudança: a TV digital no governo de Lula*’, César Siqueira Bolaño e Valério Cruz Brittos trazem-nos o caso da implementação da televisão digital terrestre (TVD), no Brasil (TDT em Portugal). Os autores da Universidades Federal de Sergipe e UNISINUS, respectivamente, consideram este caso paradigmático para o estudo das políticas da comunicação naquele país. Tendo em vista as condições históricas do mercado mediático brasileiro, marcado pela concentração, privilégios político-partidários, falta de controle público e ausência de um sistema não-comercial paralelo com força junto ao público, o Partido dos Trabalhadores, liderado por Lula da Silva, teria – neste preciso momento de transição tecnológica – uma oportunidade única para intervir. Como um conjunto de tópicos essenciais ao funcionamento televisivo, envolvendo concessões, equipamento e conteúdos, terão que ser re-regulamentados, na passagem para do analógico para o digital, há um motivo que claramente poderia provocar um novo debate sobre a televisão brasileira. No entanto, tal não aconteceu, nem há perspectiva, na opinião destes académicos, de que venha a ocorrer, apesar do Brasil ser governado por um partido historicamente identificado com o espectro de esquerda, o Partido dos Trabalhadores.

Ainda no âmbito da problematização da Sociedade da Informação e da Comunicação, Sónia Campos, Lúcia Oliveira Silva e Manuel de Oliveira Duarte, apresentam-nos ‘*AtlantisBPnet: um projecto em busca das boas práticas da Sociedade da Informação e da Comunicação nos países do espaço Atlântico*’. Os autores desta

comunicação interrogam o que são boas práticas na Sociedade da Informação e da Comunicação e Conhecimento; que tipo de projecto pode ser classificado como boa prática e, não menos significativo, qual a metodologia mais adequada para esta classificação. Tentando contribuir para uma reflexão sobre o conceito de boas práticas na Sociedade da Informação e da Comunicação e sobre a metodologia de triagem e classificação de boas práticas, o projecto AtlantisBPnet do Programa INTERREG III (Espaço Atlântico) está a desenvolver – como nos dão conta os autores da Universidade de Aveiro - uma metodologia de identificação e análise de boas práticas da Sociedade da Informação.

Novamente no quadro da questão do desenvolvimento da Televisão Digital Terrestre, neste caso no âmbito europeu e português, **Nuno Conde** apresenta-nos ‘*Obrigações de transporte por operadores de redes de comunicações electrónicas – implicações para a Televisão Digital Terrestre*’, em que partindo do quadro normativo comunitário para o sector das comunicações electrónicas sobre as obrigações de transporte (abreviadamente designadas por «must carry») de serviços de programas de televisão e de rádio se analisa a legislação portuguesa que incide sobre as empresas que disponibilizam no mercado redes de comunicações electrónicas utilizadas para a distribuição dos serviços de rádio e televisão. A problemática é particularmente importante para a política pública e o desenvolvimento da economia do audiovisual em Portugal, na medida em que o autor considera, no quadro nacional, e atendendo ao princípio de não discriminação entre as empresas que oferecem redes de comunicações electrónicas, dever-se-á assegurar que o futuro modelo de desenvolvimento para a televisão digital terrestre (TDT) não imponha um regime de “must carry” penalizante para a rede TDT se comparado com as obrigações impostas e exigidas à rede de distribuição de serviços de televisão por cabo e satélite.

Apesar do (também) incipiente estudo da imprensa regional e local em Portugal, **Paulo Ferreira** argumenta, na sua intervenção ‘*O lugar da imprensa regional e local nas políticas da comunicação*’, que é já possível afirmar que as actuais características do sector são inversamente proporcionais à relevância que este tipo de publicações pode e deve assumir nas comunidades locais e regionais. Os escassos trabalhos científicos

mostram, de resto, uma apetência crescente dos leitores por este género de jornais. A clivagem que separa o actual estado do sector da sua importância tem uma consequência ponderosa: sem bons jornais, as comunidades locais e regionais ficam tendencialmente amputadas de boa “informação de proximidade”, uma das mais distintivas características da imprensa local e regional. Independentemente de outros factores que podem contribuir para o entendimento desta situação, este artigo centra a sua atenção na dimensão política do problema. Analisando aquelas que têm sido, desde 1975, as grandes linhas de orientação das políticas de comunicação em Portugal, o autor procura descortinar o lugar que nelas tem ocupado a imprensa local e regional. A hipótese de trabalho nuclear desta comunicação é a seguinte: nos momentos-chave das tomadas de decisão sobre as políticas de comunicação, a imprensa local e regional foi (quase) sempre relegada para segundo plano.

