

# Portugal e os desafios da comunicação

FRANCISCO RUI CÁDIMA  
(*Universidade Nova de Lisboa*)

## Resumo

---

A partir da constatação de que a comunicação ainda encerra a subordinação do receptor face ao emissor da mensagem, o autor examina e reflete sobre o grande desafio do próximo milénio para Portugal: a inversão deste paradigma e, simultaneamente, pensar e criar as práticas culturais e comunicacionais que conduzirão a interação social a um verdadeiro processo de interactividade entre cidadãos participativos na esfera pública democrática emergente.

**Palavras-chave:** Sociedade da Informação, Comunicação Audiovisual, Interação Social

## Resumen

---

Anclado en la hipótesis de que la comunicación implica en la subordinación del receptor al emisor del mensaje, el autor evalúa y reflexiona sobre el gran desafío de Portugal para el próximo milenio: la inversión de este paradigma como condición necesaria al diseño y creación de prácticas culturales y comunicacionales destinadas a promover la interacción social.

**Palabras-clave:** Sociedad de la Información, Comunicación Audiovisual, Interacción Social.

## Abstract

---

Based on the hypothesis that communication performs the classical function of an one-way communication process - the receiver of the message depends of the strategies applied by the senders -, the author intends to evaluate the big challenge that Portugal will face next millenium: the inversion of this paradigm is a previous condition for planning cultural and communication policies which goal is to produce social interaction.

**Keywords:** Information Society, Audiovisual Communication, Social Interaction.

---

<sup>1</sup> ORIGINAL RECEBIDO PELO CONSELHO EDITORIAL NO DIA 01/02/1999.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação e Professor da Universidade Nova de Lisboa, Portugal.

Hoje, a comunicação, mais do que uma viagem, ou uma descoberta, configura-se tendencialmente como um encontro universalista, muito embora se trate ainda, nos dias de hoje, de um encontro que encerra, com alguma opacidade, tal como nas Descobertas, aliás, a função clássica do processo de comunicação unívoca - a subordinação do receptor face ao emissor da mensagem. Algo está a mudar, porém.

O grande desafio do próximo milénio é a inversão deste paradigma e, simultaneamente, pensar e criar as práticas culturais e comunicacionais que conduzirão a interação social a um verdadeiro processo de interactividade entre iguais, entre cidadãos participativos na esfera pública democrática emergente. Qual o contributo português neste enorme desafio é uma das questões que nos preocupa nesta reflexão.

O audiovisual, a indústria de conteúdos, a comunicação no espaço europeu e lusófono e a questão da interactividade estão assim no cerne desta reflexão, onde os desafios da comunicação e da cultura para o próximo século se colocam problematizando a envolvente da "recepção", através de parâmetros como educação/integração, participação/interacção, descentralização e transparência que possam conduzir a uma mutação real e estrutural da sociedade portuguesa neste domínio.

## 1. O Audiovisual e a Convergência de Sectores

Os portugueses sempre chegaram atrasados ao comboio da comunicação. As primeiras folhas impressas apareceram em Portugal debaixo de jugo espanhol, como folhas clandestinas, sob a pressão dos acontecimentos, portanto, e apoiando a luta pela independência.

As primeiras gazetas apareciam também no período da Restauração da nacionalidade, mais uma vez determinadas - aqui inevitavelmente - pelas circunstâncias.

Quer a chegada do cinema, quer da rádio, muito ficaram a dever à iniciativa de homens determinados a conhecer as novas tecnologias, antes que o próprio Estado e os agentes culturais a tanto se dessem ao incómodo.

Quanto à televisão, chegava a Portugal quando no Reino Unido já havia televisão privada e concorrer com a BBC. A própria televisão privada arrancava em Portugal, portanto, cerca de quarenta anos depois de ser conhecida na Europa.

O mesmo se pode dizer da televisão local e/ou regional, já há largas décadas praticada na Europa e nos Estados Unidos. É, de momento, ainda desconhecida dos portugueses. De facto, sempre chegámos atrasados ao encontro com a história e a comunicação. Mas em relação à televisão regional, algumas novidades se anunciaram. De um lado, a televisão do Estado, procurando um espaço que cabe essencialmente à sociedade civil e às comunidades, faz anunciar que 40 anos depois desse caldo inicial que foram as emissões regulares da RTP, se aprestou a oferecer às regiões as chamadas "janelas regionais" com programação própria e específica dessas mesmas regiões.

têm de facto um público de consumidores ávidos de novos produtos e bens culturais.

Ficou-se a dizer que essa tem sido a nota principal em produtos tão diversos como a TV por satélite, o PC, mesmo a TV privada e também a TV por Cabo, o Telemóvel, o Paging, e a Internet, nomeadamente.

O que significa, paradoxalmente, que este pequeno país chamado Portugal, apesar dos pesares, está a encontrar porventura as condições, as capacidades e as competências para se enquadrar na revolução comunicacional que se anuncia.

Mas há que pensar também nas opções políticas de fundo nas novas áreas da comunicação e que afectam os diferentes sectores - não só os media clássicos - imprensa, rádio e televisão -, e o respectivo mercado da publicidade, como também os novos media e as estratégias no domínio da sociedade da informação, do multimedia, e dos novos sistemas na área da televisão - do cabo e da pay TV à TV digital.

Como se sabe, os meios de comunicação tradicionais estão hoje a sofrer um processo de rápida mutação devido à convergência que se está a operar com as telecomunicações e a informática.

Tal facto tem tido implicações óbvias e normais no seio dos principais grupos de comunicação portugueses. É público e notório que os grupos detentores dos meios clássicos como a imprensa, estão hoje a estudar investimentos em áreas tão diversificadas como a televisão por cabo, a televisão digital, as redes celulares, a internet, etc.

Em termos do chamado "grupo Estado", é conhecida a privatização, no passado recente, dos órgãos de comunicação escritos, mas o Estado português ainda detém vários canais de rádio e televisão e detém ainda o operador público de telecomunicações, com todas as suas empresas participadas, algumas das quais a operar em importantes áreas de comunicação avançada.

A questão é a seguinte: se é verdade que os grupos privados, por vezes de forma excessiva, conseguem criar as sinergias necessárias entre os seus diferentes meios de comunicação, definindo com total flexibilidade estratégias adequadas aos desenvolvimentos tecnológicos, o «grupo Estado», pelo contrário, demonstra uma dificuldade congénita em adaptar-se às novas do tempo.

