

Comunicação Comunitária: para além do Terceiro Setor¹

Emanuela Amaral²

Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ

Adilson Cabral³

Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ

Resumo

Este artigo analisa a Comunicação Comunitária como atividade distinta do assim chamado Terceiro Setor em contraste com os setores público-estatal e privado-comercial, bem como na evidencição de especificidades que demandam regulamentação por parte do Estado. Parte de pesquisa bibliográfica e documental, articulando críticas ao conceito do Terceiro Setor no campo das Ciências Sociais com a análise de legislações na América Latina no tocante à incidência e à conceituação da Comunicação Comunitária. Ressalta a demanda de visibilidade e reconhecimento por parte de grupos, organizações e movimentos sociais, bem como de professores, pesquisadores e ativistas das Políticas de Comunicação, buscando contextualizar a Comunicação Comunitária no reforço à comunicação democrática como direito humano.

Palavras-chave: Comunicação Comunitária; Terceiro Setor; Políticas de Comunicação; direito humano à comunicação; mídia cidadã.

Introdução

O termo “Terceiro Setor” vem sendo atualmente usado por parte de movimentos sociais, intelectuais e mesmo ativistas para nomear as iniciativas de Comunicação Comunitária. Uma análise comparada das legislações que regulam a mídia em cada país da América Latina denota que a abordagem não é diferente. A partir de então coloca-se a problemática de entender a que se remete o conceito, em que contexto histórico se constitui, quais teorias o influenciam, e qual seria seu pensamento de fundo. Para tanto, tomamos o livro “Terceiro Setor e a Questão Social”, do autor Carlos Montañó, como principal referência para entender o conceito e responder essas questões. Busca-se, em função disso, entender as implicações práticas da adoção do termo para o reconhecimento da Comunicação Comunitária, em seu âmbito conceitual e principalmente prático, em relação às políticas públicas aplicadas a essas. Por fim,

¹ Trabalho apresentado na XII Conferência Brasileira de Mídia Cidadã - O direito à comunicação na luta por uma cidadania ativa, realizado na Universidade Federal de Juiz de Fora, em Juiz de Fora, Minas Gerais, de 25 a 27 de outubro de 2017.

² Graduanda de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, emanuamaral@hotmail.com.

³ Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madrid. Professor do Curso de Comunicação Social e dos Programas de Estudos Pós-graduados em Política Social e de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense - UFF. Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE – Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência. Email: acabral@comunicacao.pro.br.

são abordadas as características que configuram as iniciativas comunitárias de comunicação, em contraponto à ideia de “terceiro setor”.

1. História Política do Terceiro Setor e suas debilidades

O conceito de terceiro setor é relativamente recente na história política dos Estados-nações. Nasce nos EUA, em 1978, através de um jovem filantropo, John D. Rockefeller III, herdeiro da tradicional família de banqueiros e de industriais norte-americanos, a família Rockefeller. Na América Latina, região analisada pelo presente artigo, o termo aparece oficialmente na Argentina em 1998, no IV Encontro Ibero-Americano do Terceiro Setor, que dá continuidade aos Encontros Iberos-Americano de Filantropia, que já marcavam a crescente influência do conceito na região já nos anos 1980. No Brasil, a ideia de terceiro setor chega na mediação de um funcionário da Fundação Roberto Marinho (cf. IOSCHPE apud MONTAÑO, 2010, p.53).

Cabe assinalar não só quem criou o conceito ou como ele surge em nossa região, mas também o contexto político em que se constrói a ideia de um terceiro setor para além dos já consolidados Estado e Mercado. O conceito se cunha durante o processo de reestruturação do capital pós anos 1970, nas bases ideológicas das políticas de Estado neoliberais e do bem estar social (Welfare State), implementado principalmente nos países desenvolvidos, com ideais de reformulação das responsabilidades das atividades estatais nas resoluções das questões sociais (como educação e saúde). Posteriormente expandido na América Latina, em consonância ao Consenso de Washington (1989), que trouxe recomendações para os países subdesenvolvidos: de reformas fiscais, política de privatização à diminuição dos gastos fiscais do Estado.

