



Reflexões Sobre Comunicação Democrática e Acesso à Informação.¹

Débora BURINI²

Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP

RESUMO

Este estudo discute a influência da televisão na formação da opinião pública, e ainda debate o veículo como vetor de entretenimento e consumo. Resgata o direito à liberdade de opinião e expressão garantida pela Declaração Universal dos Direitos Humanos, bem como do Programa Nacional de Direitos Humanos, para propor uma reflexão crítica sobre comunicação democrática e as possibilidades educativas e emancipatórias pelo acesso à informação. Adota como metodologia um breve levantamento bibliográfico de obras específicas sobre os aspectos essenciais que norteiam o tema: Comunicação Pública, Televisão Pública, Espaço Público Mdiatizado, Código Brasileiro de Telecomunicações, tendo claro o aspecto conceitual dos elementos apontados, e procurando estabelecer inter-relações entre eles.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Democracia; Informação; Televisão;

Introdução

A Declaração Universal dos Direitos Humanos é um documento adotado em 10 de dezembro de 1948 pela Organização das Nações Unidas (ONU), que afirma em seu artigo XIX: “toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”³.

O Brasil como país membro da ONU, se empenha com o cumprimento da declaração, participa dos processos de tomada de decisão, e também com o trabalho das Nações Unidas em todos os eventos que interessem ao país, seja nas reuniões da Assembléia Geral, seja no Conselho de Segurança onde ocupa um assento não-permanente. A missão do Brasil reflete a importância das discussões em torno da

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Comunicação Social na habilitação Rádio e Televisão (1989), Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC de São Paulo (1996), e Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2010). Atuou desde 1988 em emissora de televisão, e participou como membro do Conselho Deliberativo da Direção do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (1995). Professora universitária desde 1995, atualmente ministra aulas na Universidade Federal de São Carlos – UFSCar, email: dburini@ufscar.br, dburini35@terra.com.br

³ Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948) Disponível em: http://www.onu-brasil.org.br/documentos_direitoshumanos.php. Acesso 12 de junho de 2009.



promoção da paz e os direitos humanos com base na "solidariedade intelectual e moral da humanidade".

Em 21 de dezembro de 2009, o Presidente da República Luis Inácio Lula da Silva aprova o decreto Nº 7.037 que determina o Programa Nacional de Direitos Humanos – PNDH-3. O documento confere em sua Diretriz 22 a garantia do direito à comunicação democrática e ao acesso à informação para consolidação de uma cultura em Direitos Humanos. Ao assinar o decreto PNDH-3, o presidente reafirmou que o país fez uma opção definitiva pelo fortalecimento da democracia. Não apenas democracia política e institucional, mas democracia também no que diz respeito à igualdade econômica e social. A publicação do decreto foi feita em meio a uma enorme campanha das grandes mídias conservadoras contra o PNDH-3, em particular, contra as propostas relativas ao direito à comunicação. Para o professor Laurindo Leal Filho (2010), da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, o movimento faz parte de uma tática conservadora que é muito conhecida na área de comunicação em nosso país, e completa:

"Elege-se um tema de impacto que tenha amplo apoio na sociedade e se atribui ao adversário a intenção de destruí-lo. No caso, a democracia e a liberdade de expressão. Dizem que o governo elaborou um Plano Nacional de Direitos Humanos propondo o controle social da mídia. Repetem isso à exaustão e passam ao ataque".⁴

Ainda segundo Lalo⁵, a resposta para a necessidade imediata de aplicação do PNDH-3 está em diversos programas veiculados diariamente por grande parte das emissoras de rádio e televisão do Brasil, violadores contumazes dos direitos humanos.

Já o ex-Ministro das Comunicações Hélio Costa, disse ao Jornal *O Estado de S. Paulo*, em matéria publicada em 02 de março de 2010⁶, que o governo não trabalha com a hipótese de promover o chamado controle social sobre a mídia, um dos tópicos abordados no PNDH. "Em nenhum momento isso foi discutido dentro do governo federal. Consideramos essa questão absolutamente intocável", disse Costa, que na época, ainda assumia a pasta do Ministério das Comunicações, mas foi substituído em 31 de março do mesmo ano, por José Artur Filardi.

⁴ "Excrescências" do direito à Comunicação. Artigo publicado no Observatório da Imprensa em 23/03/2010 na edição nº582. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/excrescencias-do-direito-a-comunicacao> Acesso em 24 de março de 2010

⁵ Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=6034 Acesso em 20 de janeiro de 2010.