Não se entende por isso que neste final de século as telecomunicações do Estado estejam como que de costas voltadas para a televisão pública, o mesmo se passando com o multimedia e as tecnologias da informação. Isto é, a convergência no plano das tecnologias não é facilmente seguida por uma convergência no plano político.

E das duas uma: ou o grupo Estado recicla rapidamente as suas estratégias mediáticas e telemáticas - no sentido da era digital e da sociedade de informação -, ou nos arriscamos a perder esta batalha decisiva, para a qual não é nada provável que os grupos privados consigam reunir as armas suficientes.

Por outro lado, "activistas" da sociedade civil, algo inquietos com a morosidade do Estado e com o congénito retardamento da boa vontade do legislador em relação a estas matérias, anunciavam uma nova emissão - menos pirata do que no passado - ou provavelmente mesmo legal -, precisamente nessa altura.

Finalmente, no Parlamento da República, acordava-se em relação à possibilidade de lançar a emissão televisiva das sessões plenárias na rede nacional de televisão por cabo, o que permitia, de alguma maneira, configurar uma abertura do legislador em relação a iniciativas com carácter experimental, designadamente na área dos canais temáticos e dos novos canais, que já tardam também em Portugal, sobretudo quando vemos as plataformas digitais espanholas e brasileiras a atormentarem a nossa língua e a nossa cultura. Trata-se aqui de uma nova batalha no plano dos conteúdos.

Portugal é um pequeno país com quase 10 milhões de habitantes, mas onde a maioria deles, entre os 15 e os 64 anos, não tem competência de escrita, leitura e cálculo (iliteracia) e apresenta uma taxa de analfabetismo de 15,3%.

Isso explica que o sector da imprensa, designadamente sob o ponto de vista das tiragens e da leitura dos periódicos, seja um dos menos desenvolvidos no contexto europeu.

Também no domínio da investigação científica, se trata de um país claramente na cauda da Europa. Em 1995 gastou-se em I&D 0,6 por cento do PIB - cerca de 60 milhões de contos - menos do que se havia gasto em 1992 (62 m.c.). Essa percentagem é de facto a mais baixa da Europa, ex-aequo com a Grécia.

Convém referir que os níveis de consumo em Portugal estão também na cauda da escala comunitária. Segundo o relatório da Eurostat, organismo estatístico da UE, relativo a 1995, Portugal apresentou o consumo per capita mais baixo dos quinze países membros - e aqui, estamos, mais uma vez, atrás da Grécia.

Ainda no âmbito do consumo, mas no plano da cultura, do ensino e do lazer, Portugal volta a estar na cauda da Europa, segundo um estudo do Conselho da Europa. Neste domínio, o consumo médio global de cada português ronda os 410 mil escudos, enquanto que os gastos em espectáculos, lazer, ensino e cultura não ultrapassam os 23,5 mil escudos/ano. Melhor que nós, estava a Grécia, por exemplo, apresentava um consumo médio per capita que quase duplica o nosso.

Apesar disso, Portugal tem os mais elevados custos ao nível da UE, em termos de tarifas de serviços, designadamente de tarifas telefónicas, fiscalidade automóvel e consumo energético, para só citar estes.

No entanto, o mercado português do audiovisual, das telecomunicações e do multimedia tem vindo a registar nos últimos anos um crescimento de tal forma evidente que hoje já é possível acreditar que num pequeno país, tradicionalmente com os mais baixos índices económicos da União Europeia, os novos meios e os novos serviços das comunicações

Veja-se a questão da concretização prática da convergência de sectores que na maior parte das vezes é apenas um conceito sem consequências. Neste domínio importa realizar, no plano da prática, o que se reconhece ser um elevado grau de interdependência entre as actividades do sector, reunindo investimentos públicos e privados, no audiovisual, nas telecomunicações e ainda no universo da informática. Como nota à margem, refira-se que a plataforma para a televisão digital em Espanha, que reúne telecomunicações e televisão pública e privada, é um excelente exemplo a ser seguido (atentamente) em Portugal.

Em segundo lugar a questão do desenvolvimento da Sociedade da Informação, designadamente nos sectores estratégicos - educação, saúde e emprego.

Em terceiro lugar, a necessidade do Estado assegurar um modelo de prestação de um Serviço Universal à generalidade dos cidadãos, evitando as formas de exclusão e a cada vez maior separação entre infocicos e infopobres.

Em quarto lugar, o entendimento deste sector como um sector estratégico neste final de século, sendo necessário incentivar os grupos nacionais na sua contribuição para o desenvolvimento das comunicações e nomeadamente da indústria de conteúdos. Finalmente, a necessidade de uma regulação/ regulamentação que evite situações de concorrência desleal, por exemplo quando alimentada por projectos televisivos comerciais do próprio Estado. De facto, a Sociedade da Informação ou será construída com outra comunicação social, ou não será nem participada nem sustentada, e muito menos solidária.

Hoje estamos a evoluir de uma sociedade em que ainda predominam os mass media para uma sociedade cada vez mais participada pelos cidadãos através dos novos media - o computador pessoal e a Internet; o fax, o bip e o telemóvel, as rádios e televisões locais, e também comunitárias e temáticas, os serviços interactivos, home pages, boletins electrónicos pessoais, etc., etc. Passa por aí a "via rápida" para as auto-estradas da informação.

Portugal acabou de dar, entretanto, um importante passo na descentralização das emissões de televisão e na afirmação do serviço público de televisão. Precisamente no passado dia 7 de Março de 1997, data do 40º aniversário da RTP, eram lançadas as emissões de informação regional, de norte a sul do país, centradas em seis capitais de distrito. Trata-se de uma medida há muito pretendida pelas comunidades e centros urbanos do interior, que a partir de agora conseguem ter a sua pequena "aldeia local" na demasiado imensa aldeia global.

Avizinham-se agora alterações legislativas na área da televisão generalista e da televisão por cabo, que irão permitir emissões temáticas aos operadores de televisão por cabo. Posteriormente dever-se-á avançar, em termos legislativos, na área das televisões regionais. O que significa que a paisagem audiovisual portuguesa será algo diferente no início do próximo século. É curioso ver os diferentes movimentos e iniciativas que

um pouco por todo o lado discutem e preparam futuras emissões locais e regionais. Escolas profissionais, Universidades, Empresários locais e Câmaras, mais directamente envolvidos, mas também o Turismo, a Indústria, o Comércio local/regional, etc., todos estão atentos aos desenvolvimentos próximos no sector.