Para além de nascer em virtude do processo de implementação de políticas inspiradas em teorias keynesianas, como o caso do Welfare State, o terceiro setor como conceito também tem fortes influências em outras teorias, como as estruturalistas, funcionalistas, liberais e neopositivistas. Assim, o termo “terceiro setor” não é neutro quando analisada sua nacionalidade, bases ideológicas, políticas e a classe social dos atores que o desenvolvem. O conceito traz em si uma construção burguesa (com interesse de classe), consequência de uma política neoliberal, numa tentativa de reestruturação do capitalismo em crise, com bases teóricas liberais.

A idéia central é que já havia duas concepções: uma que contrapunha Estado a Sociedade e outra que trabalha uma lógica tripartite formada composta por Estado, Mercado e Sociedade, sendo esta última composta hibridamente de características privadas, porém públicas (FERNANDES, 1994). Dois

setores anteriormente conceituados e conhecidos no plano político social, criando dualidades que deveriam ser superadas:

Se o Estado está em crise e o mercado tem uma lógica lucrativa, nem um nem o outro poderiam dar resposta às demandas sociais. O “terceiro setor” seria a articulação/intersecção materializada entre ambos os setores: o “público porém privado”, a atividade pública desenvolvida pelo setor privado (...) e/ou a suposta superação da equiparação entre o público e o Estado: o “público não-estatal (...)” (MONTAÑO, 2010, p.54).

Portanto a teoria do terceiro setor teria uma suposta funcionalidade na superação da dualidade Estado (público) / Mercado (privado), onde nem um nem o outro tem condições de resolver efetivamente as demandas sociais. O terceiro setor é compreendido, dentro dessa lógica, como equivalente à Sociedade Civil, setor da sociedade que não pertence nem a lógica de mercado, nem a lógica estatal. Seriam então organizações do terceiro setor aquelas de direito privado, não governamentais, sem fins lucrativos.

1. 1. Debilidades do Terceiro Setor

Depois desse traçado histórico localizando a afirmação do terceiro setor como um conceito burguês, é possível então traçar quais as debilidades do conceito apontadas por Carlos Montaña, um dos principais críticos, bem como de suas aplicações sociais e políticas. Debilidades essas que não são levadas em conta pelos intelectuais, legisladores e ativistas que minimizam, normatizam ou descartam o debate sobre o Terceiro Setor.

A primeira fragilidade apontada sobre o conceito seria a falta de coesão a respeito de quais são as entidades que compõem o terceiro setor, delimitadas por parte dos teóricos que defendem a ideia. Essas entidades, tal como indicadas no já mencionado IV Encontro Ibero-Americano do Terceiro Setor, seriam organizações: “privadas, não governamentais, sem fins lucrativos, autogovernadas, de associação voluntária” (Montaña, 2010, p.54). Mesmo com essa elástica definição inicial não há um acordo, pois:

Para alguns, apenas incluem-se as organizações formais (...); para outros, contam até as atividades informais, individuais (...); para alguns outros, as fundações empresariais seriam excluídas (...); em outros casos, os sindicatos, os movimentos políticos insurgentes, as seitas etc. ora são considerados pertencentes, ora são excluídos do conceito (MONTAÑO, 2010, p.56).

A segunda debilidade é quase consequência da primeira: a tentativa de homogeneizar setores com origens, caráter e interesses muito distintos entre si dentro do mesmo conceito de Terceiro Setor. Setores tão distintos que, de acordo com os intelectuais de linha mais generalista, podem ir de movimentos sociais até “braços de responsabilidade social” de empresas.