⁶ Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=611ASP012> Acesso em 15 de outubro de 2010.



Embora a declaração do ex-Ministro garanta que a questão seja intocável, ele reafirmou que considerou importante e necessária, uma nova legislação sobre as telecomunicações no País. Ainda de acordo com a entrevista, Costa declarou que o plano governamental, divulgado no início do ano de 2010, recomenda a apresentação do projeto de lei que estabeleça penas para órgãos de imprensa que desrespeitaram os direitos humanos. “Propor a criação de marco legal regulamentando o artigo 221 da Constituição, estabelecendo o respeito aos direitos humanos nos serviços de radiodifusão concedidos, permitidos ou autorizados, como condição para sua outorga e renovação, prevendo penalidades administrativas como advertência, multa, suspensão da programação e cassação, de acordo com a gravidade das violações praticadas”, diz o texto.

Comunicação, democracia e informação

Desta forma, e considerando que o acesso à informação passa necessariamente pelo direito à informação e da comunicação, como parte integrante da democracia instalada em um país, toda vez que esse princípio é ameaçado ou atingido por mecanismos, que filtram ou restringem o acesso à informação, assistimos, portanto, a uma violação do direito universal dos cidadãos.

Existe, porém, uma idéia de complementaridade entre a democracia e o direito à informação, que com freqüência é equivocadamente interpretada como uma espécie de “seleção não-natural” das informações que são transmitidas por um sistema de comunicação. Uma forma de seleção baseada nos interesses de certos grupos políticos, organizações, governos etc., e que não corresponde muitas vezes às necessidades e interesses dos cidadãos.

Nesse sentido, a função da comunicação social na integração e na transformação social entre os indivíduos é determinante para o desenvolvimento de um país, pois age para acelerar e/ou facilitar esse incremento. Os meios de comunicação, portanto, assumem um papel importante no momento em que transferem de maneira veloz aos cidadãos informações e mensagens, que poderão alterar ou definir novas formas de mobilização entre as pessoas, e colaborar na construção de percepções públicas dos fatos relatados, para que possam, efetivamente, fazer suas escolhas individuais ou em grupos, e assim, atuar e participar do processo de desenvolvimento social, político, econômico e cultural.



Não se discute, aqui, obviamente, o papel dos meios de comunicação como instrumentos essenciais para garantir a existência de regimes democráticos. Por outro lado, não se pode defender apenas o direito à difusão da informação por alguns grupos historicamente majoritários, cujas opiniões, quase sempre, estão relacionados a seus interesses políticos e econômicos. O que se coloca, portanto, e considerando o poder de influência da comunicação na formação da opinião pública, é a necessidade de ampliar, por regulamentação pública, a possibilidade de pluralidade de meios e de vozes para garantir o acesso a informações e opiniões dissonantes, e assim, que o cidadão possa formar sua própria opinião, numa perspectiva crítica e analítica.

Nos últimos anos a área da Comunicação Social, enquanto elemento constituinte desse mecanismo de transmissão de informações tornou-se mais complexa e abrangente. Os estudos da comunicação permanecem vivos, consistentes e adequadas ao nosso contexto sócio-econômico intervindo no cenário comunicacional e, revelando-se mais comprometidos.

A Comunicação Social, segundo Studart-Guimarães (2002, p. 44), é “um conjunto de previsões estratégicas para a formulação de mensagens que têm por objetivo influenciar a mudança de comportamento das pessoas e da sociedade”. Nesse processo de formulação de mensagens com o objetivo de influenciar mudanças, a comunicação de massa exerce um papel fundamental. Ela promove e estimula as pessoas a adotarem novas atitudes e a se comportar de forma a favorecer o progresso. Ao mesmo tempo, não se pode desconsiderar, na contemporaneidade, que os meios de comunicação de massa, apesar de seu inegável poder, de sua centralidade, não são mais hegemônicos, face à crescente politização da sociedade por meio de acesso a outras fontes de informação, e à força da *internet*, que adquire protagonismo nesse processo.

Assim, cria-se através da comunicação um elo de ligação entre quem produz e transmite, e quem recebe as informações, e através de um efeito multiplicador faz com que os cidadãos se sintam mais encorajados à participação social na comunidade, disseminando esses comportamentos também a outras pessoas, assim como informações múltiplas às quais têm acesso.