Orlando Gomes, numa comunicação intitulada *‘Comunicação e autoridade nas empresas’* coloca algumas questões-chaves ao nível empresarial: Quem detém, na prática, o poder numa empresa? Em que sentido uma comunicação eficiente entre níveis hierárquicos é importante para o exercício da autoridade? De que modo comunicação e delegação de poderes podem ser encarados como substitutos na gestão da actividade produtiva? A estas três questões genéricas procura responder de dois modos: primeiro, através de uma revisão da literatura recente associada à teoria da empresa, onde se revela o desencontro que poderá existir entre propriedade e exercício da autoridade, e onde também se destaca a relação entre grau de eficiência na comunicação entre níveis hierárquicos e a extensão da delegação de autoridade; segundo, através da construção de uma estrutura analítica simples onde o resultado óptimo no que concerne aos objectivos da empresa está dependente do conjunto de factores que determinam decisões sobre maior ou menor delegação de poderes. Refere ainda o autor que na empresa, o superior hierárquico procura garantir o melhor resultado produtivo possível e para tal terá que equacionar a extensão na qual delega autoridade e a extensão na qual concentra poder e recorre à comunicação para concretizar tarefas. A formalização desenvolvida permite identificar as forças que constituem estímulo à delegação ou à comunicação.

Partindo de diversas perspectivas teóricas sobre o conceito de Sociedade da Informação, desde Bells a Castells, **Lurdes Macedo** identifica na sua comunicação *‘Políticas para a sociedade da informação em Portugal: da concepção à implementação’* os desafios que o eventual ‘novo’ modelo de organização informacional da sociedade coloca a um país como Portugal, frequentemente categorizado como ‘semi-periférico’. Após a identificação destes desafios (combate à info-exclusão, alfabetização informacional e profissionalização para a sociedade da informação), a autora propõe a análise da evolução das políticas governamentais para o desenvolvimento da Sociedade da Informação, nomeadamente do instrumento financeiro que as concentra e que viabiliza a sua execução: o Programa Operacional Sociedade da Informação (POSI). Esta análise passa não só pela concepção (objectivos e medidas) do POSI e da sua coerência com o entendimento actual sobre o que é a «Sociedade da Informação», como também pela sua implementação e resposta efectiva aos desafios colocados pelo modelo informacional de desenvolvimento social. Sabendo que Portugal regista uma forte penetração das tecnologias da informação e da comunicação mas que, ao mesmo tempo, apresenta ainda alguns indicadores de subdesenvolvimento social, esta intervenção procura explorar a possibilidade de as políticas para a Sociedade da Informação até agora concebidas e implementadas não estarem a corresponder inteiramente ao objectivo primordial inicialmente delineado: a promoção de uma sociedade verdadeiramente «informacionalizada».

Numa intervenção intitulada *‘Projecto Mediascópio: questões metodológicas sobre o estudo dos media e das políticas da comunicação’*, **Manuel Pinto** e **Helena Sousa** discutem um projecto, em curso na Universidade do Minho, denominado Mediascópio. Este projecto do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade visa globalmente o estudo da reconfiguração do campo da comunicação e dos media em Portugal. Um programa com esta abrangência suscita naturalmente um conjunto de questões de natureza metodológica que constituem o motivo de análise desta comunicação. O Mediascópio visa recolher, sistematizar e analisar criticamente o discurso dos media sobre os próprios media. Assenta, por isso, na construção de uma base de dados em actualização permanente e da fixação de uma cronologia de eventos relativos a este campo específico, operando a dois níveis: a análise de grandes tendências e problemas

em períodos e ritmos quinquenais – assim contribuindo para o estabelecimento de uma memória viva do campo dos media; e o estudo focalizado de casos especialmente significativos – assim permitindo a produção e partilha de conhecimento, a partir da actualidade.

António Machuco Rosa em ‘*Dinâmicas políticas e económicas do open source*’ aborda as dinâmicas específicas do programa em regime de licenciamento *open source*, por oposição às licenças fechadas. Salienta o princípio geral de externalidades em rede na produção de *software* e adopção de *standards*. Com base na teoria dos sistemas realça a emergência de fases de ordem e retorno à desordem na evolução dos *standards*, sendo a essa luz apreciada a oposição entre *standards* abertos e *standards* proprietários. Finalmente, analisa a incidência das leis de copyright na programação *open source*.

Manuel José Lopes da Silva, na sua comunicação ‘*A nova regulação dos media*’ coloca-nos perante uma reflexão alargada, hoje crucial para alguns dos novos paradigmas hoje emergentes no seio das ciências da comunicação, em que salienta a importância do desenvolvimento de novas formas de regulação. Refere, em particular, que a actual globalização económica e política que os Novos Media permitiram não assegura sempre, paradoxalmente, uma maior aproximação entre os cidadãos de todas as nações e a sua convocação para projectos culturais comuns. Assim a evolução recente dos sistemas de Comunicação, dominada por interesses técnicos e económicos, tende a ignorar a dimensão social e cultural, favorecendo a componente funcional com prejuízo da normativa, que propõe valores. Neste perspectiva, os Media são considerados ‘*responsáveis*’ desta deriva e, por isso, se sente a necessidade de uma Nova Regulação que leve à sua contenção face aos danos que provocam na Sociedade e ao surgimento de um conjunto de novas políticas da comunicação, em que a Governança dos Media poderá vir a assumir um papel fundamental.