Segundo os autores, algumas destas categorias integrariam o terceiro setor: as organizações não-governamentais (ONGs), as organizações sem fins lucrativos (OSFL), as organizações da sociedade civil (OSC), as instituições filantrópicas, as associações de moradores ou comunitárias, as associações profissionais ou categorias, os clubes, as instituições culturais, as instituições religiosas, dentre tantos outros exemplos. Desta

forma o conceito pode reunir tanto o Greenpeace (...), como o Movimento Viva Rio, as Mães da Praça de Maio (...), como o Fiesp, o MST, como a Fundação Roberto Marinho, as Creches Comunitárias, como a caridade individual (...). Este conceito (...) mescla diversos sujeitos com aparentes igualdades nas atividades, porém com interesses, espaços e significados sociais diversos, contrários e até contraditórios (MONTAÑO, 2010, p.56-7).

Mesmo sem um consenso entre os intelectuais que defendem o termo, entre as quais organizações que fazem parte do terceiro setor, é usual encontrar as palavras “não-governamental”, “autogovernado” e “não-lucrativo” entre as principais características que o definem. E é nelas que se dá mais um problema do conceito, apontada por Montaño. Para o autor as organizações que compõem este setor não são em princípio “não-governamentais” e/ou “autogovernadas”:

As chamadas organizações não-governamentais (ONGs), quando hoje passam a ser financiadas, por entidades, muitas destas de caráter governamental, por meio das parcerias, ou quando são contratadas pelo Estado (...) para desempenhar, de forma terceirizada as funções a ele atribuídas, não parecem tão fiéis a seu dito caráter “não-governamental” e à sua condição “autogovernada”. (...) o Estado, ao estabelecer “parceria” com determinada ONG e não com outra, (...) está certamente desenvolvendo uma tarefa seletiva, dentro de uma política governamental, o que leva tendencialmente à presença e permanência de certas ONGS (...) a dita “não governamentabilidade” e a “autogovernamentabilidade” dessas organizações encobre o fato de estarem integradas tendencialmente à política do governo (MONTAÑO, 2010, p 57 e 58).

O autor também não compreende as organizações do Terceiro Setor como “não-lucrativas”, já que instituições que são braços de responsabilidade social de empresas também fazem parte do conceito, tendo interesses lucrativos diretos e indiretos com essas organizações.

Algumas fundações, braços assistenciais de empresas (fundações Rockefeller, Roberto Marinho, Bradesco, Bill Gates), não podem esconder seu claro interesse econômico por meio da isenção de impostos, ou da melhora da imagem de seus produtos (aumenta a venda ou o preço) ou até na função propagandística que estas atividades exercem (...). Têm, portanto, claro fim lucrativo, ainda que indireto. (...) Nisto podemos até considerar o “salário” de altos funcionários de muitas organizações; aquelas chamadas popularmente de “pilantrópicas”: alguém bem relacionado monta uma ONG, e daí consegue financiamento, a maior parte do qual se destina a seu salário como gerente ou diretor – aí claramente há uma finalidade “lucrativa” (MONTAÑO, 2010, p. 58).

A última debilidade ressaltada é a de que o “terceiro setor” seria, na verdade, o “primeiro setor”. Ou seja, que a sociedade civil seria parte do Estado, pois este se origina da própria sociedade. Neste ponto há que se aprofundar o debate (a ser feito posteriormente), sobre o lugar da sociedade para além do Terceiro Setor. Sociedade que não só origina o Estado, mas também outras instituições, como pontuado no trecho abaixo.

(...) ao identificar Estado, mercado e sociedade civil, respectivamente como primeiro, segundo e terceiro setores, alguns autores (...) observa, que o “terceiro setor” na realidade “é o primeiro setor”. Claro, se este é identificado com a sociedade civil e se, historicamente, é a sociedade que produz suas instituições, o Estado, o mercado, etc., há clara primazia histórica da sociedade civil sobre as demais esferas; o “terceiro setor” seria na verdade o “primeiro”. (...) ao considerar o “terceiro setor” como a sociedade civil, historicamente ele deveria aparecer como o “primeiro”. Esta falta de rigor só é

desimportante para quem não tiver a história como parâmetro da teoria (MONTAÑO, 2010, p. 54-5).