Por outro lado, existem alguns elementos complicadores de ordem coletiva e individual, que limitam o processo de desenvolvimento e transformação social, e dificultam a compreensão das informações e mensagens que circulam na sociedade. Isto ocorre, por exemplo, quando são desprezados aspectos culturais da comunidade, pois



essa ação tende a criar um distanciamento dos cidadãos, que não se reconhecem dentro daquele contexto de referências do bairro e da cidade em que vivem.

Para Schramm (1970, p. 192) ainda que existam limites na utilização da comunicação para o processo de desenvolvimento é fundamental que ela ocorra.

Há tantas tarefas da comunicação no desenvolvimento econômico e social, e tantas delas estão claramente dentro das possibilidades da comunicação de massa, que se um país em desenvolvimento pretendesse utilizar seus veículos de comunicação simplesmente para todas as tarefas que fossem mais bem realizadas por eles, o sistema seria logo supersaturado. O problema não é encontrar atividades a serem realizadas pelos veículos de comunicação, mas, antes, discriminar as diferentes utilizações que lhe são dadas.

Outro aspecto a ser considerado e que merece reflexão é quando os meios de comunicação de massa passam a substituir o papel do Estado em suas funções, e assumem uma postura assistencialista que terminam por suprimir o debate, o conflito natural do espaço público que favorecem a reflexão do cidadão criando uma falsa idéia de jogo democrático.

Segundo Gohn (2003, p.30) a participação é um processo de vivência que imprime sentido e significado a um movimento social, desenvolvendo uma consciência crítica e gerando uma postura política e cultural nova. A gestão desta participação pode muitas vezes significar um afastamento do cidadão de uma atuação enquanto membro da comunidade. E isso ocorre pela desconstrução do ser político, barrando uma participação efetiva e a construção e desenvolvimento da cidadania.

A proposta democrática se transfigura em uma sensação de consenso “fabricado”, excluindo o debate e a reflexão, que podem resultar no consenso “negociado”, em questões de interesse público e comum. Negado o papel de ator protagonista no processo, o público passa de ator social a mero coadjuvante. Quando isto acontece, os veículos de comunicação se apropriam da ação cidadã, natural em sistemas democráticos, seqüestrando da comunidade a possibilidade de reflexão. Capitalizam para si o poder de solucionar as mazelas do cidadão, omitindo o caminho institucional, esvaziando a capacidade de organização da comunidade como grupo de pressão.

Vivemos numa falsa concepção de democracia. Buscamos muito a idéia de consenso, segundo a qual a democracia seria o que há de comum para todo mundo. Eu acredito que a democracia seja um esforço árduo, para



cada um, de trabalhar com as diferenças. E é no conflito que se encontra a democracia, não no consenso. (FOUCAMBERT, 1993, p.25)

Estamos diante de um novo cenário da sociedade civil. Se por um lado os meios de comunicação e o Estado exercem um papel importante de agendar os debates, configurando um embate natural em democracias representativas, onde outros atores sociais participam do espaço público, por outro, é essencial garantir a participação política dos cidadãos. Só assim poderão alcançar a necessária autonomia de pensamento e de participação, tão importante para a emancipação e transformação social. Fica evidente então, que “um projeto político é democrático quando não se reduz a um conjunto de interesses particulares de um grupo, organização ou movimento” (GOHN, 2005, p. 36-37).

Nas sociedades modernas, a construção do imaginário social é determinada, em grande parte, pelo poder cultural e simbólico da comunicação em suas múltiplas formas de mediação e suportes, que estabelecem como explicado anteriormente, consensos “fabricados” e não “negociados”, como seria próprio de sociedades democráticas. A historicidade mediada faz parte do cotidiano das pessoas. Os efeitos dessa mediação do espaço público, em que a realidade é elaborada não mais a partir de experiências, mas pelas informações e imagens fornecidas pela tela da televisão, que oferece “uma janela para o mundo”, vem sendo objeto de reflexão de diferentes autores.

Em sociedades com baixo índice de leitura e acesso a bens culturais em geral, como é o caso do Brasil, o poder da televisão é ainda maior, particularmente a televisão aberta, comercial, considerando a facilidade com que entra nas casas e nas mentes, com perda de individualidade a fomentando identidades coletivas. Nessa perspectiva, o direito e o acesso à informação multifacetada e produzida por diferentes atores sociais, tem um papel fundamental para garantir a diversidade cultural, e contribuir para a formação crítica do cidadão, e desta forma, que possa se tornar sujeito de sua própria história.

Bosi (1972, p. 383), já alertava para os riscos da colonização pelos meios de comunicação de massa e reivindicava o caráter plural da cultura.

