

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

PESQUISADOR: Luiz Henrique Tomy Ribeiro

ORIENTADOR: Prof. Dr. Francisco Fonseca

**A LUTA PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL: AGENDA,
ATORES E IDEIAS.**

Campo de Estudo: Administração Pública

SÃO PAULO – SP

Sumário

1. Introdução	4
1.1 Apresentação do tema	4
1.2 Objetivos do trabalho	5
2. Referencial teórico	7
2.1 Democracia	7
2.2 Meios de comunicação	7
2.3 Movimento social	7
2.4 Oligopólio	8
2.5 Blog	8
2.6 Website (site)	9
2.7 Mídia alternativa	9
3. Metodologia	10
4. Contexto	11
4.1 Constituição do Brasil	11
4.2 Concentração de poder	12
4.3 Mídia alternativa x mídia tradicional	13
4.4 Movimentos sociais e a internet	15
4.5 Mídia alternativa e movimentos sociais	15
4.6 Meios de comunicação no mundo	15
5. Entidades representativas dos proprietários de Rádio e Televisão	17
5.1 ANJ	17
5.2 ABERT	17
6. Marco Regulatório da Mídia	17
6.1 Brasil	17
6.2 Argentina	20
6.3 Inglaterra	20
7. Agenda, atores e idéias	22
7.1 Entrevzes	22
7.2 Barão de Itararé	23
7.3 FNDC	23
7.4 Outras palavras	24

7.5 Observatório da imprensa	25
7.6 Meios de comunicação tradicionais	25
8. Entrevistas	27
8.1 Altamiro Borges	27
8.2 Bia Barbosa	28
9. Conclusão	33
10. Referências	35

1. Introdução

1.1 Apresentação do tema

A democracia tem como pressuposto “o poder público em público” (Bobbio) e a possibilidade de contestação política, circulação dos grupos no poder, acesso às informações e à possibilidade de expor seus pontos de vista (Dahl).

Após a segunda guerra mundial, por diversos motivos, foram se constituindo “sociedades de consumo de massa” (Hobsbawm) que se transformaram em “sociedades midiáticas” à luz do que Castells denominou de “política informacional”, em que a mídia atua como intermediadora de inúmeras relações na esfera pública, embora seja constituída por agentes privados.

A pluralidade de meios de informação, cuja propriedade seja diversa (por exemplo, tripartida em privada, estatal e comunitária, apoiada, esta, crediticiamente); cuja concentração, em quaisquer mãos, impedida; e cuja existência do direito de resposta seja amplamente institucionalizada, são fatores basilares ao próprio conceito de democracia. Isso significa dizer que se expressar e se fazer ouvir (o indivíduo e cada grupo social organizado) faz parte do conceito de democracia.

Todos esses aspectos conceituais foram historicamente contemplados, cada qual à sua maneira, nas Declarações Universais, tais como no artigo 11º da “Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão” da Revolução Francesa: “A livre comunicação dos pensamentos e opiniões é um dos direitos mais preciosos do homem: todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, embora deva responder pelo abuso dessa liberdade nos casos determinados pela lei”. Já no século XX, após a segunda guerra mundial, a “Declaração Universal dos Direitos Humanos”, em seu artigo 19º, assim define o direito à comunicação: “Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por qualquer meio de expressão”. Observa-se quão importante, historicamente, é o conceito de “acesso às informações” e de “possibilidade de se comunicar”.

Colocados esses aspectos conceituais e históricos, o problema desta pesquisa é justamente a luta de diversos grupos politicamente organizados (movimentos sociais, blogs e sites) contrários à extrema concentração – oligopolização – dos meios de comunicação no Brasil. Especificamente, essa luta se traduz na busca por uma determinada *agenda* de decisão governamental (Kingdon) quanto à chamada

democratização da mídia, o que implica analisá-la, assim como a seus *atores* (os referidos grupos organizados) e às *ideias-força* que propõem (pressupostos e objetivos).

Esse processo, no Brasil, é analisado neste trabalho entre 2008 e 2012 em razão: da consolidação institucional da democracia brasileira, sobretudo o retorno das eleições em 1989 a Constituição democrática de 1988, após, portanto, duas décadas de redemocratização; de o principal partido componente do governo federal (Partido dos Trabalhadores) ser historicamente comprometido com a democratização da mídia; de ter surgido grande número de organizações ativistas na área de comunicação (veremos uma amostra destas abaixo); e de haver maior acesso a esses grupos e às suas ideias, sobretudo por meio digital.

Por fim, é importante ressaltar que esta pesquisa é decorrência do projeto pesquisa “Colegiado” do professor Francisco Fonseca, que analisa a dinâmica do capitalismo contemporâneo e as respostas do Estado brasileiro a tais dinâmicas, especificamente como a grande mídia brasileira sustenta retoricamente a divisão de classes sociais tais como historicamente se formaram no Brasil por meio do *statu quo* informacional, que, portanto, a garante e a reafirma. Trata-se especificamente do item “g” do projeto, em que se afirma a importância de se (...) “analisar a imprensa escrita brasileira e internacional (a ser escolhida e por meio de amostragem) quanto (...) a seus efeitos na agenda (...)” (pág. 4 do projeto Colegiado).

1.2 Objetivos do trabalho

Este projeto tem por objetivo analisar os conflitos entre um conjunto de atores críticos ao modelo midiático brasileiro, especialmente blogs, sites e movimentos sociais (alguns dos quais listados abaixo), e a grande mídia, constituída pelas principais emissoras de rádio e televisão, pelos jornais e revistas e pelos grandes portais da internet.

A disputa entre ambos diz respeito, essencialmente, ao papel da mídia na sociedade brasileira relacionado aos artigos constitucionais e ao marco legal (infraconstitucional): este último inexistente, uma vez que referente ao marco regulatório, o que implica a disputa por tê-lo ou não, e de que forma. Mais ainda, implica qual *agenda* governamental relacionada à mídia deveria ser implementada por ambos os *atores* (especialmente pelos atores alternativos que vêm se proliferando nos últimos anos) e por meio de quais *ideias*, entendidas como pressupostos.

Deve-se ressaltar que se trata de intensa e histórica disputa, reavivada contemporaneamente tanto pela mídia alternativa como pelas recentes reformas no setor midiático em países como Argentina e Inglaterra, entre outros, que são objeto de comparação, até porque aparecem nos discursos contemporâneos: contrários e a favor.

2. Referencial teórico

O referencial teórico principal refere-se à questão da agenda, dos atores e das ideias, advindos da perspectiva de John Kingdon. Conceitos como “agenda setting”, “comunidades epistêmicas”, “janelas de oportunidade”, “atores visíveis e invisíveis”, “empreendedor de políticas” e outros foram utilizados como forma de compreender a luta política em questão.

Como pano de fundo, contudo, os autores citados, casos de Bobbio e Dahl (conceitos de democracia) e Castells (sociedade midiática), cada qual a seu modo, contribuem para a compreensão da luta em foco. Também Gramsci é pano de fundo, na medida em que teorizou sobre o papel dos meios de comunicação na sociedade.

Mas, para além do referencial teórico, julgamos importante definir conceitualmente um conjunto de categorias analíticas utilizadas neste trabalho, a seguir.

2.1 Democracia

É um termo originado do mundo grego que significa “regime do povo”, no qual os cidadãos contribuem com propostas, desenvolvimento e criação de leis de forma direta ou através dos representantes que foram eleitos de maneira livre. A democracia tem como uma de suas principais funções possibilitar que os direitos humanos fundamentais, como direito de ir e vir, de consciência, de expressão, de fé e de participação sejam possíveis e garantidos institucionalmente.

2.2 Meios de comunicação

Constituem instrumentos que possibilitam as pessoas de receber ou transmitir informações, ou seja, permitem que os indivíduos recebam informações que não a teriam de outro modo e, potencialmente (isto é, em tese), se comuniquem entre si. O processo de comunicação é decorrente de 3 fases: a primeira delas refere-se ao indivíduo, que tem a intenção de transmitir mensagens (emissor), a segunda é o que o emissor almeja transmitir (conteúdo da mensagem) e a terceira é quem a mensagem é destinada (receptor). Vale ressaltar que os meios de comunicação podem ser chamados de “mídia” quando esses se referem à comunicação de massa.

2.3 Movimento social

Refere-se à ação em conjunto de um grupo organizado de pessoas que tem como objetivo conseguir determinadas mudanças sociais por meio do conflito político e da

negociação, defendendo suas crenças e valores em uma certa sociedade e em um contexto particular. Além disso, tais movimentos visam a melhorar ou mudar questões referentes ao ambiente em que estão inseridos e suas ações incluem pessoas que estão em uma mesma situação, podendo ser, por exemplo, política, religiosa, econômica ou social. Com isso, o movimento estabelece identidade própria com vistas a atingir seus objetivos e a defesa de seus interesses. No Brasil houve vários desses movimentos, dos quais destacamos a Campanha das *Diretas Já* em 1984, o impeachment de Collor em 1992 e os protestos ocorridos em 2013. Todos esses movimentos revelam capacidade de organização com vistas à defesa de interesses comuns.