Em síntese, o terceiro setor, para além de ser um conceito burguês, historicamente localizado em um processo de retomada do capitalismo e com diversas debilidades, é uma concepção que tem, por função central, não a superação da dualidade Estado (público) x Mercado (privado), mas sim o desmonte e esvaziamento do Estado como responsável a dar respostas a questões referentes à desigualdade social. Essa então é a função central do conceito e é a partir dela que se deve fazer o debate da relação entre o termo “Terceiro Setor” e a Comunicação Comunitária.

2. Comunicação Comunitária não é Terceiro Setor!

Depois de seu surgimento, a ideia de terceiro setor foi consolidada e hoje é muito utilizada. Atualmente, nos debates hegemônicos, o termo é tomado como equivalente para designar a Sociedade Civil. É utilizado não só por acadêmicos, mas por órgãos oficiais e por organizações e movimentos sociais. E entre as legislações, movimentos sociais e intelectuais envolvidos no debate da Comunicação Comunitária, observa-se não só a mesma tendência, mas a categorização das iniciativas de Comunicação Comunitária como parte das organizações que compõem o Terceiro Setor.

Percebe-se que algumas vezes o termo “terceiro setor” não necessariamente aparece nas construções das ideias, mas que palavras como “não-governamentais” ou “sem fins de lucro”, que constroem a conceituação, mais consensual entre os teóricos do Terceiro Setor, aparecem fazendo referência a ele. Outras tantas vezes, é clara a utilização do termo, colando a Comunicação Comunitária à lógica do Terceiro Setor.

Nas legislações dos países latino-americanos não há a utilização da palavra “terceiro setor” para conceituar Comunicação Comunitária. É importante pontuar que em parte das legislações dos países latino-americanos, sejam elas Leis Gerais de Comunicação ou Leis Específicas da Radiodifusão, não há nem mesmo a menção de uma conceituação para a Comunicação Comunitária, evidenciando a necessidade de avanços nas legislações dessa região. Porém, nas que mencionam, entre elas até mesmo as mais avançadas da região, as conceituações estão entre o primeiro grupo acima citado, aquele que sofre influência da ideia de Terceiro Setor, e utiliza palavras que fazem referência ao conceito. Como pode ser observado na Ley de Radiodifusión Comunitaria do Uruguai:

Se entenderá por serviço de radiodifusão comunitária o serviço de radiodifusão não estatal de interesse público, prestado por associações civis sem fins de lucro com pessoa jurídica ou por aqueles grupos de pessoas organizadas que não perseguem fins de lucro (...) e orientado a satisfazer as necessidades de comunicação social e a habilitar o exercício do direito da informação e da liberdade de expressão dos cidadãos da República. Sua finalidade será a promoção do desenvolvimento social, os direitos humanos, a diversidade cultural, a pluralidade de informações e opiniões, os valores

democráticos, a satisfação das necessidades da comunicação social, a convivência pacífica e o fornecimento dos vínculos que fazem a essência da identidade cultural e social do Uruguai (URUGUAY, 2017. Traduzido pelos autores).

Em grande parte das legislações que conceituam Comunicação Comunitária, há uma delimitação de quais seriam as iniciativas que teriam direito à concessão pública dentro desta tipificação. Uma que tendem a diferenciar mais as comunitárias das comerciais/empresariais como a Paraguai: “Podem ser prestadores de radiodifusão alternativa, as organizações intermediárias sem fins de lucro comercial, constituídas legalmente no país que não sejam subsidiárias ou filiais de empresas nacionais ou estrangeiras” (PARAGUAY, 2017). Outras como a Argentina, que falam mais sobre o caráter das comunitárias e portanto criam mecanismos de restrição:

São atores privados que tem uma finalidade social e se caracterizam por ser gestionadas por organizações sociais de diversos tipos sem fim de lucro. Sua característica fundamental é a participação da comunidade tanto na propriedade do meio, como na programação, administração, operação, financiamento e avaliação. Se trata de meios independentes e não governamentais. Em nenhum caso se entenderá como um serviço de cobertura geográfica restringida (ARGENTINA, 2017. Traduzido pelos autores).