E não se pense que as rádios locais e a imprensa regional podem vir a ser afectadas pelas futuras televisões locais e regionais. É que tanto uns como outros são dos mais interessados - serão mesmo privilegiados pelas condições de concurso - na abertura da legislação, precisamente, às televisões locais e regionais.

A situação, como se sabe, é crítica: temos quatro canais de televisão de cobertura nacional, todos eles a viver em grande parte do mercado da publicidade, que, afinal de contas, não chega para todos. Perante uma situação deficitária que já não é conjuntural, e, mais a mais, antecipando as rápidas mudanças tecnológicas que vão mudar radicalmente a forma de ver e fazer televisão, impõe-se algumas mudanças: em primeiro lugar, a possibilidade de a RTP se reconverter numa sociedade em «holding», parcialmente aberta a capitais privados, com diversificação de investimentos nas áreas dos novos serviços de televisão: da «pay TV» (televisão por assinatura) à televisão digital, passando eventualmente pelo cabo através, por exemplo, do investimento em canais temáticos; em segundo lugar, a moralização da programação da televisão pública, aumentando a qualidade da programação, contribuindo para a regulação do mercado da publicidade, reduzindo os excessos nos espaços comerciais e a concorrência directa aos privados, naturalmente com a devida indemnização orçamental por parte do Estado a este reforço da componente cultural, formativa e informativa do serviço público de televisão, que é exequível apenas num canal; em terceiro lugar, a participação da televisão pública no processo emergente das televisões locais e/ou regionais, numa primeira fase através das já existentes «janelas regionais» e, numa segunda fase, após estudos de viabilidade económica, com novos operadores, inclusivamente privados.

No plano tecnológico esta é de facto uma era de grandes mudanças. Todos estamos conscientes disso - e as televisões em primeiro lugar. Há que arriscar alguma coisa para não se perder tudo. E não há dúvida nenhuma, que a era da televisão digital trará alguns perigos para o audiovisual e para a cultura portuguesa. Daí a necessidade vital de ver reforçado o empenho do Estado na dinamização da indústria audiovisual nacional.

Há ainda a questão da qualidade na Televisão. É natural que os diferentes países, designadamente na Europa, procedam, regularmente, a uma reavaliação dos seus serviços públicos de radiotelevisão. Nos anos 90 isso tem sido prática corrente um pouco por todo o lado, tendo-se chegado, nalguns casos, à realização de estudos que ultrapassam a mera análise de dados quantitativos, fornecidos habitualmente pelas empresas de medição de audiências, para se centrarem sobretudo nos aspectos qualitativos.

O que podem ser então os estudos qualitativos em televisão? Desde logo, possuir os dados sobre o agrado do público, quer em relação às grelhas de programação\*, quer em relação aos géneros televisivos e à filosofia do canal, independentemente da grelha que possa estar no ar, procurando definir os modelos de programação que encontrem o equilíbrio entre o agrado dos telespectadores e a responsabilidade de fornecer um serviço público. Aqui, há sobretudo que ter em conta que o telespectador estatístico é muito diferente do telespectador reflexivo, que uma coisa é o comportamento e que outra bem diferente é a atitude.

Mas essa compatibilização atrás referida é, digamos assim, o centro de todas as polémicas, uma vez que pode balançar entre uma programação de tipo mais comercial e uma opção voltada sobretudo para a divulgação, a cultura e a educação. Certos de que esta é uma questão de complexa resolução, a quase totalidade dos países europeus ainda mantém hoje serviços públicos de televisão com diferentes canais de diversos perfis.

Para além de uma boa resposta às expectativas do público e do cumprimento dos critérios de qualidade, a dimensão qualitativa de um radiodifusor público deve também passar pela flexibilidade de estruturas, productividade, eficácia e controlo de custos, convergindo para aquilo a que na área da economia se chama a «certificação da qualidade das empresas».

A procura da qualidade, no entanto, é actualmente uma questão incontornável. Poder-se-ia referir várias categorias para uma definição de qualidade de programação em televisão: interesse do assunto, interpretação dos acontecimentos do mundo (se o programa permite compreender o mundo em que vivemos), cultura viva (se permite actualizar conhecimentos), cultura tradicional (emissão enriquecedora), valor distrativo, acessibilidade (uma emissão acessível a todos), originalidade do assunto, originalidade da forma, qualidade da realização. Para além de uma análise criteriosa destes vectores, a participação, nestes estudos, de grupos de interesse, de painéis de telespectadores, inclusivamente dos conselhos de opinião, é um complemento fundamental para termos uma televisão cada vez melhor.

Finalmente, a questão do Serviço Público de Televisão. Questão que volta a ser tema de debate na sociedade portuguesa (e, aliás, também, na União Europeia), designadamente porque foi anunciada pelo próprio Governo a intenção de alienar capital de empresas participadas da RTP e de eventualmente passar os Centros Regionais de Açores e Madeira a canais autónomos, mantendo-se totalmente públicos os dois canais nacionais da RTP e os seus canais internacionais - RTP Internacional e RTP África.

Mas a questão fundamental mantém-se a mesma de há vários anos para cá, sem que haja uma resposta inequívoca por parte dos poderes políticos europeus. E a questão é a seguinte: O que se entende verdadeiramente por um serviço público de televisão? Sem tornar subjectiva a leitura

---

\* Nota do Editor: as grelhas de programação correspondem, no Brasil, às grades de programação das emissoras de TV.

da questão convido, portanto, o leitor a reflectir sobre os princípios e o enquadramento político do serviço público de radiodifusão (válidos quer para a rádio, quer para a televisão) à luz do Conselho da Europa e do Parlamento Europeu.

As TV's e rádios públicas dos Estados europeus têm, assim, principalmente por missão:

- ser uma referência para o público e um factor de coesão social e de integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades.

- fornecer um fórum de discussão onde um leque tão variado de opiniões e de pontos de vista possa exprimir-se.

- difundir informações e comentários imparciais e independentes e ser uma referência no sector da informação.

- desenvolver uma programação pluralista, inovadora e diversificada correspondendo a normas éticas e a alta qualidade e não sacrificar esse objectivo qualitativo às forças de mercado.

- desenvolver e estruturar as grelhas de programas para um largo público sem descuidar os pedidos de grupos minoritários.

- contribuir de forma activa, graças à programação, para um melhor conhecimento e apreciação da diversidade do património cultural nacional e europeu.