2.4 Oligopólio

Decorrente do grego, que significa “poucos comércios”, oligopólio constitui estrutura de mercado de concorrência imperfeita, em que uma pequena quantidade de empresas domina o mercado de certo produto ou serviço. Além disso, cada empresa leva em consideração os comportamentos, reações e efeitos que suas atitudes terão em relação aos seus concorrentes ao tomarem suas decisões. Os bens produzidos não variam muito quanto ao nível de preço, mas em outros aspectos, como a qualidade dos produtos, a imagem da marca, a fidelização do cliente etc, sim. Quanto aos consumidores, a existência de oligopólio é prejudicial devido à dificuldade da entrada de uma nova empresa no setor em que isso ocorre.

2.5 Blog

Termo inglês que, se traduzido, significa “diário da rede”, o blog é um site cuja estrutura possibilita que sejam efetuadas atualizações de maneira rápida, simples e direta, que são chamados de “artigos” ou “posts” e que são, em sua maioria, organizados de maneira cronológica. Alguns blogs funcionam como diários online e outros divulgam notícias e comentários sobre determinados assuntos. Em geral, um blog é composto por textos, imagens e links de outras páginas e blogs que abrangem assuntos similares. Além disso, diversos blogs possibilitam que seus leitores enviem comentários de modo que possam interagir uns com os outros e com o próprio autor do blog.

2.6 Website (site)

Decorrente da junção das palavras inglesas web (rede) e site (lugar), website ou site constitui uma página ou um conjunto de páginas que está relacionado entre si na internet e em um certo endereço. Existem várias formas de sites, como sites pessoais, de informação, institucionais, comunitários, entre outros. Com isso, cada um deles possui um objetivo e um público alvo a que se pretende atingir e passar suas informações. Além disso, podem conter textos, animações, imagens e sons.

2.7 Mídia alternativa

Constitui um grupo de meios de comunicação que se opõe a uma hegemonia existente ou a uma posição política dominante, por vezes repressora. Como muitas pessoas estavam insatisfeitas com os canais de comunicação, por motivos diversos, a mídia alternativa foi criada para possibilitar outra maneira de comunicação a um custo muito baixo e com equipamentos acessíveis, principalmente a internet, as rádios comunitárias, pequenos jornais, entre outras. Nesses meios, há vários assuntos e questões que são analisados sob outros prismas. Historicamente, no Brasil, esse tipo de mídia existe desde o Período Colonial, onde a coroa portuguesa proibia a imprensa de publicar manuscritos; contudo eram produzidos: na Abdicação de Dom Pedro I, na maioria de Dom Pedro II, na Proclamação da República de 1889, na ditadura de Getúlio Vargas, no Regime Militar de 1964 e nos dias de hoje (isto é, mesmo na democracia), como podem ser vistos no extenso número de blogs, sites e movimentos alternativos existentes na sociedade atual.

3. Metodologia

A pesquisa abrangeu diversas fontes de pesquisa para elucidar o estudo e não somente a leitura de bibliografias pertinentes ao tema. Foi, também, efetuada análise de como os principais órgãos de comunicação (grande mídia) estão posicionados em relação à “pluralidade” da mídia. Além disso, foi realizado levantamento e análise de sites, blogs e movimentos sociais que buscam discutir e transmitir informações distintas (alternativas) da grande mídia.

Outro aspecto relevante baseia-se em duas entrevistas que foram realizadas com ativistas da mídia alternativa para buscar informações e esclarecer certos assuntos a respeito de seus objetivos, como buscam atingi-los, principais entraves que dificultam suas atividades, quem os apoia e quem os critica, suas ideias, entre outras questões que foram elaboradas e efetuadas com o intuito de abranger informações relevantes para o projeto.

Foi analisada, também, a Constituição brasileira no que tange ao processo de comunicação do país para ver se o que ocorre no Brasil realmente é o que está escrito e evidenciado na Constituição. Além disso, foi analisado o projeto do ex-ministro Franklin Martins acerca de um “marco regulatório da mídia”.

Assim, essas fontes, estudos e análises desses dados serviram como fundamento a este trabalho.

4. Contexto

4.1 Constituição do Brasil

Outorgada em 1988, a Constituição brasileira foi criada com o objetivo de garantir direitos aos cidadãos, como a liberdade de expressão. As normas e princípios da Carta Magna impossibilitaram a censura do Estado em relação à mídia, uma vez que assegura que não haja ameaças à “liberdade de expressão”. Essa questão, no entanto, se contradiz, pois existe “controle” que ocasiona censura, mas não pelo Estado, e sim pelo oligopólio de setores privados. Isso afronta de maneira direta seu artigo 220, que proíbe a formação direta ou indireta de oligopólio nos meios sociais de comunicação. Grande parte das normas que iria contribuir para a democratização do setor de comunicações não foi regulamentada até os dias de hoje e isso ocorre por diversos fatores; um deles é o lobby que nos últimos 25 anos pressiona senadores e deputados para que essas normas não sejam regulamentadas. Desse modo, não há o cumprimento das mesmas, o que acentua a concentração da mídia nas mãos de poucos indivíduos.

A Constituição Federal do Brasil, em seus artigos 220, 221 e 222 referem-se à liberdade de expressão e informação que deveria existir na sociedade brasileira. Em seu artigo 220 é destacada a proibição à censura de caráter político, artístico e ideológico, assim como a proibição de formação de monopólio ou oligopólio nos meios de comunicação social, dentre outras questões.

No artigo 221 são evidenciados os princípios que as emissoras de rádio e TV têm de levar em consideração ao produzirem seus programas. Outra questão é a de que essas empresas têm de dar preferência às programações que contenham assuntos que contribuam para a sociedade, como educação, cultura, artes e notícias. No entanto, promover a cultura não é algo que a grande mídia faz, pois, além de exibir majoritariamente programas de entretenimento que não enriquecem cultural e educacionalmente o cidadão comum, são exibidas informações em grande parte distorcidas. É transmitido o que é de interesse da emissora, isto é, enquadra-se a notícia de acordo com certos interesses, notadamente de anunciantes, entre outros. Assim, as informações em larga medida são distorcidas ou ocultadas, o que implica a maioria da população ter acesso a conteúdos manipulados. O processo de manipulação envolve: priorizar um dos lados; selecionar o que é veiculado – e como – e o que é ocultado; transmitir a ideia de neutralidade quando se apoia causas, facções, lados e partidos; não informar todos os pressupostos, características e implicações de um fenômeno jornalístico etc.

Por fim, o artigo 222 trata da questão de como as empresas jornalísticas e de radiodifusão devem ser compostas, como por exemplo o aporte do capital, que deve ser composto por pelo menos setenta por cento por pessoas com nacionalidade brasileira ou naturalizada. No entanto, para além da propriedade, os meios de comunicação no Brasil, em sua maioria, distorcem as informações transmitidas à sociedade. Nesse sentido, há vozes que defendem que, se essas empresas fossem constituídas por capital estrangeiro, esse controle potencialmente não existiria e as informações seriam transmitidas de mais verdadeira, sem os interesses políticos dos que atualmente estão à frente dessas instituições. Mas são vozes minoritárias que defendem essa posição.

4.2 Concentração de poder

Apesar do avanço da internet, a televisão aberta é o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, tanto para informação como para entretenimento. De acordo com uma pesquisa realizada pela Fundação Perseu Abramo, 94% dos brasileiros veem TV, sendo que 82% diariamente, sendo a principal fonte de informação e entretenimento. Essa pesquisa, de caráter nacional, concluiu que 57% dos brasileiros leem jornais, mas 46,2% deles leem jornais do bairro ou da cidade que residem. Em relação às revistas, 76% leem esse meio de comunicação, sendo quem 50,2% desse público leem a revista Veja.

Já em relação às redes sociais, o Facebook abrange 38,4% dos brasileiros e o Twitter 25,5%. Ainda na internet, seis em cada dez entrevistados afirmaram buscar informações nos sites Globo, Terra e UOL. Ainda com base nessa pesquisa, apenas 7,8% acreditavam que esses meios de comunicação defendiam os interesses dos indivíduos ou da sociedade. Para 34,9% esses meios defendiam os interesses dos próprios donos e para 31,5% a mídia defende os interesses das pessoas que possuem mais dinheiro, e 20,6% acreditavam que a grande mídia defendia os interesses dos políticos.

A grande mídia, portanto, está concentrada nas mãos de poucas famílias: Abrevanel (SBT), Civita (Editora Abril), Frias (Folha de S. Paulo), Mesquita (Estado de S. Paulo), Marinho (Organizações Globo) e Saad (Rede Bandeirantes). O mercado de televisão aberta, de acordo com uma pesquisa realizada pelos “Donos da Mídia”, é dominado pela Rede Globo, SBT, Record, Band, Rede TV e CNT que, juntos, dominam 138 dos 668 meios de comunicação, como TVs, rádios e jornais, além de 92% da rede televisiva.