Em 25 de setembro de 2008, o Parlamento Europeu aprovou o documento “Medios del tercer setor da comunicación (TSC)”, resolução considerada como uma vitória para a radiodifusão comunitária na Europa. Este documento diferencia a comunicação comunitária da comunicação estatal e comercial, mas também, e aqui se encaixa no segundo grupo que utiliza claramente o termo, conceitua a Comunicação Comunitária como “Terceiro Setor da Comunicação (TSC)” (GERMANO, 2010).

Outro setor que se enquadra no segundo grupo são grande parte dos pesquisadores e intelectuais que debatem as experiências e a sustentabilidade da Comunicação Comunitária. Recorrente em produções acadêmicas e portais de grupos de pesquisa a utilização do termo, em especial entre os de fala hispânica e na Europa, não demandam abordagens mais amplas de seus autores, que se esquivam de problematizar a carga histórica da expressão “Terceiro Setor”. Miriam Meda González, ativista da Red de Medios Comunitarios (REMC) da Espanha, realizou sua dissertação de Mestrado intitulada “La Ley UTECA y el Tercer Sector de la Comunicación: comparativa internacional de las fallas de la legislación española audiovisual y respuesta de la sociedad civil”, que realiza uma intensa e extensa crítica às limitações da lei espanhola em relação ao setor comunitário, mas sem problematizar seu enquadramento em torno do Terceiro Setor.

Quando apontado aqui o uso literal ou não da concepção do “terceiro setor”, representado pelos exemplos acima, não se quer afirmar que a totalidade das legislações, movimentos sociais e intelectuais estão defendendo a lógica integral do termo, mas sim os carrega em consequência de seu uso. Como já

afirmado, a palavra “terceiro setor” não é neutra, carrega em si lógicas que a constituem, um histórico, construída por uma lógica burguesa nas bases das ideias neoliberais.

As palavras não são neutras, a língua não é neutra. A ideia de que as palavras nomeiam e, simplesmente porque nomeiam, o sentido está dado - de que elas não são prenes de sentidos outros além daqueles que eu supunha tão ingenuamente -, essa ideia faz com que eu seja traído pela língua, seja manipulado pela língua. [...] O que posso fazer - ao invés de tentar escapar da rede de significado que as palavras constituem -, o que posso fazer, escutando a advertência do poeta Drummond de que 'sob a pele das palavras, há cifras e códigos', é buscar a consciência desse processo e de certos jogos possíveis de serem criados e, desconstruindo-os, evitar algumas ciladas (BRITTO, 2003, p. 59 e 61).

Carregando a lógica que permeia o termo, vem com ela então algumas consequências de sua adoção. A primeira seria a homogeneização do que seriam as próprias iniciativas de Comunicação Comunitária, considerando iniciativas de comunicação comunitária tanto as realizadas por organizações como a Fundação Roberto Marinho, quanto as produzidas por moradores da Favela da Rocinha. Considerada esta conceituação, essas duas iniciativas de interesses completamente diferentes teriam a mesma categorização, além de mesmos deveres e direitos.

A segunda consequência é a função central da adoção do conceito em toda amplitude das políticas públicas, que é o esvaziamento do Estado como ator responsável pela resolução das questões sociais. O desmonte estatal proporcionado pelo impulsionamento do Terceiro Setor tiraria deste a incumbência de garantir a existência de iniciativas de comunicação independentes e populares. Ou seja, não seria, inclusive, atribuído ao Estado o financiamento dessas iniciativas, em consonância com princípios defendidos por movimentos pela democratização da comunicação, como a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC):

A existência de fundos públicos com recursos suficientes deve estar disponível para assegurar o desenvolvimento do setor de meios comunitários. É desejável que existam políticas públicas que exonerem ou reduzam o pagamento de taxas e impostos, incluindo o uso do espectro, para adequá-los às características e finalidade pública destas emissoras (ASSOCIAÇÃO DE RÁDIOS COMUNITÁRIA, AMARC. 2009, ponto 13).