Dos meados do século XX em diante, passa a ser colonizada em escala planetária a alma de todas as classes sociais. Colonizar quer dizer agora massificar a partir de certas matrizes poderosas de imagens, opiniões e estereótipos. Apesar dos mil e um estudos científicos e de todos os hosanas ou maldições que há meio século pairam sobre a indústria cultural e, particularmente, sobre a televisão, continua em



aberto a tarefa da inteligência que pretenda decifrar o que vem acontecendo com as mentes e corações de um público vastíssimo e, de algum modo, ainda trabalhado pela cultura erudita ou pela cultural popular.

Quase 40 anos depois, apesar da globalização da comunicação, da desterritorialização do espaço e do tempo provocados pela comunicação por satélite, e pela *web*, a população brasileira ainda repete, diariamente, a rotina descrita por Bosi em seu clássico livro “Dialética da Civilização”, da década de 70. Afirmava, então, que, fora da universidade, os bens simbólicos são consumidos principalmente pelos meios de comunicação de massa, realidade, descrita por ele como um processo corrente de difusão na sociedade de consumo.

O homem da rua liga o seu rádio de pilha e ouve a música popular brasileira ou, mais freqüentemente, música popular (ou de massa) norte-americana. A empregada doméstica liga o seu radinho e ouve a radionovela ou o programa policial ou o programa feminino. A dona de casa liga a televisão e assiste às novelas do horário nobre. O dono da casa liga a televisão e assiste com os filhos ao jogo de futebol. As crianças ligam a televisão e assistem aos filmes de banguê-banguê. Quase todos ouvem o repórter da noite. A música e a imagem vêm de fora e são consumidas maciçamente. Em escala menor, o jornal, ou a revista, dá a notícia do crime, ou comenta as manobras da sucessão ou os horrores da seca ou da geada do Paraná. Em escala menor, ainda, o casal vai ao cinema: assiste ao policial, à ficção científica, à comédia ligeira, à chanchada. Os adolescentes lêem histórias em quadrinhos. Os adolescentes lêem as fotonovelas. Tudo isso é fabricado em série e montado na base de algumas receitas de êxito rápido. Há revistinhas femininas, populares e de classe média que atingem a tiragem de 500 mil exemplares semanais, com mais de um milhão de leitoras virtuais. Isto é a cultura de massa ou, mas exatamente, cultura para as massas.

De lá para cá, com pequenas variações, a situação não é muito diferente. Qual seria, então, a responsabilidade do Estado Democrático em garantir a pluralidade dos meios e, conseqüentemente, a diversidade cultural, preservando as identidades locais e regionais? Obviamente, não se pode mais creditar apenas à televisão comercial os problemas de formação cultural e educacional da sociedade brasileira, que são heranças de sua própria história e forma de colonização. Mas, não se pode ficar imobilizado pelo passado, razão pela qual o Estado e a sociedade civil não podem abrir mão de interferência nesse processo, por meio de debates públicos para a realização de mudanças estruturais. Nesse sentido, a midiaticização do espaço público exerce um papel fundamental.

Ainda em 1974, no livro *Television: technology and cultural form*, Raymond Willians desenvolvia suas reflexões partindo da idéia/concepção de que a televisão é o lugar onde se entrelaçam três importantes processos: o tecnológico, o institucional e o cultural. Isto leva a uma compreensão do ponto de vista das relações entre a dimensão tecnológica e a cultural na televisão. Entender essa relação pressupõe compreender a história dos meios de comunicação, em especial da televisão, e como ela se constituiu tecnologicamente ao longo dos tempos para determinar formas de comunicação que até hoje se mantém presentes.

Para Arlindo Machado (2001), por mais que pareçam avançar os estudos sobre a televisão, permanece ainda muito amplamente disseminada a idéia antiga de que televisão é meramente um “serviço”, um sistema de difusão, fluxo de programação, ou, numa acepção mais “integrada”, produção de mercado, sem considerar os aspectos positivos do próprio meio e sem discutir o *modus operandi* e de produção mais diretamente relacionados ao meio como *business*, do que ao próprio meio.

É bem verdade que é necessário discutir, debater as questões políticas que são inerentes ao processo de regulamentação dos meios eletrônicos, essenciais para a democratização do acesso e à propriedade diversificada dos meios, entre eles a televisão. Não se pode, porém, deixar de lado estudos sistemáticos sobre a própria produção existente no meio, seja de natureza privada, pública ou educativa, para compreender melhor o próprio meio e sua influência na formação cultural dos cidadãos. Além disso, é cada vez mais urgente ampliar as pesquisas de recepção dos meios, que têm mostrado os limites de influência do próprio meio, na contemporaneidade, considerando o acesso a múltiplas fontes até então não consideradas pelos pesquisadores.