Desse modo, fica evidente a presença de oligopólio que detém o poder dos meios de comunicação no Brasil.

4.3 Mídia alternativa x mídia tradicional

A mídia alternativa analisa assuntos que a mídia tradicional, em sua maioria, ignora ou enquadra numa perspectiva conservadora. É através da mídia alternativa que é possível fazer com que indivíduos se expressem e consigam divulgar informações que não conseguiriam de outra maneira.

A grande mídia abrange temas como consumismo, mercado, desigualdade social, entre outros, como algo comum, natural de existir nas sociedades atuais; em contraste, informações que vão contra isso são condenadas e marginalizadas por esse oligopólio. Essa concentração dos meios de comunicação faz com que sejam divulgados assuntos que privilegiem grupos sociais específicos, o que compromete os assuntos que são divulgados para a sociedade como um todo. Por sua vez, a mídia alternativa concede maior atenção aos grupos mais vulneráveis, que, portanto, não estão próximos dos meios de comunicação. Ela possibilita que temas desprezados ou esquecidos da grande mídia sejam colocados em evidência.

São diversos os fatores que exercem influência aos jornalistas para escreverem e divulgarem uma informação, como as normas sociais e valores presentes na sociedade, pressões e constrangimentos das organizações midiáticas e de interesses dos grupos dominantes, entre outros. Assim, a influência dos que possuem o poder dos meios de comunicação potencialmente distorce a complexidade do que realmente deveria ser transmitido quanto à pluralidade de questões envolvidas.

A mídia tradicional pode divulgar assuntos discutidos pela mídia alternativa, mas sem ter como objetivo proporcionar ou incentivar a transformação social, diferente do que ocorre com a mídia alternativa. Esta tem como intuito que transformações sociais sejam atingidas, assim como a luta por direitos, a conscientização política, entre outros. Além disso, busca mostrar algumas atitudes que podem ser realizadas para modificar a realidade ao tentar mostrar caminhos de como tornar isso possível. É relevante ressaltar que os temas divulgados e os caminhos propostos são atitudes que visam contribuir para os interesses e ideais dos movimentos sociais, buscando sempre contribuir em favor da sociedade numa direção normalmente popular.

2013

As manifestações sociais que ocorreram em 2013 contra a corrupção, grandes gastos efetuados para a realização da Copa do Mundo de 2014, a falta de investimentos em saúde, educação, entre outros, demonstraram como a mídia tradicional e a alternativa concebem e atuam a respeito de um mesmo assunto. Primeiramente, depois de iniciados os protestos a grande mídia e algumas autoridades públicas condenaram as manifestações e eram a favor de forte repressão. Na medida em que os protestos foram se estendendo e ganhando repercussão, alteraram a forma de agir em resposta aos movimentos. A grande mídia passou a transmitir os fatos de forma mais ampla e plural, como se não tivesse nada a ver com o que ocorria.

A mídia alternativa, como a Mídia Ninja, por sua vez, transmitiu ao vivo e fez descrição do que acontecia nos protestos, assim como o site PósTV, que divulgou vídeos ao vivo e sem modificações. Essa cobertura em tempo real fez que o grupo Mídia Ninja fosse chamado de “mídia social das manifestações no Brasil”, pelo blog América Latina do renomado jornal francês Le Monde Diplomatique.

Esse “sucesso” da mídia alternativa ocorreu principalmente pelo fato de a população querer saber o que ocorria nas ruas e precisava de uma cobertura mais próxima aos protestos, o que não foi realizado pela mídia tradicional, e sim pela mídia alternativa. As manifestações foram organizadas por meio das redes sociais, ou seja, por um meio da comunicação não ligada a grande mídia. Além disso, a maioria dos indivíduos presentes nessas manifestações era composta por jovens, o que evidencia o uso das redes sociais para se informar e não meios de comunicação relacionados à grande mídia. Os manifestantes alegaram que não tinham espaço para se expressar e terem seus pensamentos ouvidos; afinal, o controle do acesso ao debate público é exercido pela grande mídia, ou seja, e ela que detém as vozes que realmente são ouvidas.

Desse modo, é razoável que o governo ofereça à mídia alternativa apoio similar ao que é oferecido à mídia tradicional (concessão, crédito etc) e, com isso, amplie a liberdade de expressão no Brasil. Em um momento como esse, de protestos, é fundamental a presença de meios de comunicação diversos da mídia comercial que vigora no país para que os cidadãos tenham real noção do que acontece e, desse modo, consigam escolher um lado, ter uma opinião. Se a mídia alternativa fosse mais forte essas manifestações poderiam ter tomado amplitude maior.

4.4 Movimentos sociais e a internet

Pela facilidade de acesso, custo reduzido e capacidade de atingir número significativo de pessoas, a internet se tornou relevante meio de comunicação nos últimos anos e, com isso, os movimentos sociais passaram a utilizá-la como forma de organizar e divulgar informações. É a partir dela e da mídia que esses movimentos conseguem alcançar os indivíduos capazes de aderir a seus valores e, assim, atingir consciência quanto a questões públicas. A internet oferece uma base de dados que possibilita que os movimentos sociais busquem o desenvolvimento de uma nova sociedade, pois se torna um instrumento de transformação social (CASTELLS). Além disso, devido ao fato de a grande mídia agravar os problemas sociais causados, em grande parte, pela globalização (tais como a exclusão do conhecimento), diversos tipos de mídia alternativa surgiram na internet, sendo alguns inspirados em movimentos antiglobalização, como o Fórum Social Mundial.

4.5 Mídia alternativa e movimentos sociais

De acordo com ATTON, o relacionamento da mídia alternativa com os movimentos sociais possibilita um processo de comunicação alternativa que, por sua vez, tem o objetivo de promover diferentes tipos de mudanças sociais. Esse tipo de mídia busca modificar a elevada desigualdade social, cultural e econômica fazendo com que a pessoa não seja um objeto manipulável, mas um indivíduo capaz de realizar-se como pessoa, como ser humano. Essa mudança social tem como base envolver os cidadãos nos seus movimentos e torná-los mais conscientes da realidade em que vivem. Por possibilitar que os indivíduos criem uma consciência política por meio de informações amplas, a mídia alternativa é a mídia dos movimentos sociais.

Além disso, com o crescimento de forma acentuada de movimentos sociais nos anos 1990 e o uso da mídia alternativa como mecanismo de divulgação de suas atitudes, foi criado por ATTON o conceito de “esfera pública alternativa”, que consiste em instituições que trabalham em conjunto com os cidadãos e permitem aos mesmos interagirem em debates que discutem questões políticas e sociais independentemente do Estado.

4.6 Meios de comunicação no mundo

Em 1980 foi elaborado o Relatório MacBride (“Um Mundo e Muitas Vozes”) pela UNESCO com o intuito de estudar os problemas relacionados à comunicação no

mundo, principalmente o relacionamento entre a comunicação de massa e a imprensa internacional. Entre esses entraves estavam a comercialização e acesso desigual à informação e, também, a concentração da mídia. Nesse documento constavam propostas como a maior democratização da comunicação para que fossem expressos pontos de vista de uma grande variedade de minorias sociais e culturais. No entanto, após o Relatório ter adquirido grande apoio de diversos países, os Estados Unidos e o Reino Unido condenaram o documento como sendo um ataque à liberdade de imprensa e à doutrina do livre fluxo de informação. Os dois países saíram da UNESCO, o que suspendeu 30% do financiamento da organização.

Nota-se, portanto, que a concentração dos meios de comunicação não se restringe ao Brasil e uma maior democratização da comunicação enfrenta grandes barreiras em diversos pontos do mundo.

5. Entidades representativas dos proprietários de Rádio e Televisão no Brasil

5.1 ANJ

A Associação Nacional de Jornais (ANJ) tem como objetivo auxiliar o desenvolvimento da mídia jornal e representá-la na defesa de seus interesses. Sua missão constitui na defesa da uma concepção de “liberdade de expressão” – notadamente referente à não regulação do Estado nas regras da informação –, da “livre iniciativa”, entre outros.

O Programa de “Defesa da Liberdade de Imprensa”, criado por essa organização na segunda metade da década de 1990, teve como função desenvolver mecanismos que garantissem sua visão da “liberdade de imprensa”, denunciando crimes cometidos contra os jornais com a finalidade de fazer predominar a “liberdade de imprensa” sob o ponto de vista patronal dos proprietários dos jornais. A ANJ estimula, nesse sentido, que os profissionais de comunicação denunciem para a organização assuntos relacionados a ameaças, mortes e agressões a jornalistas.