3. Comunicação Comunitária como Outra Categoria

Compreender a Comunicação Comunitária como distinta do Terceiro Setor não é tomar o setor comunitário como isolado dos setores estatal e privado num sistema integrado de comunicação. Muito menos é negar a importância do debate a respeito dessa diferenciação nas políticas de comunicação, pois é essa justamente a garantia de que setores socialmente excluídos possam, além de produzir, também gerir os meios que produzem comunicação de forma independente de empresas e governos.

Em parte das legislações que regulam as comunicações na América Latina já há um debate avançado em relação a essa necessidade de divisão, além dessa diferenciação se configurar não só pela conceituação, mas também pela divisão equitativa do espectro. Em outras somente diferem

conceitualmente as iniciativas de comunicação. E em outras ainda, como o caso brasileiro, nem ao menos há uma diferenciação conceitual exata, e muito menos há uma divisão do espectro.

Na Argentina, que tem a lei de regulação da mídia mais avançada da região, divide-se o espectro em três tipos de gestão: a estatal, privada com fins de lucro e privada sem fins de lucro (ARGENTINA. Ley de Medios, 2009, Artigo 21), pontuando aí a diferenciação entre iniciativas privadas comerciais e iniciativas privadas sem interesse comercial, que é o caso das comunitárias. A Bolívia conceitua e divide o espectro nas mesmas categorias que os argentinos: estatal, social comunitário e comercial, mas também acrescenta uma quarta que são as iniciativas comunicacionais dos povos indígenas (BOLÍVIA. Ley General de Telecomunicaciones, 2011, Artigo 10). O Peru segue a mesma linha conceitual, porém acrescenta também outra, que seriam as iniciativas educacionais, ficando portanto: comunitária, comercial e educativa (PERU. Ley de Radio y Televisión, 2004, Artigo 9). Na Colômbia, o conceito de pública cola-se ao conceito de estatal, e diferencia essa experiência da comunicação comunitária (COLÔMBIA. Ley de Televisión, 1995, Artigo 24).

Por fim, no México, há uma divisão das concessões de acordo com os fins do uso: pública, comercial, uso social, uso privado. Sendo o uso público considerado “aos poderes da União, os Estados, os governos do Governo do Distrito Federal, os municípios, os órgãos constitucionais autônomos e as instituições de educação superior de caráter público”(MÉXICO. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014, Artigo 67). E as de uso social:

Confere o direito de prestar serviços de telecomunicações e radiodifusão com propósitos culturais, científicos, educativos e da comunidade, sem fins de lucro. São compreendidas essas categorias as concessões comunitárias e as indígenas; assim como as que outorgam a instituições de educação superior de caráter privado (MÉXICO. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014, Artigo 67. Traduzido pelos autores).

Por outro lado, o Brasil vai contra essa tendência da região, mostrando o quanto é preciso avançar nas políticas de regulação da mídia, que garantam uma comunicação plural no país. Na Constituição Federal brasileira há uma diferenciação entre os sistemas de comunicação como estatal, público e privado (Art. 223), porém não se menciona a atividade da Comunicação Comunitária. Isto porque se entende a comunicação pública, tal como as políticas tocadas no período do governo Lula e Dilma, em torno da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), financiada pelo Estado e que recebe diretamente interferência do mesmo, através da definição de orçamento, de cargos e políticas, a despeito de uma estrutura que lhe conferia relativa autonomia, mas que foi desmontada com o governo empossado de Temer. O artigo 223 mencionado foi relacionado como uma das propostas da I Conferência Nacional de Comunicação, realizada em 2009, que propõe:

Regulamentar o artigo 223 da Constituição Federal, definindo os sistemas público, privado e estatal. O primeiro deve ser entendido como aquele integrado por organizações

de caráter público geridas de maneira participativa a partir da possibilidade de acesso universal do/a cidadão/s, suas estruturas dirigentes e submetida a controle social (BRASIL, 2009).