- alargar a escolha de que dispõem os telespectadores e os ouvintes, oferecendo igualmente programas que não constam das propostas das empresas privadas de radiodifusão.

Olhando para este conjunto restrito de exigências do serviço público de radiodifusão, fica a impressão de que falamos de qualquer coisa com a qual não contactamos regularmente. Mas não, não é assim. De facto a realidade é um pouco diferente e é essa diferença, essencialmente, que está por cumprir nos nossos serviços públicos, nomeadamente no de televisão.

## 2. A indústria de Conteúdos e a Sociedade de Informação

Diversas têm sido as referências a uma das áreas estratégicas da Cultura e da Comunicação Social em Portugal. Refiro-me à questão da produção de conteúdos para o audiovisual, tanto para as televisões, como para o próprio cinema, e também para o multimedia.

Esse debate, que tem sido envergonhadamente cíclico, em Portugal, desde finais dos anos 80, foi relançado em 1997 pela chamada Plataforma das Associações do sector, que aliás parece ter tido algum efeito positivo na política governamental para o sector.

Em síntese, do que se trata é do seguinte: Portugal é um dos países europeus mais debilitados na área da produção de ficção e de documentários. Na área da televisão, falar de ficção é falar das telenovelas e documentários praticamente não existem. Dir-se-á que a era da concorrência televisiva

está a hipotecar o banco de imagens da cultura portuguesa aos enlatados brasileiros e às suas sequelas portuguesas sem qualquer valor educativo, cultural ou patrimonial.

O projecto agora surgido, clamando por uma defesa do audiovisual português reúne nove associações do sector - Associações de produtores e realizadores de cinema, televisão e publicidade, sociedades de direitos de autores, sindicatos, etc. Praticamente toda a profissão se revê no documento.

As principais propostas emanadas da Plataforma centram-se em dois ou três tópicos: necessidade de haver uma política para o sector, fazendo convergir as estratégias do cinema com as do audiovisual e deste com as telecomunicações; um conjunto de medidas de incentivo ao desenvolvimento da indústria audiovisual em Portugal; por outro lado, encarar a actividade não só de um ponto de vista estratégico - económico -, mas sobretudo cultural. Finalmente a necessidade de ser lançada uma política integrada para o sector, aliás, como o próprio programa de Governo sugere, isto é, e nomeadamente, a coordenação entre as políticas das várias tutelas do audiovisual e uma mais rápida adequação da legislação ao desenvolvimento tecnológico e de conteúdos destas áreas.

Entretanto, à Plataforma das associações do sector, respondeu o Governo com uma Plataforma ministerial. Virão aí linhas de crédito específicas e incentivos para a ficção televisiva, para o multimedia, isto para além dos tradicionais financiamentos à actividade cinematográfica.

Resta que estas duas "plataformas" se encontrem efectivamente, não só algures no ciberespaço, mas também no espaço hertziano, no online e off-line, nas salas de cinema, etc.

Ainda em 1997, o reacender de uma velha querela entre as diferentes sensibilidades dos cineastas portugueses quase que fazia esquecer uma iniciativa - melhor: várias iniciativas -, que têm vindo a ser tomadas na área da produção de conteúdos multimedia e também no quadro das medidas lançadas pela estratégia governamental para o audiovisual e a lançar no âmbito do Livro Verde para a Sociedade da Informação.

E a última grande iniciativa tomada neste campo, designadamente pelo Ministério da Economia, prende-se justamente com a consagração da agora chamada "Indústria de Conteúdos" como um sector estratégico para o desenvolvimento do país, e, nessa medida, dotada com fundos de financiamento específicos no programa PEDIP - um programa de incentivo à indústria em geral.

Sem ter qualquer procuração para aqui falar em nome de quem quer que seja, parece-me de facto que uma tão clara inovação nas políticas sectoriais para o Multimedia e Audiovisual, assumida agora pela área da Economia, em vez de ter sido entendida publicamente como uma acção meritória e passível de constituir um importante contributo para a inovação, a produção e a internacionalização dos nossos produtores, acabou por

ser uma espécie de “bombo da festa” na continuação da querela que referi.

De facto, quando Augusto Mateus referia que a partir de 1997, com o plano de incentivo às indústrias culturais, o Multimedia estava a par das outras indústrias portuguesas, apenas e tão somente queria dizer que uma nova era se abria aos produtores de conteúdos audiovisuais e multimedia, uma vez que se tratava de indústrias culturais passíveis de ser incentivadas com fundos públicos tal como outra qualquer indústria nacional.

Como facilmente se pode constatar uma tal medida tem uma importância nacional decisiva, que, presumo eu, ninguém, de boa fé, poderá negar, a não ser que se confunda o multimedia com salsichas e o audiovisual com sapatos e se separe o subsídio “limpo” do dinheiro “sujo” da indústria.

O ano de 1997 foi, pois, o ano das grandes propostas e dos grandes projectos para a definição e incremento da Indústria de Conteúdos como uma indústria estratégica para o nosso país no dealbar do novo século. Com efeito, quer através das propostas apresentadas pela Comissão Interministerial para o Audiovisual, quer com a reflexão em torno do Plano de Acção para a Sociedade da Informação, tanto os responsáveis por sectores estratégicos como os representantes da sociedade civil, congregaram esforços, estabeleceram planos e definiram metas com um objectivo comum: criar neste país uma dinâmica sustentada que reconverta rapidamente as velhas estruturas, em info-estruturas e os velhos bloqueios, numa sociedade aberta participada, enfim, numa sociedade de informação.

Como lá chegar através de uma “via verde” - para todos - sem nos perdermos nos atalhos e na terra batida - é a grande questão. Do meu ponto de vista, nesta, como em muitas outras coisas, falar de progresso, de criação e de inovação é falar da sua base de sustentação. É falar, portanto, de educação.