Nota-se, portanto, que a organização visa a combater os crimes praticadas contra os profissionais da área, e sobretudo uma concepção de liberdade sem qualquer regra. Assim, basta observar as informações que circulam na sociedade brasileira para constatar que ainda há muito o que se fazer para que as notícias sejam transmitidas de maneira plural, sem que seu conteúdo seja alterado para atender aos interesses dos donos dos meios de comunicação.

5.2 ABERT

A Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) tem como objetivo central defender a “liberdade de expressão” do ponto de vista dos interesses das emissoras de radiodifusão. Vale destacar que cerca de 3000 emissoras de rádio e TV que são filiadas à ABERT, que, por sua vez, se opõe vigorosamente a qualquer regulação democrática dos meios áudio/visuais, tais como ocorrem, por exemplo, em países democráticos como a França.

6. Marco Regulatório da Mídia

6.1 Brasil

Marco regulatório é composto por normas e leis cujo objetivo consiste em regulamentar o funcionamento dos setores em que as instituições privadas prestam serviços de caráter público. Assim, o marco regulatório dos meios de comunicação

proporciona melhor gerenciamento, transparência e controle democrático das informações que são transmitidas.

Em razão de a grande mídia transmitir seletiva e parcialmente informações, é fundamental implementar esse marco para que as informações passem a ser transmitidas de maneira plural. O marco regulatório deve garantir o direito à comunicação e à liberdade de expressão dos indivíduos que compõem a sociedade, além de permitir diferentes pontos de vista a respeito das informações transmitidas. As pessoas conseguiriam se expressar de maneira livre, independentemente da classe social, religião, cultura, raça, sexo, partido político, entre outros. Esse fato é um dos princípios básicos de um sistema democrático, no qual o direito à liberdade de expressão deve ser exercido por quem queira e não somente pelos poucos que detêm o controle dos meios de comunicação. Só assim haveria ampliação de acesso às informações e diferentes pontos de vista a respeito dos fatos que são transmitidos. Isso é relevante, pois com visões divergentes a respeito dos fatos é que o indivíduo consegue refletir a respeito e formar sua própria opinião, o que fortifica seu caráter.

A imprensa do país há décadas passa por grave crise de credibilidade. Grande parte dos cidadãos brasileiros não confia no que lhes é transmitido pela grande mídia, pois, de modo geral, sabem que há manipulação, mesmo que esta se dê por meios sofisticados. Essa questão é exemplificada pela Rosane Bertotti, coordenadora do Fórum Nacional para a Democratização da Comunicação (FNDC), ao afirmar que, se não houver regulamentação que garanta a liberdade de expressão, vence “a lei de mercado”, isto é, do mais forte (ver, nesse sentido, o vídeo “Levante sua voz”, produzido pelo Coletivo Intervozes: www.intervozes.com.br). Assim, é necessário que a produção, distribuição e acesso às informações sejam democratizados para que essa concentração de poder não fique restrita somente aos donos dos meios de comunicação.

Além disso, os países chamados “desenvolvidos” que possuem a democracia como forma de governo mais consolidada, tais como França, Alemanha e Inglaterra criaram seus marcos regulatórios para a área de comunicação. Isso possibilitou maior liberdade de expressão para as diferentes classes sociais. Outro aspecto relevante é que, nesses países, além de existirem leis há também instituições cujo objetivo é regulamentar o setor de comunicação. A Relatoria Especial para a Liberdade de Expressão da Organização dos Estados Americanos evidencia que o Estado possui o papel de promover a diversidade e pluralidade da radiodifusão.

Segundo Rosane Bertotti, e também de acordo com Franklin Martins (ex-ministro da Secretaria de Comunicação Social e formulador do Marco Regulatório brasileiro que está parado no Ministério das Comunicações), é preciso que a sociedade se mobilize e compreenda a necessidade de implementação de um marco regulatório da mídia, uma vez que fortalecesse a democracia. A maioria dos indivíduos não possui conhecimento a respeito da implementação de um marco regulatório; portanto, o conhecimento da maioria a respeito do assunto contribuiria para a criação desse marco regulatório. No entanto, é de extrema importância que haja vontade política para que essa questão seja concretizada. Além disso, para Franklin Martins o desfecho ocorreria com um possível acordo entre as empresas de telecomunicações e as de radiodifusão por meio de um debate aberto em que a sociedade participaria. Vale ressaltar que, atualmente, o projeto do marco regulatório está sob comando de Paulo Bernardo, atual ministro das Comunicações, e sem perspectivas de aprovação.

Além disso, também é preciso a aprovação do marco regulatório em razão de a legislação brasileira referente ao setor de comunicação ser arcaica e defasada, não estando, portanto, de acordo com os padrões internacionais de “liberdade de expressão”, entendida como liberdade de e para todos, e não apenas dos proprietários dos meios de comunicação, como vige hoje no Brasil. Outro fator consiste na falta do cumprimento das leis presentes na Constituição do país, que até hoje o que está escrito com relação aos meios de comunicação não é cumprido. Desse modo, a falta de regulamentação só contribui para que a liberdade de expressão não seja exercida pela população, prevalecendo, portanto, a concentração de poder nas mãos de poucos indivíduos.

A falta desse marco regulatório faz prevalecer o controle do setor pelas poucas empresas (11 famílias, segundo o “Coletivo Intervezes” e o site “Os Donos da Mídia”) e isso impede a pluralidade das informações transmitidas, que implicam pontos de vistas diversos acerca dos assuntos públicos. Essa questão dificulta a liberdade de expressão, o direito à comunicação e, além de afrontar a Constituição brasileira, não faz parte de uma democracia. Por isso a importância da criação desse marco e do papel da mídia alternativa, cujo objetivo é transmitir as informações de forma ampla e plural, sem uma visão unilateral, além de fomentar pontos de vistas, inclusive estéticos, diferentes sobre assuntos também distintos.

6.2 Argentina

Após décadas de tentativas, a Argentina implementou em 2009 a Ley de Medios, que possibilitou a democratização dos meios de comunicação no país. Esse fato comprova que o sistema democrático argentino venceu as empresas que até aquele momento detinha o poder dos meios de comunicação. Além disso, a aprovação dessa lei evidencia o reconhecimento das reivindicações históricas advindas dos meios sociais argentinos e demonstra que é possível democratizar a forma como os meios de comunicação são constituídos. A proposta foi encadeada tendo como paradigma os regimentos e normas internacionais sobre direito à comunicação estipulados pelas Nações Unidas (particularmente a Unesco), além de leis em favor da pluralidade da mídia em diversos países.

Os movimentos sociais, juntamente com as centrais sindicais, universidades e organizações políticas não-governamentais apoiaram o Governo Kirshner na aprovação da Ley de Medios na Argentina. Reservou-se espaço de 33% da mídia para organizações sem fins lucrativos, além de espaço para canais universitários, entre outros. Isso evidencia que a comunicação deixou de ser apenas um negócio, mas também um serviço voltado aos interesses da população. A lógica da lei é a tripartição da mídia entre mercado, Estado e organizações comunitárias.

Desse modo, a comunicação argentina passou a ser exercida de maneira democrática, uma vez que as informações não estão mais concentradas nos detentores privados dos meios de comunicação.

6.3 Inglaterra

O marco regulatório da Inglaterra consiste em punir severamente veículos de comunicação que desrespeitarem direito, tais como a privacidade do cidadão. Esse novo marco estabelece multas de até um milhão de libras e obriga os periódicos a pedir desculpas em público se houver prática de abusos na divulgação de informações.

Até 2013 a punição mais dura havia sido imposta a Rupert Murdoch, que comandava empresas como a News of the World, da News Corporation (segundo grupo midiático do mundo). As empresas deste grupo grampeavam de forma ilegal telefones e celulares de celebridades, da realeza britânica, dos políticos e até mesmo de cidadãos comuns com o objetivo de conseguir notícias e informações sobre elas, o que é um crime contra a privacidade.

Em razão disso, no ano passado Murdoch diminuiu sua influência no grupo News Corporatation, tendo vendido 1 milhão de ações da empresa. Além disso, em fevereiro de 2013 seis diretores do News of the World haviam sido presos.

Nota-se, portanto, que o marco regulatório pune severamente os responsáveis por afrontar princípios básicos como o direito à privacidade, entre outros. O Brasil está muito longe de conseguir algo parecido, visto que não é nem cumprido o que está escrito na Constituição, caso da pluralidade, do espaço de apenas 25% para propaganda na programação e de conteúdos prioritariamente voltados à promoção da cidadania.

7. Agenda, atores e ideias

Há diversos sites e blogs alternativos que visam a combater a concentração que existe nos meios de comunicação do país, simultaneamente à cobertura e análise dos fenômenos sociais sob outros pontos de vista. Abaixo serão elencados alguns deles, cujo objetivo principal consiste na liberdade e direito à comunicação, que são princípios básicos e essenciais em países que utilizam a democracia como forma de governo.