Esta conceituação inexata aponta também para um horizonte de possibilidade de disputa pelos comunicadores comunitários, movimentos sociais e frentes pela democratização da comunicação no país, ao que se refere à formulação das legislações brasileiras quando em relação a comunicação pública. Pois se há a inexatidão das conceituação do que é a comunicação pública, é possível afirmar que o campo político da comunicação pública está em disputa, motivada pela reconhecida dificuldade em se enfrentar uma emenda constitucional para modificar o artigo impreciso da Constituição, visando alinhamento com outros países da América Latina que trabalharam suas lógicas de regulamentação a partir da composição dos três setores.

Assim, Martín Becerra aponta que os "meios públicos latino-americanos postulam um tipo de enunciação diferente a dos meios privados comerciais" (2016, p.78. Tradução dos autores), mas salienta também que

em muitos países (...) o uso dos meios estatais como propaganda governamental, no entendimento de que o poder político precisava de dispositivos próprios de comunicação frente a distorções informativas ou ataques editoriais, segundo o caso, que percebiam por parte de grandes meios privados de comunicação (idem).

Isso denota a necessidade de compreender a Comunicação Comunitária num duplo vínculo de atuar a partir de um caráter público, mas a partir de organizações privadas, que não assumem disposição comercial nem mesmo lucrativa, mas ao mesmo tempo sejam normativamente afirmadas como distintas do público-estatal / governamental e do privado-comercial / mercadológico.

Aceitar politicamente o termo Terceiro Setor contribuiria assim para minimizar o papel do Estado, na medida em que se referencia a autonomia do Mercado do modo de se relacionar com seus meios de comunicação, sendo apenas o comunitário estabelecido a partir do estabelecimento de iniciativas pautadas pela pluralidade, diversificação, participação, horizontalidade, interação e dialogicidade, atributos que deveriam ser estabelecidos a todas as concessões públicas. Ao contrário, o comunitário se enquadra em aspectos que deveriam ser regulamentados em todo o sistema de Comunicação, constituindo referência legal para a concessão de emissoras; participações na gestão, programação e produção do setor; a formação de redes; o acesso a formas de apoio, entre outros tópicos.

Por fim, reafirma-se a necessidade de pensar a Comunicação Comunitária como outra categoria. Deslocada da supervalorização do setor privado, como no caso brasileiro, mas superada e negada também a supervalorização estatal, que vê este, quase que única e exclusivamente, como o ator que implementa e cria iniciativas de interesse público. Também nega lógicas de subvalorização do Estado, como a do

Terceiro Setor, entendendo este como elemento importante na garantia do fomento e da sustentabilidade das iniciativas comunitárias de comunicação.

Conclusão

Pode-se questionar no que consistiria afinal a Comunicação Comunitária, já que nega-se aqui a lógica de seu enquadramento como Terceiro Setor. Há uma extensa discussão sobre a definição dessas experiências, mas a conceituação da professora Cicilia Peruzzo (2009, p.140) coincide com os debates do presente artigo:

Processos de comunicação constituídos no âmbito de movimentos sociais populares e comunidades de diferentes tipos. Sem fins lucrativos tem caráter educativo, cultural e mobilizatório. Envolve a participação ativa horizontal, ou seja, na produção, emissão e na recepção de conteúdo. É um canal de comunicação pertencente à comunidade ou ao movimento social.

Há um longo caminho para enfrentar o desafio de constituir as iniciativas comunitárias de comunicação como outra categoria com verdadeiro caráter público. A saída perpassa o entendimento da sociedade em outros parâmetros, entendendo-a não com as lentes da lógica hegemônica do Terceiro Setor, que subvaloriza e desmonta o caráter público do Estado, e que na realidade de fundo, mercantiliza a atividade social. Mas que entenda a sociedade como “ator gerador”, incidindo também nas formas Estado e Mercado, mas também na geração de iniciativas com caráter público e não lucrativo, a partir de grupos e organizações constitutivas da sociedade, na medida em que se trata de um importante ator, que disputa ambas categorias.