É preciso, portanto, relativizar o poder dos meios, com base em pesquisas empíricas que procurem compreender não só as estruturas e relações de poder inerentes aos veículos de comunicação, mas também as contradições do processo, cuja complexidade exige estudos aprofundados. Não se trata, portanto, de examiná-los sem considerar seu contexto histórico, político e cultural, mas ressaltando sempre os movimentos em curso, com os fluxos e refluxos da assim denominada sociedade civil, por meio de suas representações sociais, próprios do sistema democrático.

Martín-Barbero (2006), considerado um dos principais teóricos da América Latina, analisa a televisão como relato, dispositivo cultural e indústria; que busca compreender suas formas, lógicas e conexões; e se propõe como meio central da



comunicação contemporânea, uma vez que a tela televisiva tornou-se o local da visualidade que ritualiza formas de interpretar o mundo, e classifica as maneiras de “ver” socialmente aceitas. Face ao importante papel da televisão na sociedade, defende a necessidade de re/construção de processos públicos no setor e explica porque:

Aposta-se em uma reconstrução do projeto público de televisão que, - ciente das novas condições de produção e de oferta, das inovações tecnológicas e de reconfigurações do público - ofereça o reconhecimento e expressão da diversidade cultural que compõe o nacional, represente a pluralidade ideológico-política, propicie uma informação independente, plural e inclusiva das diferentes situações regionais. (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.56).

Além dele, outros estudiosos como Sartori (2001), discutem a televisão em diferentes perspectivas. Giovanni Sartori (2001), por exemplo, um dos maiores protagonistas do debate cultural atualmente, na Itália, considera que televisão é o pior mal da civilidade, porque impede a reflexão. Em seu livro “Homo videns, televisão e pós-pensamento” afirma que a televisão impossibilita o livre pensamento, porque é o cenário do espetáculo incessante, onde a comunicação morre em prol do contato, e onde o real se esvai na auto-preferência do meio. Na sua visão, a televisão produz imagens e apaga conceitos, atrofia nossa capacidade de compreender.

Já Mattos (2004, p.169), observa que “só compreenderemos o que ocorre com a mídia se entendermos o seu desenvolvimento dentro do contexto sócio-econômico, político, social e cultural de cada país”. Em sua opinião, o caso brasileiro vai ao encontro às previsões e projeções baseadas nas primeiras constatações dos teóricos da dependência, mostrando a importância da realização de estudos empíricos na área.

O caso do Brasil nos leva a repensar as suposições e hipóteses de inúmeras teorias que vêm estudando o desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente a televisão, nos países periféricos e em especial no Brasil. Exatamente por isso acreditamos que estudos de caso podem ser de maior utilidade para se compreender o crescimento da mídia no Brasil do que muitas abordagens que tentam estudar a evolução da televisão brasileira a partir, e unicamente, de uma perspectiva global. (MATTOS, 2000, p.14)

Para Mattos (2000, p.19), é preciso construir uma teoria crítica e social da globalização mais abrangente do que as teorias identificadas como de direita ou de esquerda. Lembra que, diferentemente da sociologia funcionalista, a teoria crítica não enxergava nas novas técnicas de comunicação e na indústria cultural, ferramentas para o fortalecimento da democracia moderna, mas maneiras de alienar os indivíduos. Sérgio



Mattos (2000), por sua vez, defende que para estudar causa e efeito é necessário examinar os veículos de comunicação, em especial a televisão, sob o contexto social, político, histórico, cultural, e econômico, e afirma ser necessário e urgente:

(...) construir uma teoria crítica e social da globalização que seja mais abrangente do que as teorias identificadas como de direita ou de esquerda, responsáveis por enorme lista de estruturas teóricas (desenvolvimentistas, terceiro-mundistas e outras mais reformistas ou menos radicais) usadas nos últimos trinta anos para explicar o fluxo da informação, os veículos de comunicação, principalmente a televisão, e os processos de interação sociocultural entre as nações. (MATTOS, 2000, p.19)

Por outro lado, considerando que a televisão entra em praticamente todos os domicílios do país, e compete diretamente com a escola, no processo de formação cultural, é necessário refletir sobre o sistema brasileiro de televisão e de rádio, que até recentemente foi marcado pelas emissoras privadas comerciais, apesar de suas concessões serem reguladas pelo Estado, cuja legislação, o Código Brasileiro de Radiodifusão, de 1962 é ainda considerado anacrônico, apesar dos “remendos” existentes e face às constantes mudanças tecnológicas do setor e às demandas sociais.