Deve-se notar que a teoria de J. Kingdon ilumina essa discussão ao analisar a questão dos aspectos fundantes da introdução da “agenda”, notadamente da agenda governamental. Quanto aos atores, referem-se à formação de um campo, próximos de comunidades epistêmicas, caso das universidades e centros de pesquisas.

Vejamos então o papel de alguns desses atores.

7.1 Intervenções

O Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social, composto por ativistas e profissionais que atuam nas áreas de comunicação social, artes, direito, entre outras, e em ações locais e nacionais, é uma organização que visa a promover o direito das pessoas ao direito de comunicação no país. Para isso, trabalha com o objetivo de possibilitar que o direito de liberdade de expressão dos indivíduos seja exercido em uma sociedade cuja forma de governo seja a democracia. A organização apoia a instituição de um marco regulatório que tenha o interesse público como alvo e que proteja o direito de comunicação efetiva das pessoas. Procura, também, solidificar os movimentos sociais divulgando e compartilhando seus interesses. Além disso, a organização visa a fortalecer a comunicação de todas as classes sociais para que as ideias e conteúdos transmitidos na mídia sejam diversificados e divulgados de maneira democrática.

A organização acompanha e monitora as ações dos três poderes (Legislativo, Executivo e Judiciário), além de empresas públicas, privadas e as instituições que prestam serviços de comunicação. Visa, também, a mover pessoas, outras organizações, sites, movimentos sociais, para participar de debates e promover materiais que contenham temas que visem a proteger o direito de comunicação dos indivíduos. Além disso, o Intervenções denuncia, não só para instituições do Brasil mas também para órgãos internacionais, as violações referentes ao direito de comunicação das pessoas.

Alguns dos projetos da organização são: Oficinas Formativas Liberdade de Expressão e Direito à Comunicação, Ciclo de Formação Mídia e Educação em Direitos Humanos, Observatório do Direito à Comunicação, Indicadores UNESCO de desenvolvimento da mídia, Freenet, Direitos de resposta etc.

7.2 Barão de Itararé

Barão de Itararé é o pseudônimo do falecido jornalista Aparício Torelli, que é considerado uma das pessoas que criaram a forma de jornalismo alternativo no Brasil. Assim, o “Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé” visa a democratizar o sistema de comunicação para que a diversidade e a pluralidade da mídia sejam exercidas.

Entre os objetivos da organização estão contribuir com a militância da luta pela democratização dos direitos à comunicação, ajudar no desenvolvimento da regulamentação do setor, fortalecer os fóruns existentes que atuam com esse tema, incentivar e ajudar blogs, sites alternativos, tvs e rádios comunitárias. Além disso, o Barão de Itararé busca investir nos jovens e ativistas sociais que compõem a imprensa juvenil e sindical.

A organização procura, também, avançar nos estudos sobre a função dos meios de comunicação na sociedade brasileira. A organização busca desenvolver estudos a respeito da nova realidade da comunicação no país, na qual, de um lado, existe a concentração do setor de comunicação e, de outro, o surgimento de sites, blogs e movimentos sociais alternativos.

7.3 FNDC

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) consiste em um conjunto de instituições que visa a democratizar os meios de comunicação do Brasil. Com mais de 20 anos de atuação, o FNDC participou de diversas lutas políticas com o intuito de promover a reforma na Lei de Imprensa, a criação do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional (CCS), entre outras. Além disso, criou “Os Donos da Mídia”, um site que mostra como os meios de comunicação estão distribuídos hoje no país.

Esse fórum criou a campanha “Para Expressar a Liberdade”, que denuncia a concentração da mídia e a falta de diversidade dos meios de comunicação do Brasil. O FNDC também defendeu a aprovação de um Marco Civil da Internet e possui como principal fator a “Lei da Mídia Democrática”, que é um projeto de lei com iniciativa da população (projeto popular) para regulamentar o setor de rádio e televisão do país. É relevante ressaltar que essa Lei possui milhares de assinaturas e leva para as ruas o debate sobre o direito de liberdade de expressão dos indivíduos.

7.4 Site Outras Palavras

O site “Outras Palavras” foi criado em 2009 e se constitui em exemplo significativo a respeito da questão do direito à comunicação e da mídia livre. O site engloba assuntos tangentes à cultura política democrática e aos movimentos que procuram atingir seus objetivos fazendo campanha nas ruas e nos fóruns de deliberação. Após um ano de existência, o site já ganhava o prêmio “Ponto de Mídias Livres”, do Ministério da Cultura.

Além dessa questão, o “Outras Palavras” questiona aspectos presentes na sociedade contemporânea, como a busca incessante de lucro que as empresas visam no sistema capitalista atual, notadamente na mídia, a crítica a concentração de poder em diversos âmbitos, entre outras.

O site busca, portanto, empenhar-se na diversificação das estruturas do jornalismo no Brasil, desenvolvendo projetos paralelos aos da grande mídia. Entre eles estão os projetos “Uma rede de colaboradores cada vez mais vasta”, “Escola Livre de Comunicação Compartilhada”, “Outros Livros ampliada”.

O projeto “Uma rede de colaboradores cada vez mais vasta” constitui na produção e desenvolvimento de informações a respeito de redes não-mercantis de contribuintes, ou seja, em um grupo de indivíduos que acompanha e escreve sobre diversos temas, tanto do país como de questões mundiais. Entre esses assuntos estão: globalização, movimentos sociais, segurança alimentar, política, economia, meio ambiente, literatura, cinema, entre outros. O projeto procura atrair os cidadãos por meio de formas inovadoras de colaboração, contribuindo para o desenvolvimento de jovens estudantes e recém formados a respeito do tema.

Já o projeto “Escola Livre de Educação Compartilhada” elabora seminários com o intuito de proporcionar aos participantes debates a respeito dos assuntos produzidos ao longo da semana. Além disso, existe a participação de jornalistas convidados que contribuem com as discussões, evidenciando aspectos considerados relevantes no dia a dia de sua profissão.

Por fim, “Outros Livros” é a livraria online do site Outras Palavras e tem como principal característica tratar de assuntos relevantes com uma visão crítica. Entre esses temas estão os principais problemas que a sociedade brasileira enfrenta atualmente, tais como cultura, comunicação, antropologia, política, sociologia, entre outros, e também formas alternativas de contorná-los.

7.5 Observatório da imprensa

O Observatório da Imprensa é uma organização que busca acompanhar o desempenho da mídia no Brasil. Criada em 1996, é um portal que tem por objetivo analisar a mídia brasileira de maneira crítica. A partir de 1998 utilizou da televisão (TV Cultura de São Paulo e TVE do Rio de Janeiro), num programa com o nome da própria organização, para analisar criticamente a imprensa. Posteriormente, também foi criado um programa de rádio transmitido diariamente em São Paulo, Rio de Janeiro e em Brasília.

Pela concentração a que os meios de comunicação estão submetidos no país, o Observatório da Imprensa procura proporcionar aos cidadãos a crítica da mídia como um todo, uma vez que se trata (rádio e tv) de concessões públicas. O Observatório da Imprensa entende que as pessoas devem possuir direito à informação e à comunicação, o implica discutir o *modus operandi* da mídia no país. A organização visa, portanto, ser a mediadora entre os indivíduos e os detentores dos meios de comunicação no sentido de expor sua atuação. Vale ressaltar que o Observatório visa ser referência e um espelho para que outros grupos façam o mesmo.

7.6 Meios de comunicação tradicionais

A agenda da grande mídia é pautada, em sua programação, pelo entretenimento, pela notícia como espetáculo, pela fugacidade e atratividade comercial das notícias. Essa espetacularização abarca inclusive a política e o cotidiano. No caso deste, refere-se a temas que abrangem tragédias humanas, que são exploradas comercialmente. Lembrando alguns deles: o caso da família Richthofen de 2002, do menino João Hélio em 2007, da menina Isabella Nardoni em 2008, do incêndio na boate Kiss em 2013, entre outros. Esses assuntos são divulgados e transmitidos pelos meios de comunicação de maneira intensa de modo que não se fale de outros tema nem se aborde perspectivas distintas e críticas. Isso é prejudicial, pois outros assuntos relevantes são ocultados.

Com essa forma de operar da mídia, esses veículos transmitem conteúdos seletivos e com vinculações comerciais, isto é, obter audiência a qualquer custo, direcionando os cidadãos a um modo específico de pensar, “enquadrando-os” na lógica midiático/mercantil, tal como analisado por Castells e, quanto à agenda, por Kingdon. Vale ressaltar que esses assuntos a respeito de tragédias circulam na mídia de maneira intensa e depois simplesmente desaparecem, deixando espaço para que um outro similar ganhe destaque. Os detentores dos meios de comunicação escolhem o que a sociedade

deve e o que não deve pensar (assistir, ouvir, ler), possibilitando que determinado assunto fique em destaque pelo período que lhes for conveniente, em termos político/ideológicos e comerciais, e que outros temas caiam rapidamente no esquecimento dos indivíduos. Trata-se da referida seletividade das coberturas.