Significa, desde logo, falar da reconversão dos currícula na perspectiva da Sociedade de Informação - na perspectiva da criação de conteúdos e das respectivas redes de distribuição. E se quisermos aqui recuperar algum tempo face aos nossos vizinhos europeus, comece-se desde já a pensar como resolver na prática esta questão, sem perder de vista a necessidade de potenciar as escolas como incubadoras, como centros estratégicos na formação de recursos humanos para a criação de conteúdos, para uma Indústria forte, criativa e sustentada nesta área de enorme potencial. E é precisamente nos jovens, tanto no ensino secundário como no superior, que podemos encontrar a massa crítica, a criatividade e a dedicação necessárias para um projecto que já alguém disse ser “um desígnio nacional”. E pode sê-lo, com certeza. A capacidade de adaptação às Tecnologias da Informação e da Comunicação da nossa população estudantil permite-nos

---

\* *Nota do Editor:* O bombo dos portugueses é o bombo dos brasileiros, o tambor que nas bandas e no samba serve para marcar ritmo. O Prof. Manuel Carlos Chaparro, nosso Editor Associado, esclarece ainda que o autor quis criar uma parábola significativa de inutilidade: o bombo faz barulho, pode até empurrar a marcha, mas não interfere na essência das coisas.

acreditar estarmos perante um sector de uma enorme riqueza para o país. Que poderá dar-nos, inclusive, como alguém disse, "o petróleo do século XXI". Mas não nos iludamos. Sem um investimento estratégico na formação - e na sua reconversão - e sem um plano que mobilize e incentive o potencial existente, não será possível lá chegar. Foram dados os passos necessários. Trata-se agora de saber que percentagem do PIB vai ser destinada para esse "desígnio" nacional. De outra maneira, muito dificilmente se verá as infra-estruturas a transformarem-se em info-estruturas.

Uma das questões de maior actualidade na área do Ensino é pensar justamente qual o papel das Tecnologias da Informação e da Comunicação na Educação. Há um conceito genérico, de acordo com o já expresso no Livro Verde para a Sociedade da Informação: a formação tradicional deve evoluir para novos conteúdos programáticos e novas práticas pedagógicas.

Desde logo, é necessário integrar nos *curricula* do ensino obrigatório a componente da educação para os *media*, também nas vertentes de cinema, audiovisual e multimedia, procurando ainda garantir-se formação inicial e contínua dos professores e a afectação dos recursos materiais e laboratoriais necessários.

Simultaneamente, trata-se de criar, nas escolas do ensino secundário, tal como já acontece em relação à Internet, laboratórios de audiovisuais e multimedia que permitam a docência de uma disciplina opcional nestas áreas e o desenvolvimento de experiências e projectos inovadores.

De igual modo é fundamental criar estruturas de formação superior nas áreas da convergência entre cinema, audiovisual e multimedia, que ministrem formação ao nível de licenciatura e incluam graus de pós-graduação, mestrado e doutoramento, dando apoio à criação de cursos on-line.

Depois, trata-se também de garantir uma ligação efectiva entre o sistema de ensino/formação e o mundo do trabalho, designadamente através de estágios profissionais, workshops, linhas de financiamento de programas de incentivo às empresas para receber estagiários, apoios através de bolsas para especialização no estrangeiro, etc. E criar o Instituto para as áreas de convergência entre audiovisual e multimedia que tenha como principais objectivos acompanhar a evolução verificada nestes sectores, tendo em vista recolher e divulgar informação, avaliar projectos, definir tendências, apoiar a formação, etc, contribuindo também, através de acções de formação e de divulgação, para a preservação da língua e da cultura portuguesas, com especial incidência nos países de expressão oficial portuguesa.

Finalmente, criar para a rede nacional de TV por Cabo, um canal interuniversitário, para a Educação, a Cultura e a Ciência, que se torne um verdadeira canal de serviço público de televisão dirigido a todos os tipos de público, mas com segmentos específicos destinados ao sistema de ensino e numa perspectiva interactiva. Enfim, todo um programa, imperioso e urgente para mudar a educação na era da Indústria de Conteúdos, e sobretudo na era de novas práticas pedagógicas e de um novo espírito crítico.

Mas... que reflexão estratégica para as Universidades portuguesas é que está a haver no sentido de as encaminhar para as auto-estradas (da informação) e não para os caminhos de pedra medievais? Há notoriamente uma sensibilidade institucional para estes problemas, mas ainda hoje, em determinadas estruturas e áreas estratégicas, tal não é visível. A área da Educação, as Universidades e o seu Conselho de Reitores, deverão certamente dar mais atenção à premonição de Peter Drucker, quando diz que dentro de 30 anos a Universidade não existirá tal como a conhecemos hoje. Provavelmente até dentro de 20 anos apenas.

Nessa medida, o novo saber de que hoje a Universidade está muito necessitada prende-se com a Comunicação, a Arte, a Cultura e as Tecnologias, isto numa perspectiva de criar as competências e os produtores de conteúdos que exactamente podem salvar a face à velha instituição. Se nada for feito nesse sentido, a Universidade portuguesa corre o risco de hipotecar o seu saber às práticas e saberes de Universidades estrangeiras e de centros de estudos imersos na rede das redes, actualmente já fornecedores de cursos de licenciatura e de mestrado on-line.

O que a Universidade portuguesa hoje precisa, com carácter de urgência, para não se auto-excluir da Sociedade da Informação, é, para já, compreender que ou se redimensiona e se actualiza face ao novo modelo de transmissão do saber e do conhecimento que está aí, de forma interactiva, on-line, na Internet, ou caminhará rapidamente para a esclerose arrastando consigo boa parte do património e das melhores competências deste país, que têm vindo a lutar, apesar de tudo, por essa mudança estratégica.

O desenvolvimento da Sociedade da Informação é uma das prioridades do actual governo. Decorre em torno deste tema um amplo debate nacional - interdisciplinar e interinstitucional - com vista ao desenvolvimento das propostas do Livro Verde submetido à Assembleia da República em 1997. É sem dúvida uma área estratégica para o futuro deste país - e o trabalho que está a ser feito parece-nos ao nível das responsabilidades que todos devemos assumir neste projecto decisivo. Um dos temas centrais neste debate é de facto, como bem assinalou o presidente da Missão para a SI, o Prof. Dias Coelho, a questão da info-exclusão. Quer isto dizer que não é possível desenvolver um projecto nacional neste sector das tecnologias da informação, criando novas ilhas de segregação, criando novas interioridades e novos excluídos.

É absolutamente crucial avançar-se de forma ponderada, procurando erradicar essa doença infantil da modernidade que é a info-exclusão. O curioso nisto tudo é que por vezes a info-exclusão aparece onde menos se espera. E quando todos conhecemos o programa do governo para colocar a Internet em todas as escolas secundárias, é preciso ter a noção que há departamentos universitários neste país, com formação avançada ao nível de pós-graduação e mestrado, onde o único computador existente é o dos serviços administrativos...