No Brasil, desde o surgimento da televisão, na década de 50, todo o processo de implantação foi determinado, majoritariamente, pelos interesses de emissoras comerciais distribuídas em menos de dez grupos familiares. Esses grupos, tutelados pelo governo e apoiados pelo Código Brasileiro de Radiodifusão da década de 60, garantiram sua expansão em redes pelo território nacional, incluindo o sistema de propriedade cruzada⁷, proibido em outros países, até hoje questionado por outros setores da sociedade.

Quando questionado em entrevista à Rosane Santana⁸ (1989) para falar sobre o processo de concessão de canais de televisão no Brasil, Sérgio Mattos, diz:

O processo de concessão de televisão no Brasil, inicialmente, foi atribuído ao favoritismo político, através do qual a concessão de canais de televisão era feita sem um plano pré-concebido. Neste sentido, a proliferação de estações de televisão começou muito antes de 1964, mais precisamente durante o governo de Juscelino. Depois da criação do Ministério das Comunicações (em 1967), a concessão de canais de televisão começou a ser planejada mais tecnicamente, mas o favoritismo político continuou. A

⁷ Propriedade cruzada é a concentração de propriedade pelo mesmo grupo, de diferentes tipos de meios de comunicação, por exemplo, concessões de rádio e televisão e outros serviços como televisão por assinatura, jornais.

⁸ Entrevista concedida por Sérgio Mattos a Rosane Santana e publicada no Jornal *A TARDE*, capa do Caderno 2 do dia 10 de janeiro de 1989. "A imprensa passa por uma crise de qualidade e de identidade". Disponível em: <<http://www.sergiomattos.com.br/entrv2.html>> Acesso em: 25 de setembro de 2006.

nova Constituição (5 de outubro de 1988) muda esta situação. (MATTOS, 1989)

As concessões de canais de rádio e televisão sempre foram usadas como moeda política, como explica Caldas, (1988), em sua tese de doutorado intitulada “O Latifúndio do Ar - Mídia e Poder na Nova República”:

No governo Sarney, o Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães, o ‘homem forte da mídia, amigo de Roberto Marinho, exercitou com maestria sua forma de fazer política, usando um bem público como se fosse privado. “Em igualdade de condições (técnicas e financeiras), eu jamais deixo de dar a concessão a alguém que apóia o governo” (ACM, Folha de S. Paulo, 9/12/87, p.4). [...] Verificou-se um verdadeiro derrame de concessões de rádio e televisão. Era essa a moeda mais forte para a conquista do apoio político que o delicado momento exigia. Se de 1922 a 1963 (em 41 anos) o número de outorgas de frequências de emissoras de rádio AM, FM e TV em VHF foi de 807, de 1964 a 1985 (em 21 anos) esse número subiu para 1.240. No governo Sarney, de 1985 a 1988 (em apenas quatro anos), as outorgas alcançaram a impressionante cifra de 1.028. (CALDAS, 1988, p.113,114)

Esse fenômeno chamado de “coronelismo eletrônico” representa, sem dúvida alguma, o poder de barganha entre governo, políticos e alguns grupos empresariais. Como analisa Schröder (2007, s/p), a mídia era vista como mais um “negócio”, sem considerar sua função de utilidade pública.

“É hora de o Estado e seus agentes compreenderem que não lhes cabe tutelar, coagir ou cooptar a imprensa e os movimentos sociais. Uma nova postura neste sentido pode contribuir para o fim da prática de uso das verbas publicitárias oficiais como moeda de troca por condições de governabilidade, ou do uso político do poder de concessão de outorgas de rádio e TV, possibilitando o surgimento de uma mídia não comprometida com correntes políticas ou projetos de poder.”⁹

Segundo Caio Túlio Costa (2005, p.5), no Brasil, nas três últimas décadas do século XX, apenas dez grupos familiares controlavam a quase totalidade dos meios de comunicação de massa no país. Fadul (1998, p. 83) chama a atenção para o grande poder de concentração dos grupos de mídia brasileiros, descumprindo o parágrafo 5º do artigo 220 da atual Constituição Federal, que proíbe o monopólio e o oligopólio, ressaltando os limites da própria Constituição de 1988, que “simplesmente condena os monopólios, mas sem apresentar instrumentos de uma ação efetiva nessa área”.