Quando não há grandes tragédias ou comoções, os assuntos transmitidos, particularmente na televisão, são potencialmente os mesmos: um misto de notícias superficiais e por vezes supérfluas com entretenimento. Os programas são, em sua maioria, compostos por diversas formas de entretenimento para alcançar o maior número de pessoas e, com isso, ter grande audiência, reitere-se. Com essa acentuada audiência, o lucro das empresas detentoras cresce. Assim, assuntos que deveriam ser prioritários, como educação, cultura, e outros e que acrescentem e agreguem conhecimento ao cidadão não são transmitidos. Afinal, esses assuntos não atraem a atenção da grande maioria da população justamente porque as pessoas são moldadas para não pensarem criticamente; então não proporcionam audiência aos programas com conteúdo. Aliás, sequer há investimento na ludicidade desses programas. Dessa forma, sem audiência elevada as empresas não possuem lucro, fazendo, portanto, que se mantenham os programas de entretenimento que não irão acrescentar nada ao desenvolvimento do cidadão, mas que propiciam ganho financeiro aos seus detentores. Vale ressaltar que isso afronta a Constituição do Brasil em seu artigo 221, uma vez que demarca o conteúdo cidadão que as emissoras de rádio e TV deveriam levar em consideração ao produzirem seus programas, para além, portanto, da lógica de mercado.

A chamada “opinião pública” é, dessa forma, facilmente moldada e, nesse sentido, manipulada; por isso a importância dos meios de comunicação alternativos para divulgar assuntos relevantes que não foram priorizados pela grande mídia, ou lembrar aqueles que foram “esquecidos” pelos principais meios de comunicação do país, ou ainda para analisar fenômenos por outros ângulos. Desse modo, é possível que as pessoas fiquem mais atentas às informações divulgadas pela grande mídia e que procurem buscar informações em outros lugares para que não fiquem presos aos assuntos que ela propõe. Portanto, a situação do cenário midiático brasileiro é catastrófica e precisa ser mudada, em nome da democracia, para que questões relevantes e que façam parte dos interesses coletivos sejam divulgadas e priorizadas pelos meios de comunicação.

8. Entrevistas

8.1 Altamiro Borges

Altamiro Borges é jornalista, membro do Comitê Central do PCdoB, editor da revista Debate Sindical e organizador do livro “Para entender e combater a Alca” (Editora Anita Garibaldi, 2002). É o coordenador do Site Barão de Itararé. A entrevista foi realizada por telefone.

Como você observa a disputa de agenda entre a grande mídia e a mídia alternativa?

Existe uma disputa que é totalmente assimétrica. A grande mídia, constituída principalmente por 7 famílias, possui poder significativo na sociedade brasileira. Ela tem grandes recursos, grandes equipes, equipamentos poderosos, o que influencia muito a sociedade. Por outro lado, a mídia alternativa é muito pequena e na internet, por exemplo, é um ato quase que individual. Portanto, a mídia alternativa incomoda, cria um certo contraponto, mas evidentemente essa disputa é muito desproporcional. Ela não tem equipe e nem recursos.

O que deveria ser um marco legal?

Um marco legal seria algo que respeitasse o que está escrito na Constituição, eu ficaria satisfeito se simplesmente fosse regulamentado o que está na Constituição. Além disso, deveria existir uma regra similar a que existe nos Estados Unidos, onde é proibido uma empresa possuir, ao mesmo tempo, mais de um tipo de veículo de comunicação. Por exemplo, uma empresa não poderia ter jornal, revista e rádio ao mesmo tempo, pois é uma forma de monopólio.

É relevante estimular a produção independente dos meios de comunicação e a produção regional. Além disso, os meios de comunicação precisam ser distribuídos em públicos, privados e estatais.

Qual agenda governamental relacionada à mídia deveria existir?

Esse assunto não é tratado pelo governo, pois o mesmo tem medo da mídia, da capacidade que ela possui de escandalizar um problema. O governo deveria chamar a sociedade para discutir sobre esse tema. Do mesmo modo que há um debate a respeito da saúde pública, por exemplo, deveria existir um debate sobre comunicação. A partir do resultado desse debate é que se elaboraria uma proposta para solucionar o problema.

Quais as principais críticas que a mídia alternativa possui a respeito dos meios de comunicação?

A mídia alternativa possui duas críticas a respeito dos meios de comunicação. A primeira é a existência de um monopólio. A segunda é que é um poder monopolizado exerce poder econômico e político. Com isso, eles manipulam as informações de acordo com seus interesses.

Como você observa as reformas na Argentina e Inglaterra com relação ao Brasil?

As reformas na Argentina e na Inglaterra são reformas diferentes. Na Argentina é uma reforma na área de radiodifusão, basicamente uma reforma antimonopólica, na qual um canal de televisão não pode ter mais de 25% do espectro de audiência.

Na Inglaterra, por sua vez, já existe uma regulação de radiodifusão desde a década de 1920. O que houve agora foi a lei da imprensa impressa. Essa lei tem como origem escândalos que envolviam policiais, invasão de privacidade, desrespeito aos indivíduos, ou seja, é uma lei que proíbe a difamação, a calúnia. É uma lei muito severa, que pune severamente mentiras difundidas pela mídia.

Marco regulatório da mídia do Franklin Martins?

O projeto do marco regulatório elaborado por Franklin Martins teve como base um seminário internacional que foi realizado em 2010 e a Conferência Nacional de Comunicação. Foi a partir desses eventos que a equipe do Franklin elaborou um projeto, que foi deixado para o governo Dilma. No entanto, pouco se conhece a respeito do projeto, pois é um projeto que não foi tornado público, nunca foi aberto.

Pelo que se houve, o projeto é muito interessante, mas mesmo assim já estaria defasado, visto que de 2010 para os dias de hoje já ocorreram diversas mudanças. Contudo, o marco regulatório seria o papel inicial para democratizar a mídia.

8.2 Bia Barbosa

Bia Barbosa é jornalista, especialista em Direitos Humanos, mestre em Gestão e Políticas Públicas pela FGV-SP e coordenadora do Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social

Como você observa a disputa de agenda entre a grande mídia e a mídia alternativa?

Não sei se podemos falar em uma real disputa de agendas entre a mídia tradicional e a mídia alternativa. A grande mídia, na verdade, é quem constrói a agenda pública de debates. Ela pauta o que considera importante, de acordo com seus interesses econômicos e também políticos. Cabe à mídia alternativa tentar fazer um contraponto,

neste caso tentando alguma disputa. Mas não vejo a grande mídia em geral preocupada com o que é publicado pela mídia alternativa. É mais um caminho inverso, neste caso. Felizmente, com o avanço do acesso à internet no país este contraponto apresentado pela mídia alternativa tem alcançado um número cada vez maior de pessoas, que agora não conta apenas com os grandes meios de comunicação para se informar. No entanto, se fazer ouvir na internet ainda é um desafio. Mesmo que haja uma pluralidade de ideias em circulação nas redes, os sites de notícias mais acessados continuam sendo aqueles controlados por grupos de comunicação que também hegemonomizam os meios impressos e televisivos. Ou seja, a grande mídia, apesar da ampliação de vozes na internet, continua agendando o debate público em âmbito nacional.

Qual sua opinião a respeito da censura, dos vetos que a grande mídia interpõe?

Trata-se, nesse caso, de uma censura privada, ou seja, temas ou abordagens que não interessam à linha editorial dos grandes veículos não ganham espaço (ou ganham pouquíssimo espaço) nos meios tradicionais. E isso é definido, como dito anteriormente, a partir dos interesses econômicos e políticos desses veículos. Num cenário de grande concentração da propriedade dos meios de comunicação de massa no país, a consequência desse enviesamento é que a maioria da população brasileira não tem acesso hoje a uma informação plural e diversa, e a chamada “opinião pública” acaba sendo formada exclusivamente a partir da leitura dos fatos e da visão da conjuntura que esses veículos apresentam. Isso é extremamente prejudicial para a democracia brasileira, que deveria poder ser construída num ambiente em que o conjunto e a diversidade de ideias que existe na sociedade pudesse circular de forma equilibrada na esfera pública midiática.

O que deveria ser um marco legal?

Marco legal (ou marco regulatório) é o conjunto de leis, normas e regras que rege qualquer setor econômico (existe marco regulatório da energia, dos transportes, etc). No caso das comunicações, esse marco regulatório está extremamente defasado, porque sua principal lei (o Código Brasileiro de Telecomunicações) é de 1962. Além de não dar conta de todos os avanços tecnológicos que ocorreram no período, o marco regulatório brasileiro não garante o cumprimento aos princípios constitucionais estabelecidos para as comunicações (artigos 220 a 224 da Constituição). Um novo marco regulatório para o país deveria, portanto, ter como objetivo principal garantir o respeito à Constituição brasileira, prevendo regras, por exemplo, para coibir a

concentração da propriedade dos meios, garantir a difusão de uma programação regional e independente, garantir o respeito às finalidades educativas, informativas e culturais na programação do rádio e da TV, e garantir a complementariedade entre os sistemas público, privado e estatal de comunicação – o que significaria construir um forte sistema público de comunicação no país, que poderia, justamente, garantir essa diversidade de ideias e opiniões.