Mas a info-exclusão que nos deve mobilizar é genérica e inscreve-se mais em particular na actual ordem internacional - a verdade é que conti-

nua a haver mais linhas telefônicas na ilha de Manhattan do que em toda a África negra. A nova era comunicacional vai não só radicalizar as distâncias entre os infóricos e os infopobres, como vai também fazer nascer a nova iliteracia, os analfabetos funcionais do século XXI.

Daí haver ainda uma leitura negativa da SI: Escrevia o sociólogo Manuel Castells “a SI, ao mesmo tempo que diversifica as imagens concentra o poder de produzi-las e a capacidade de emití-las, fazendo da sua virtualidade a nossa realidade”. A SI torna-se assim, deste ponto de vista, “a sociedade das proezas tecnológicas e médicas mas também da marginalização de amplos sectores da população, irrelevantes para o novo sistema”. Crucial é, portanto, o equilíbrio entre o nosso sobredesenvolvimento tecnológico e o subdesenvolvimento social.

E todos estamos a perceber o que é que está em causa: a Net é o novo alfabeto na comunicação entre os homens. E se aquando da emergência da escrita, há 2.500 anos, a “exclusão” acompanhou a emergência de impérios despóticos, na era da Net, o novo alfabeto só evitará novos déspotas se conseguir evitar também a exclusão.

### 3. Comunicação no espaço europeu e lusófono

#### 3.1 - Espaço europeu

Parece-nos que há um grande trabalho a fazer relativamente à transparência da União Europeia face ao exterior, designadamente face ao cidadão, aos grupos sociais minoritários, associações, enfim, relativamente à sociedade civil, mais do que em relação aos grupos de interesses e grupos económicos que têm em regra os seus *lobbys* e os seus canais de informação estruturados.

O grande trabalho será portanto dinamizar os media europeus no sentido de se abrirem à informação comunitária, de eles próprios se tornarem transparentes face ao que é essencial, que releva, no fundo, do pragmatismo e da eficácia dos objectivos que o cidadão possa sentir directamente no seu dia-a-dia e não tanto da máquina política da União e das suas performances institucionais e burocráticas. Enquanto o institucional ocupar o espaço público mediático como uma espécie de forum de legitimação permanente da UE, tudo o resto fica secundarizado, e o cidadão vulgar, porventura não se reconhecerá nesse debate.

O papel dos porta-vozes oficiais, dos gabinetes de comunicação, dos centros de documentação europeia, dos eurogabinetes, etc., deve ser de alguma forma repensado dentro dessa estratégia de repôr a transparência e renovar a informação ao cidadão comum europeu, renovando também as estratégias de comunicação no plano dos media e ainda no plano da publicidade. A pergunta é, neste caso: será que ele - cidadão comum - alguma vez sentiu a transparência e a objectividade da informação da União, ou, pelo contrário, sempre julgou estar perante um mastodonte burocrático e inacessível?

### 3.2. Espaço Lusófono

1997 foi também um ano importante para uma nova era na comunicação no espaço lusófono. Realizou-se o I Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação, com a participação fundamentalmente de universitários representando as principais instituições e cursos de Portugal e do Brasil. Depois, iniciava-se na Culturgest o III Congresso Internacional de Jornalismo de Língua Portuguesa, numa organização do Observatório da Imprensa.

No primeiro caso, tratava-se sobretudo de um Encontro de Investidores de Comunicação do Espaço da Lusofonia, e, nessa medida, o objectivo do evento era fundamentalmente promover uma troca de experiências e um debate plural sobre o exercício das Ciências da Comunicação no espaço lusófono. Os representantes das Universidades portuguesas decidiram lançar uma Associação Portuguesa de Comunicação - APCOM - que terá como primeira preocupação representar os interesses dos investigadores portugueses, inventariar os seus trabalhos, dinamizar a investigação na área e, entre outras coisas, promover uma maior interligação com associações estrangeiras e redes internacionais. Em acréscimo e sob proposta da INTERCOM - a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação -, será criada uma estrutura luso-brasileira comum, que reunificará no espaço lusófono, objectivos comuns de portugueses e brasileiros, uma associação naturalmente aberta também aos jovens investigadores africanos nesta área.

Complementar do Encontro dos Investigadores Lusófonos foi o Congresso do Jornalismo de Língua Portuguesa, subordinado ao tema «Jornalismo, um humanismo servido quente na bandeja da tecnologia», também com participantes vindos dos diferentes mundos lusófonos.

O facto de se terem encontrado em Lisboa centenas de universitários e profissionais da área da comunicação e do jornalismo veio demonstrar de forma cabal que este é de facto o princípio de uma nova era nas relações entre Portugal, Brasil e África no domínio da Comunicação. E com ela se fará o resto do muito que ainda há a fazer.

### 3.3. RTPi - Televisão Sem Fronteiras

Enquanto conceito, os canais públicos de radiotelevisão “sem fronteiras” são consensuais. No caso da RTP Internacional, é desde há cinco anos (data de lançamento: 10 de Junho de 1992) a lança audiovisual portuguesa não só em África, como no resto do Mundo.

É, em termos de *media*, por assim dizer, o instrumento estratégico da lusofonia junto das comunidades portuguesas espalhadas pelos quatro cantos do Mundo. Mas se o conceito é inquestionável, os conteúdos que nela são injectados já podem ser discutíveis. E nalguns casos são - e muito. Designadamente no campo dos programas educativos. A difusão da cultura, da língua e do “ser” português não têm tido a atenção necessária no quadro de uma política lusófona do Estado português. A aposta numa

programação generalista onde desponta um conjunto de cerca de 120 jogos de futebol/ano é paradigmática. As 24 horas de programação da RTPi são exclusivamente preenchidas por programas de língua portuguesa, na sua maioria produzidos pelos quatro canais da RTP (RTP1, RTP2, RTP-Áçores e RTP-Madeira).

Actualmente, a RTPi dispõe de uma rede de satélites que lhe permite cobrir os cinco continentes e ter uma audiência estimada em mais de 30 milhões de telespectadores. A RTPi é recebida potencialmente por mais de 25 milhões de pessoas nos cerca de 6,6 milhões de lares onde a RTPi é sintonizável, seja através das redes cabo e MMDS seja através do sistema DTH Digital. Precisamente no dia comemorativo do seu 40º aniversário, a RTP iniciava entretanto as emissões da RTP África, numa primeira fase integrada em espaço cedido pela própria emissão da RTPi. O grande objectivo da RTP-África é criar um espaço alargado de intercâmbio de programas e de parcerias com as televisões de Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e S.Tomé e Príncipe. A sua emissão é de uma hora diária, com programação específica, incluída na emissão da RTPi. O conceito aponta para a existência de delegações nos PALOP e uma equipa em Lisboa e passar a canal autónomo a emitir 24 horas por dia. Começou também o investimento em programas concebidos a pensar nessas comunidades. Dirigida a todos os grupos etários e aos diversos interesses culturais a RTPi inclui na sua emissão programas com origem em países da CPLP - Comunidade de Países de Língua Oficial Portuguesa, tendo no conjunto uma grelha muito variada com informação, desporto, musicais, ficção, infantis, documentários e telenovelas, essencialmente.