⁹ Disponível em: <http://alainet.org/active/20521> acesso em 2 de fevereiro de 2009.



O Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, também determina que o grupo ou pessoa não possa ter participação em mais de 10 emissoras de TV no país, sendo cinco, no máximo, em VHF, o que ainda é totalmente desrespeitado.

Apesar da legislação restritiva, na prática, a concentração ficou ainda maior a partir da crise financeira de 2001, que possibilitou a competição do sistema nacional com empresas internacionais. A crise econômica e as alterações constitucionais de 2002, no governo de Fernando Henrique Cardoso, quando foi sancionada a Lei 10.610, em 20 de dezembro de 2002, permitiram a participação de 30% do capital estrangeiro nas empresas de mídia no Brasil.

Com a eleição de Fernando Henrique Cardoso para a Presidência da República, e com a instituição da obrigação de licitação para a outorga de concessões de geradoras comerciais, as RTVs mistas passaram a ser altamente cobiçadas, uma vez que não só não precisavam de licitação como sequer eram apreciadas pelo Congresso Nacional, sendo apenas autorizadas por meio de Portaria do Ministério das Comunicações. (Valente, 2009, p.75)

Durante o governo de Fernando Henrique Cardoso a redução sensível dos recursos oriundos do Tesouro da União, impôs à Radiobrás, por exemplo, uma dinâmica de busca por receitas próprias.

Por esta razão, de acordo com Laurindo Leal (2010) “dada a história da TV no Brasil, marcada pela hegemonia do modelo comercial, é necessária uma caminhada que vá aos poucos socializando a idéia da necessidade de um TV pública como alternativa às emissoras comerciais existentes”.

Não se pode, porém, atribuir à televisão todos os malefícios da sociedade, mas reconhecer seu poder na formação da opinião pública e discutir os caminhos de sua democratização que passam, necessariamente, pelas emissoras públicas de televisão, assim como pelas emissoras comunitárias, educativas, legislativas, que se constituem em outras possibilidades de convivência com as emissoras privadas, comerciais.

Como explica Caldas (2005, p.139):

A formação do imaginário social é calcada numa aldeia global, onde tudo se articula em teias-multimídias, com informações fragmentárias, destituídas de contexto, sem uma perspectiva histórica que permita interligar o presente ao passado e ao futuro. É cada vez mais urgente a necessidade de uma reflexão crítica sobre o papel da mídia para o retorno de uma utopia social que substitua a práxis de uma produção acrítica e a lógica do consenso fabricado pela reconquista do sujeito histórico. A mídia é um importante agente no desenvolvimento de uma cidadania ativa, em que a ação transformadora seja um passo natural à formação de uma consciência coletiva.



Considerações Finais

A implantação de espaços de participação dos indivíduos na sociedade civil é fundamental para a elaboração de mecanismos em que exista desenvolvimento de lutas políticas e ideológicas.

É necessário investir no caminho de um novo aprendizado, que permita agregar para desenvolver as inúmeras potencialidades individuais e comunitárias. Manuel Castells (2002) é insistente ao afirmar que a *internet* não reinventa a roda; ela desenvolve e potencializa aquilo que a sociedade já tem. Faz-se necessário pensar a diversidade cultural e educativa, que cada cidadão aumente sua condição de análise e crítica, em relação a si mesmo, aos outros e à situação nacional, e isso depende das condições de comunicação local e nacional. Valorizar o estímulo a atitudes criadoras e imaginativas que possam transformar a sociedade e a difusão dos bens e produtos culturais

Entender a dimensão cultural do espaço público e sua midiaticização é necessário para compreender as mudanças e evoluções tecnológicas e a inserção da televisão neste contexto. Entretanto, não se pode esquecer, de acordo com Caldas, (2005, p.139), o poder da mídia e da televisão em particular, face ao seu potencial educativo e cultural, que pode melhor ser compreendido pelas emissoras públicas e educativas, pelo compromisso social previsto em seus estatutos.

O potencial educativo e dialógico da mídia como de/formadora da opinião pública é evidente numa sociedade calcada na indústria cultural com seus valores e crenças determinando, a todo o momento, comportamentos e contribuindo para a formação de mentalidades. Numa sociedade de teias-multimídias, a destruição da temporalidade provocada pela mídia em suas múltiplas formas de representação da realidade, de simulacro do real influencia diretamente a percepção pública sobre o real.