Pensar Sociedade Civil, Estado e Mercado como completamente separados é analisá-los como setores enrijecidos, objetificando-os e não concebendo diálogos entre eles. Como se o mercado não influenciasse diretamente as políticas públicas, com seus lobistas nos congressos nacionais ou deputados financiados por multinacionais; ou, até mesmo, como se a sociedade civil não gerasse pressões sociais no poder público estatal, definindo também a agenda de dado governo.

Reafirma-se aqui então a negação a utilização do termo Terceiro setor para designar a Comunicação Comunitária, pois sua utilização, como de qualquer outra palavra, não é neutra. Este carrega interesses de classe (burguesa), carga histórica de políticas públicas de privatizações, e o esvaziamento do caráter social do Estado. Nega-se também a utilização deste termo como funcional para superar uma pseudo-dicotomia privado e público, por sua constituição simplista de separação do Estado, Mercado e Sociedade Civil. Não é a adoção do termo que criaria de fato outra categoria de comunicação, mas mascararia a permissividade de iniciativas privadas de caráter local.

Defende-se então aqui a definição da constituição da Comunicação Comunitária composta pelo conjunto das organizações sociais que não se coloquem na lógica do lucro (comercial/mercadológica), nem na submissão alinhada ao governo de ocasião. Que tenha sim interesses distintos da lógica estatal e mercadológica, mas também que atue em complementaridade aos demais setores, promovendo interlocuções com ambas, em especial na divisão do espectro eletromagnético e da verba governamental.

Referências

ARGENTINA. Ley de Medios, outubro de 2009. Disponível em <<https://pt.scribd.com/doc/212536521/ARGENTINA-Ley-de-Servicios-de-Comunicacion-Audiovisual>>. Acesso em 06 set 2017.

BECERRA, Martín. Lo público, lo estatal y lo gubernamental: Desafíos de los medios públicos en América Latina. In SILVA, Juliano D. da; MORAES FILHO, Ivan. (Org.). **Sobre a mídia que queremos**: comunicação pública, direitos humanos & democracia. 1ed. Olinda: Centro de Cultura Luiz Freire, 2016.

BOLÍVIA. Ley General de Telecomunicaciones, 8 de agosto de 2011. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/212536963/BOLIVIA-Ley-General-Telecomunicaciones-Tecnologias-de-la-Informacion-y-la-Comunicacion-Ley-N-164-de-2011>>. Acesso em 06 set 2017.

BRASIL. Constituição Brasileira, 22 de setembro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>

BRITTO, Luiz Percival Leme. **Contra o consenso**: Cultura Escrita, Educação e Participação, Campinas, Mercado de Letras, 2003.

FERNANDES, Rubem Cesar. **Privado porém público**; o terceiro setor na América Latina. 2.ed.. Rio de Janeiro: Relume-Dumara, 1994.

GERMANO, Gustavo Gómez. Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y televisión comunitaria. In GUMUCIO-DAGRÓN, Alfonso y HERRERA-MILLER, Karina. **Política y legislación para la radio local en América latina**. La Paz, Plural, 2010.

MÉXICO. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014. Disponível em: <<http://www.observacom.org/mexico-ley-federal-de-telecomunicaciones-y-radiodifusion/>>. Acesso em 06 set 2017.

MONTAÑO, Carlos. **Terceiro Setor e a Questão Social**. São Paulo, Ed. Cortez, 2010.

PARAGUAY. Ley de Telecomunicaciones, 1995. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/212636022/PARAGUAY-Ley-de-Telecomunicaciones-Incluye-modificaciones-de-2011-Ley-N-642-de-1995-pdf>>. Acesso em 06 set 2017.

PERU. Ley de Radio y Televisión, 2004. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/212638888/PERU-Ley-de-Radio-y-Television>>. Acesso em 06 set 2017.

PERUZZO, Cicilia M.K. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. In **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

URUGUAY. Ley de Radiodifusión Comunitaria, 11 de diciembre de 2007. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/212639204/URUGUAY-Radiodifusion-Comunitaria-Ley-N%C2%BA18-232>>. Acesso em 06 set 2017.