Qual agenda governamental relacionada à mídia deveria existir?

Em primeiro lugar, seria fundamental que o Poder Executivo compreendesse a importância da atualização do nosso marco regulatório e encaminhasse ao Congresso Nacional uma proposta de reforma da mídia que atendesse exatamente aos princípios constitucionais e promovesse o exercício da liberdade de expressão do conjunto da população brasileira (e não apenas daqueles que controlam os meios de comunicação no país).

Em segundo lugar, o governo poderia desenvolver uma série de políticas públicas que poderiam ser adotadas independentemente de uma reforma na legislação do setor. Por exemplo: promover a universalização do acesso à internet no país, para que os mais pobres não continuassem excluídos digitalmente. Isso não depende de lei. Bastaria vontade política. O mesmo valeria para as rádios comunitárias, que hoje sofrem imensa dificuldade para se estabelecerem porque a burocracia para conseguir uma autorização de funcionamento é imensa. Uma política pública de incentivo à radiodifusão comunitária poderia mudar este quadro.

O governo também poderia, considerando as leis que já estão em vigor no país, dar mais transparência aos processos de concessão e renovação de outorgas de rádio e TV. Hoje as renovações de licenças são automáticas, sem qualquer fiscalização do ponto de vista do conteúdo veiculado pelas emissoras, gerando aberrações como canais que vendem até 20 horas da sua programação diária para igrejas ou programas de publicidade (venda de tapetes, joias, etc) sem que o Ministério das Comunicações coíba essa prática ilegal. Fiscalizar os concessionários de rádio e TV também impediria que emissoras seguissem sendo controladas por políticos, o que é proibido pelo artigo 54 da Constituição.

Infelizmente, nada disso é feito. Se o governo tivesse vontade política para simplesmente garantir o cumprimento das normas que já estão em vigor, a situação seria muito diferente, mesmo que o país não passasse por uma reforma geral da mídia, que é necessária, sem dúvida.

Quais as principais críticas que a mídia alternativa possui a respeito dos meios de comunicação?

Essa é uma questão complicada de se responder, porque a “mídia alternativa” também é muito diversa. Há veículos e blogs, por exemplo, que são voltados mais à cobertura da agenda política nacional e que tem críticas a como os principais meios de comunicação cobrem as ações do governo federal. Outros veículos criticam, por exemplo, a invisibilidade dada pelos principais meios às demandas dos movimentos sociais e populares, como a luta por moradia, o combate ao racismo, a defesa dos direitos das mulheres, as reivindicações sindicais etc. Há ainda críticas ao tratamento que alguns veículos dão aos setores sociais organizados na sociedade, por exemplo, quando a grande imprensa estigmatiza e trata movimentos como o MST ou os sem teto de vândalos e baderneiros, numa prática de criminalização pública dos movimentos sociais. Esses são apenas alguns exemplos de críticas que são feitas, mas elas dependem muito de qual veículo da mídia alternativa as faz, e também a que veículo da mídia tradicional elas são dirigidas. Vale lembrar que há uma crítica maior aos veículos de rádio e TV, visto que são concessões públicas e que, por isso, deveriam ter mais obrigações a cumprir (do que os meios impressos – jornais e revistas) em termos de equilíbrio jornalístico, imparcialidade, espaço para opiniões diversas etc.

Como você observa as reformas na Argentina e Inglaterra com relação ao Brasil?

A reforma da Argentina enfrentou um problema muito parecido com o que temos no Brasil: a questão da concentração na propriedade dos meios de comunicação. Lá, o grupo Clarín tinha um poder midiático tão grande (ou maior) que a Globo tem aqui, com sérios impactos para a democracia do país. A Ley de Medios veio então para quebrar o monopólio do Clarín e fortalecer a comunicação pública, comunitária, regional e independente. Foi uma proposta apresentada pelo governo ao Parlamento a partir de demandas históricas da sociedade civil argentina, que durante décadas também clamou por mais diversidade e pluralidade na mídia local. Depois de enfrentar uma longa batalha nas cortes de justiça, a lei foi considerada constitucional e agora está sendo implementada no país, com inúmeros resultados positivos para a ampliação do exercício da liberdade de expressão da população argentina.

A reforma da Inglaterra focou em outro aspecto, relativo sobretudo aos meios impressos, a partir das denúncias de escuta que eram feitas ilegalmente pelos veículos do grupo Murdoch. A reforma buscou criar mecanismos para garantir maior

acompanhamento e maior responsabilização dos veículos nesses casos, mostrando que a liberdade de imprensa não é absoluta e também precisa respeitar outros direitos, como intimidade e privacidade dos cidadãos. Esse debate, apesar de fundamental também para o Brasil, ainda está um pouco distante da nossa realidade, porque aqui ainda não conseguimos dar conta de implementar, como dito antes, sequer os princípios constitucionais para as emissoras concessionárias do serviço público de radiodifusão. Mas certamente precisaremos fazer esse debate num futuro próximo.

Marco regulatório da mídia do Franklin Martins?

Ao final do segundo mandato do governo Lula, o então ministro Franklin Martins deixou uma proposta de novo marco regulatório para os meios de comunicação de massa à equipe de transição do governo Dilma. Não é possível avaliar essa proposta porque ela nunca foi tornada pública oficialmente. O documento segue na gaveta do ministro Paulo Bernardo (das Comunicações) e até hoje não foi colocado em debate com a sociedade – o que, por si só, já é lamentável. No entanto, em diversas entrevistas e debates de que participou, o ex-ministro Franklin declarou que sua proposta se baseava justamente em regulamentar os artigos da Constituição Federal para a área da comunicação, para garantir que eles fossem cumpridos na prática. Nesse sentido, a iniciativa é louvável e vai ao encontro do que a sociedade civil organizada que defende a democratização dos meios de comunicação pede há muito tempo. Mas não é possível fazer uma avaliação detalhada porque o texto do Franklin não foi tornado público.

Diante dessa decisão do governo Dilma, de não tratar desse assunto, dezenas de entidades lançaram, em maio de 2013, o Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Mídia Democrática, que é justamente uma proposta de novo marco regulatório para as comunicações eletrônicas (rádio e TV) no país. Organizadas em torno do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), essas entidades estão coletando assinaturas em apoio ao projeto de lei de iniciativa popular em todo o país, para encaminhá-lo ao Congresso Nacional e finalmente conseguirem que um debate público seja aberto sobre o tema. Independentemente do que os diferentes lados interessados nessa história estejam propondo, o mais importante é que a discussão sobre uma reforma para a mídia brasileira seja aberta com a população. Do contrário, seguiremos num quadro extremamente preocupante para a democracia brasileira, em que alguns poucos grupos exercem sua “liberdade de expressão” e outros apenas ouvem.

9. Conclusão

Os meios de comunicação do país estão sob domínio de poucas famílias, que dominam esses veículos há décadas. Esse fato faz com que manipulem, selecionem e transmitam somente informações política e comercialmente convenientes, fato que afronta a Constituição brasileira em mais de um artigo. Entre esses artigos está o que diz respeito à proibição da formação de qualquer tipo de monopólio ou oligopólio nos meios de comunicação, que nitidamente existe devido às elites que controlam esses meios. Outro aspecto relevante diz respeito às informações que deveriam ser transmitidas para o público. Entre esses assuntos, deveriam ser prioridade das emissoras de rádio e televisão temas que abrangessem educação, cultura, artes e notícias que contribuíssem para o desenvolvimento do cidadão, tendo em vista trazer à tona diversos interesses, pontos de vistas, padrões estéticos etc. Isso não ocorre, pois como esses assuntos não elevam a audiência dos programas e, por conseguinte, não geram receita para as empresas detentoras, não são transmitidos, uma vez que o cidadão comum foi modelado, há décadas, para se acostumar com baixo e acrítico conteúdo. São transmitidos somente o que – e sobretudo de determinada forma – proporciona lucro, ocultando, selecionando ou manipulando informações.

Com esse cenário presente na sociedade brasileira, um aspecto relevante diz respeito à implementação de um marco regulatório que regulamente os setores de comunicação do país. Essa questão permitiria que o direito de liberdade de expressão e comunicação vigorasse na sociedade, pois torna-se possível que diferentes pontos de vista sejam considerados; as pessoas conseguiriam se expressar de maneira livre, independentemente de sua classe social, religião, cultura, raça, sexo, partido político, entre outros. Isso é um dos princípios básicos da democracia: o direito de liberdade de expressão deve ser exercido por quem queira e não somente pelos que detêm o controle dos meios de comunicação. Daí a reforma argentina ser um paradigma para o Brasil. A legislação do país também é arcaica e defasada comparada ao restante do mundo, fato que seria superado com a criação de um marco regulatório.