A médio prazo, antes do final do século, previsivelmente em meados de 1999, prevê-se o lançamento de um outro projecto neste âmbito, a RTP Brasil. Mas muito há ainda a fazer no sentido de reconfigurar este canal como um verdadeiro canal de difusão de uma política de lusofonia destinada a África, ao Brasil e às comunidades portuguesas da diáspora.

Ainda neste domínio há, naturalmente que não esquecer o espaço virtual de poder que pode constituir a NET, não só como um espaço de comunicação privilegiada para os países periféricos, mas ainda como complemento universalista de afirmação sobretudo da cultura e das realidades do país, tanto quanto da sua língua...

## 4. Algumas notas finais

### 4.1. *Interactividade e Democracia*

Hoje, como vimos, é possível afirmar que há um debate que se está a fazer na sociedade portuguesa - ainda que em círculos relativamente restritos -, em torno das temáticas da sociedade da informação e das tecnologias interactivas, procurando-se os atalhos que nos conduzirão às vias rápidas e às auto-estradas da informação do século XXI.

Importa, naturalmente, alargar esse debate o mais possível, e colocá-lo de preferência, nos grandes meios de comunicação social. A pergunta para a qual me proponho sugerir algumas dúvidas prende-se com a questão em torno da relação interactividade vs. democracia. Ou seja, será assim tão líquido que a comunicação interactiva que se anuncia nos conduz mais rapidamente ao paraíso da democracia directa, ou esse não será mais um dos mitos cíclicos do fenómenos comunicacional e mediático?

Podem inclusivamente ir-se um pouco atrás na História e ver que essa era já a crença de Bertold Brecht, quando, nos anos 30, criticava o meio rádio, então emergente, por não ser “um autêntico processo de comunicação democrática”. Dizia Brecht: “a rádio poderia sê-lo se não soubesse apenas emitir, mas também receber, não apenas fazer ouvir o ouvinte, mas fazê-lo falar, não o isolar, mas pô-lo em relação com os outros”.

Esta utopia da plena interactividade, mais tarde, nos anos 80, relançada pelo Relatório McBride da Unesco, para uma Nova Ordem Internacional da Informação, reconhecia a necessidade de lançar aquilo a que se chamava então o “princípio da reciprocidade na comunicação”. Mais uma vez tratava-se aqui de reconhecer os direitos inalienáveis à comunicação, à cidadania e a novas relações de produção na informação.

Hoje pode pensar-se que a Internet e a interactividade no plano do cabo pode cumprir a utopia e relançar a civilização para uma nova lógica social de comunicação, mais participativa, directa. Mas atenção, importa não tomar a nuvem por Juno... Como alguém disse, o grau de interactividade do dispositivo técnico não equivale a um nível correspondente de democratização do meio em si - seja ele a Internet ou o Cabo.

A questão é que ao mito da sociedade da abundância interactiva, corresponde, em geral, ainda, o modelo das representações sociais e de consumo da era industrial. Nessa perspectiva, a sociedade da informação correria o risco de se tornar um hipermercado electrónico ao domicílio. Mas o maior risco é que uma nova lógica comercial se instale nesses novos sistemas, ao mesmo tempo que cria a ideia de uma democratização pelos media. Este é, talvez, o debate a não perder de vista quando se fala de Sociedade da Informação.

## 4.2. *Globalização vs localismos*

De facto, pensar hoje as linguagens e técnicas do audiovisual requer pensar num conjunto de práticas, estratégias e tecnologias, que, para além das pouco discretas sinergias criadas entre detentores do poder mediático, constituem - com a cumplicidade e permissividade do legislador e do político, e, logo, também, do mercado -, uma aldeia global repartida entre grandes famílias mediáticas, concentrando meios, uniformizando fluxos, instituindo novas legitimidades que dissimulam, em síntese, o desaparecimento da virtude civil, os impasses dos sistemas participativos e, em acréscimo, as múltiplas crises de autonomia dos cidadãos.

Tal como reconhecia Régis Debray, quanto mais se globaliza o nosso espaço económico, mais se balcaniza o nosso espaço político, o

mesmo é dizer, quanto mais se globaliza o espaço mediático mais se restringe a diversidade cultural. Ou, como prefere enunciar Touraine, na sua última obra em torno das crises da modernidade, a questão hoje não é a ameaça da agressividade, mas antes a evidência da passividade. Ou melhor, a grande questão hoje, num tempo de afluxo de estratégias conglomeradas é exactamente saber qual o lugar das singularidades, qual o lugar das subjectividades dissidentes, qual o lugar do Outro, de todos os diferentes, na cultura modelizadora deste final de século.

O campo audiovisual, designadamente o que está ligado aos grandes fluxos de difusão de programas de TV, videos e filmes, é, assim, no plano estratégico, no plano das discursividades e dos contextos historico-culturais, um dos eixos preferenciais, necessariamente incontornáveis, para a reflexão nesta área. Aí tudo está bem claro.

O mesmo não se dirá dos efeitos protocolares, normativos, comportamentais, que o audiovisual dos impérios macroculturais difunde como uma espécie de novo dogma. É contra este receituário da mundialização, contra a contaminações dos particularismos, localismos, etc., que Touraine apela, de modo a preservar as redes de singularidades, enfim, as identidades, as culturas e as tradições locais.

### 4.3. Estado vs cidadania

Neste domínio, proponho uma síntese de tendências que se esboçam neste final de século, no nosso comezinho caso, enfim, um conjunto de reflexões que são outras tantas perplexidades nesta curva descendente para o século XXI. Em primeiro lugar, uma questão de ordem genérica: caberá ainda ao Estado uma função social, digamos assim, no âmbito dos meios de comunicação? A resposta é claramente: sim. Enquanto o Estado exista, mais ou menos providencial, deverá estar presente, ou pelo menos incentivar, o sistema de comunicação clássico e os novos media como sistemas estratégicos para o desenvolvimento.