Por fim, ressalta-se a importância dos meios de comunicação alternativos que procuram divulgar e transmitir assuntos que a grande mídia não divulga ou o faz de forma claramente enviesada. Com a evolução tecnológica e a ampliação do acesso à internet ficou mais fácil de as pessoas terem acesso às informações por outras fontes, não somente aquelas transmitidas pelos meios de comunicação que predominam na sociedade brasileira. Nota-se, também, que a mídia alternativa elabora e tem por

objetivo fazer com que a mídia brasileira dominante se torne democrática, que possibilite a divulgação de conteúdos de maneira plural, sem ocultação ou manipulação das ideias.

Há, portanto, duas grandes disputas, que se referem a duas agendas democratizantes: a efetivação dos artigos constitucionais e a reforma da mídia, à luz da experiência argentina e outras. Quanto aos meios de comunicação dominantes, vetam ambas as agendas, considerando qualquer alteração no status quo como “censura”. São agentes de monopólio e, para tanto, contam com o receio dos governos em enfrenta-los.

Esta pesquisa procurou analisar o conjunto dos problemas e questões e sobretudo analisar o conteúdo das agendas, atores e ideias em disputa.

10. REFERÊNCIAS

- BOBBIO, Norberto (2011). *O Futuro da Democracia*. São Paulo, Paz e Terra.
- BORGES, Altamiro (2009). *A ditadura da mídia*. São Paulo, Anita Garibaldi.
- BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita (2004). *Videologias – ensaios sobre televisão*. São Paulo, Boitempo editorial.
- CAPELATO, M. Helena. *Imprensa e História do Brasil* (1988). São Paulo, Contexto/Edusp.
- CASTELLS, Manuel (2000). *O poder da identidade*. São Paulo, Paz e Terra.
- DAHL, Robert (1972). *Polyarchy: participation and opposition*. Yale, Yale University Press.
- _____ (1992). *Um Prefácio à Teoria Democrática*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- EAGLETON, Terry (1991). *Ideology, An Introduction*. Oxford, Oxford University Press.
- FONSECA, Francisco (2005). *O Consenso Forjado – a grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil*. São Paulo, Hucitec.
- _____ (2010). *Mídia e Poder: elementos conceituais e empíricos para o desenvolvimento da democracia brasileira*. Brasília. IPEA (Texto de Discussão n. 1509).
- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do Cárcere*. (5 Vols.) R. de Janeiro, Civilização Brasileira, 2000.
- HARVEY, David. *The Condition of Postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*. Cambridge, Blackwell, 1990.
- HOBSBAWM, Eric (1995). *A Era dos Extremos: O Breve Século XX (1914-1991)*. São Paulo, Cia. das Letras.
- KINGDON, John W. (1995). *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. New York, HarperCollins.
- KREINZ, Glória A. R (1990). *Ideologia, Notícia e Mercado – A pós-modernidade tecnocrática da Folha de S. Paulo*. Tese de Doutorado, ECA/USP.
- KUCINSKI, Bernardo (2001). *Jornalismo Econômico*. São Paulo, Edusp.
- KUNCZICK, Michael (1997). *Conceitos de Jornalismo*. São Paulo, Edusp.
- LIPPMANN, Walter (1997). *Public Opinion*. New York, Free Press Paperbacks.
- MARCONDES FILHO, Ciro (1984). *Imprensa e Capitalismo (org.)* São Paulo, Kairós.
- MIGUEL, L. Felipe (2000). “Um ponto cego nas teorias da Democracia: os meios de comunicação” In *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais (BIB)*, Rio de Janeiro, nº49,

PARSONS, Wayne (1990). *The Power of the Financial Press*. New Jersey, Rutgers University Press.

TASCHNER, Gisela (1992). *Folhas ao Vento. Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. São Paulo, Paz e Terra.

VELOSO, Elizabeth M. (2008). “A concentração da mídia e a liberdade de expressão na Constituição de 1988” in *Ensaio sobre impactos da Constituição Federal de 1988 na sociedade brasileira – consultoria legislativa*. Brasília, Congresso Nacional.

FONTES DE CONSULTA

www.abraconacional.org

Abril - <http://www.abril.com.br/>

<http://altamiroborges.blogspot.com.br/>

Controladoria Geral da União – Portal Transparência Brasil: www.cgu.gov.br.

Constituição da República Federativa do Brasil:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

<http://www.direitoacomunicacao.org.br>.

www.eticanatv.org.br

Folha de S.Paulo – www.folha.com.br

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) - www.fndc.org.br/

G1 - <http://g1.globo.com/>

IBGE: Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílios (PNAD de 2008):

www.ibge.gov.br

Intervozes – www.intervozes.org.br

www.liberdadedeimprensa.org.br

www.meioemensagem.com.br.

www.midiaindependente.org

Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. <http://www.planejamento.gov.br/>

Mídia Dados Brasil 2009: www.gm.org.br

www.mndh.org.br

NET: www.nettv.tv.br

www.radiolivres.org

Observatório da Imprensa: www.observatoriodaimprensa.com.br.

Observatório do Direito à Comunicação - www.direitoacomunicacao.org.br/

O Estado de S. Paulo - <http://www.estadao.com.br/>

Outras Mídias - <http://ponto.outraspalavras.net/tag/oligopolio-da-midia/>

Partido da Imprensa Golpista (PIG) - <http://partidodaimpressagolpista.wordpress.com/>

Portal Imprensa:

http://www.abert.org.br/novosite/clipping/clipping_resultados.cfm?cod=132246)

Projeto Donos da Mídia: <http://donosdamidia.com.br>.

Projeto Excelências: www.excelencias.org.br.

Rede Democrática - <http://www.rededemocratica.org>

Sistema de Acompanhamento de Controle Societário do Ministério das Comunicações:
sistemas.anatel.gov.br/siaco/

SKY: www.sky.com.br

TVA: www.tva.com.br

Tver: tver.zip.net

<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Por-que-a-concentracao-monopolica-da-midia-e-a-negacao-do-pluralismo/12/28352>

http://www.suapesquisa.com/o_que_e/oligopolio.htm

<http://www.embaixada-americana.org.br/democracia/what.htm>

http://pt.wikipedia.org/wiki/Meios_de_comunica%C3%A7%C3%A3o

<http://pt.slideshare.net/clubec/meios-de-comunicacao>

http://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADdia_alternativa#Brasil

<http://www.significados.com.br/website/>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Blog>

http://ajuda.sapo.pt/faq.html?faq_id=5135

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Oligop%C3%B3lio>

<http://blogs.odiario.com/odiarionaescola/2013/07/18/movimentos-sociais-no-brasil/>

<http://www.brasilecola.com/sociologia/movimentos-sociais-breve-definicao.htm>

<http://www.educacao.cc/cidada/o-que-sao-os-movimentos-sociais/>

http://pt.wikipedia.org/wiki/Relat%C3%B3rio_MacBride

http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2010/11/Goes_2006.pdf

<http://reporterbrasil.org.br/2013/03/relator-da-onu-para-liberdade-de-expressao-critica-concentracao-de-midia-no-brasil/>

<http://www.brasil247.com/pt/247/mundo/92535/Seis-fam%C3%ADlias-controlam-70-da-imprensa-no-Brasil.htm>

<http://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/a-voz-das-ruas-e-a-midia-alternativa>

<http://www.dw.de/ascens%C3%A3o-da-m%C3%ADdia-ninja-p%C3%B5e-em-quest%C3%A3o-imprensa-tradicional-no-brasil/a-16989948>

<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/As-manifestacoes-de-junho-e-a-midia/4/28178>

http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2010/11/Goes_2006.pdf

<http://www.virenoticia.com.br/post/a-agenda-da-midia>

http://www.vermelho.org.br/coluna.php?id_coluna_texto=1479&id_coluna=36

<http://intervozes.org.br/>

<http://www.baraodeitarare.org.br/>

<http://www.fndc.org.br/>

<http://outraspalavras.net/>

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/>

<http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/a-ley-de-medios-e-constitucional-3613.html>

<http://www.comunicacaodemocratica.org.br/>

http://www.ciranda.net/article6078.html?lang=pt_br

<http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/a-ley-de-medios-e-constitucional-3613.html>

<http://www.viomundo.com.br/politica/franklin-martins-governo-deve-liderar-regulacao-da-midia.html>

<http://www.abert.org.br/web/>

<http://www.anj.org.br/>

<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Internacional/Inglaterra-aprova-novo-marco-regulatorio-da-imprensa%0D%0A/6/27730>

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Rupert_Murdoch#Esc.C3.A2ndalo do News International](http://pt.wikipedia.org/wiki/Rupert_Murdoch#Esc.C3.A2ndalo_do_News_International)