Significa que caberá ao Estado manter as suas estações de rádio e televisão públicas numa perspectiva não concorrencial com os privados, isto é, sobretudo numa perspectiva cultural, de divulgação e educativa para públicos suficientemente latos - e não na perspectiva quase exclusiva do *entertainment* como tem sido feito até aqui. Caberá também ao Estado, simultaneamente, promover uma estratégia de internacionalização da língua e da cultura portuguesa, quer na Rádio e Televisão públicas, quer nas novas redes de comunicação, a começar, claro, pela Internet.

Caberá ainda ao Estado participar de forma generalizada e empenhada na transição para uma sociedade aberta, participada, traduzida naquilo a que se tem vindo a chamar uma sociedade do conhecimento, ou a Sociedade da Informação. Neste ponto convirá sublinhar a necessidade da Administração pública adoptar progressivamente os novos suportes de comunicação informáticos, multimedia e interactivos e com isso participar no desenvolvimento de uma forte indústria de conteúdos nacional.

Caberá ainda ao Estado o desígnio maior de erradicar com carácter de urgência o processo de info-exclusão herdado de vários passados e presentes - a saber: o analfabetismo e a iliteracia. Do meu ponto de vista esta é a medida estratégica para a reconversão do país e da sua sociedade civil, numa nação mais forte e melhor apetrechada para as descobertas do século XXI - as descobertas que navegarão pelos oceanos do conhecimento, da solidariedade e da participação.

Mais do que fazer reproduzir os objectos técnicos da revolução anunciada, mais do que fomentar quantitativamente o uso da microinformática, do que se trata é de criar as redes de solidariedades no campo social, com base não nos artefactos da persuasão e do marketing, mas sim nas expectativas de cidadãos perfeitamente integrados nesse processo de mudança.

#### 4.4. Novos media, nova política?

Se é certo que a produção de legislação no campo comunicacional sempre se tem determinado ao interesse do político e da sua esfera de influência - no plano dos lobbys e dos grupos de interesse -, como é que a nova lógica comunicacional, potencialmente assente no direito inalienável à comunicação e à cidadania, e também no reforço da comunicação pela interacção social, por novas representações sociais no campo dos media e pelo princípio da reciprocidade na comunicação, pode vir a impor-se como a regra primeira a respeitar de forma a que o processo de democratização possa surgir de forma inequivocamente transparente?

## Referências Bibliográficas

---

- AAVV., *Livro Verde para a Sociedade de Informação em Portugal*, Missão para a Sociedade de Informação, MCT, Lisboa, 1997.
- AAVV., *Relatório da Comissão Inter-Ministerial para o Audiovisual*, Ministério da Cultura, Lisboa, 1997.
- AAVV., *Relatório da Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão*, Presidência do Conselho de Ministros, Lisboa, Novembro de 1996.
- AAVV., *Statistiques de la Culture en Europe*, Paris, La Documentation Française, 1997.
- CÁDIMA, F. Rui, *História e Crítica da Comunicação*, Edições Século XX, Lisboa, 1996; *O Fenómeno Televisivo*, Círculo de Leitores, Lisboa, 1996.
- FENEYROL, Michel *Télécommunications, Réalités et Virtualités*, Paris, Masson, 1996.
- GOLDING, Peter and MURDOCK, Graham, *The Political Economy of the Media*, Edward Publishing Ltd., London, 1997.
- PIRES, Francisco Lucas, *Portugal e o Futuro da União Europeia*, Difusão Cultural, Lisboa, 1995.
- POIGNANT, Serge, *Pour une Strategie Francophone des Autoroutes de l'Information*, Rapport d'Information n° 2941, Paris, Assemblée National / Journal Officiel, 1996.

WRIGHT, David e JACQUEMIN, Alexis (coord.), *Os desafios europeus pós-1992: factores estruturantes, actores estruturantes*, Dom Quixote, Lisboa, 1996.

## Os melhores títulos para a sua Biblioteca de Comunicação você encontra na Coleção GT's Intercom

**1** *Gêneros Ficcionalis, Produção e Cotidiano na Cultura de Massa* (1999). Silvia Helena Simões Borelli, org. Coletânea de membros do GT "Gêneros da Cultura de Massa" com reflexões sobre os mais variados gêneros da cultura de massa. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

---

**2** *Transformações do Jornalismo Brasileiro: Ética e Técnica* (1994). José Marques de Melo, org. Textos de membros do GT "Jornalismo" abordam o processo de mutação radical vivido pelo jornalismo como profissão. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

---

**3** *Trajatória e Questões Contemporâneas da Publicidade Brasileira* (1995, 2a edição em 1998). J.B. Pinho, org. Trabalhos de membros do GT "Propaganda" abordam o desenvolvimento histórico e discutem questões atuais da publicidade brasileira. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

---

**4** *Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação* (1995). César Ricardo Siqueira Boloño, org. Artigos de membros do GT "Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação" promovem análises teóricas ligadas à Economia da Comunicação e da Cultura. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

---

**5** *Comunicação e Culturas Populares* (1995). Cicília Mari Krohling Peruzzo, org. Contém trabalhos de membros do GT "Cultura e Comunicação, que alertam para a existência de práticas, manifestações culturais e de novas linhas de pesquisa que extrapolam os contornos teóricos hoje predominantes. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

---

**6** *A Televisão e as Políticas Regionais de Comunicação*. (1997). Sérgio Mattos, org. Uma seleção de textos dos membros do GT "Televisão" interligados pela legislação, regionalização, produção e, principalmente, pela imagem e influência da TV no Brasil e nos demais países do Mercosul. **Preço por exemplar: R\$ 10,00**

---

**7** *As Histórias em Quadrinhos no Brasil: teoria e prática*. Flávio Mário de Alcântara Calazans, org. 176p. Seleção de textos do GT "Humor e Quadrinhos", dos núcleos temáticos: Memória (com depoimentos de autores), produção alternativa - Underground, Ciência e Tecnologia e um levantamento bibliográfico comentado em 5 idiomas sobre HQ; linguagens contemporâneas e reflexões sobre o futuro dos Quadrinhos nas redes de computadores. **Preço por exemplar: 14,00**

---

Preencha já o cupom de pedido que se encontra no final da revista e envie acompanhado de cheque nominal para:

**Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**  
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - Bloco B9 - Sala 2 - CEP 05508-900 - São Paulo - SP