O sociólogo francês, Pierre Bourdieu (1998, p.10) chama a atenção em seus estudos para o enorme poder simbólico da comunicação moderna, com seus signos multifacetados de conceitos, ideias, que são os instrumentos por excelência da ‘integração social’ de conhecimento e de comunicação. Esses símbolos, para Bourdieu, tornam possível o consensus acerca do sentido do mundo social e, desta forma, contribuem para a reprodução da ordem social.

Em tempos de hibridização cultural, Dominique Wolton (2004) enseja que a referência à noção de *cidadão multicultural* não significa, necessariamente, a



instauração de um multiculturalismo, mas de um indivíduo que tem acesso a várias formas de cultura, de maneira muitas vezes fragmentada por meio das mídias.

Diante do cenário acima traçado, a instituição de uma comunicação voltada para o interesse público representa um importante desafio brasileiro para o processo de democratização da comunicação e transformação da sociedade, o reconhecimento do Governo Federal, por meio do Ministério da Cultural e da Radiobrás, sobre o potencial da consolidação da comunicação pública no país, com a perspectiva de alterar a correlação de forças no meio audiovisual brasileira, é considerado um aspecto positivo por diferentes segmentos da sociedade civil. O que se discute, principalmente, é que sejam criados mecanismos específicos e regulamentados os princípios básicos da comunicação pública, para que possa, de fato, estar à serviço do país e não de grupos de interesse, sejam eles governamentais ou não. Somente assim será possível, efetivamente, uma mudança no processo de democratização da radiodifusão brasileira, atrelada durante décadas a alguns grupos.

Isto porque a comunicação social é “um conjunto de previsões estratégicas para a formulação de mensagens que têm por objetivo influenciar a mudança de comportamento das pessoas e da sociedade”. (Stuart-Guimarães, 2002, p.44).

Numa espécie de “aparelho midiático”, a transformação social permitida pela comunicação, através de seus meios, deixa de ser um complemento para se tornar um componente essencial do conjunto da reprodução social. O papel da comunicação social, no processo de integração e transformação social é atuar como elo de ligação entre os atores sociais que regem e que são responsáveis por essa mudança, ou seja, Estado, empresas e sociedade civil organizada.

REFERÊNCIAS

BOSI, A. **Dialética da Colonização**. Cia das Letras, São Paulo, 1972.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. TOMAZ, Fernando (trad.), 2.ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

COSTA, Caio Túlio. **Modernidade Líquida, Comunicação Concentrada**. Atualiza o Capítulo 17 do livro *O Relógio de Pascal*, do autor, publicado em São Paulo pela Siciliano em 1991. Disponível em: <<http://www.dnabrasil.org.br/site/publicue/media/Midia%20Paper%201.pdf>>. Acesso em: 1 ago. 2005.

CALDAS, Graça. **O Latifúndio do Ar: Mídia e Poder na Nova República**. Tese de Doutorado, ECA/USP, 1988.



_____. **Mídia e memória:** a construção coletiva da história e o papel do jornalista como historiador do cotidiano, pp137-149. *In:* BEZZON, L. C. (org.) Comunicação, Política e Sociedade. Alínea, Campinas. São Paulo, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura.** Volume 1, São Paulo: Editora Paz e Terra, 2a. ed., 1999.

FADUL, Anamaria. **A internacionalização da mídia brasileira.** Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo: UMESP nº30 p.67 – 91, 1998.

FOUCAMBERT, Jean. **Revista Nova Escola**, p.25, março 1993.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais no início do século XXI:** antigos e novos atores sociais. Petrópolis/RJ: Vozes, 2003.

_____. **O protagonismo da sociedade civil:** movimentos sociais, ONGs e redes solidárias. São Paulo: Cortez, 2005.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo, o modelo britânico de televisão.** São Paulo:Summus, 1997.

LIMA, Venício A. de. “Excrescências” do direito à comunicação Observatório da Imprensa. 23 de março de 2010. Edição nº582. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/excrescencias-do-direito-a-comunicacao>

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** 2ª ed, São Paulo:Senac, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** 4ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006, p.196.

_____. **La educación desde la comunicación,** 1ºed, Buenos. Aires: Grupo Editorial Norma, 2002.

MATTOS, Sérgio. **A televisão no brasil: 50 anos de história (1950-2000).** Salvador: Edições Inamá, 2000, 176 p.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns, televisão e pós-pensamento.** Trad. Antonio Angonese, São Paulo: EDUSC, 2001.

SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de massa e desenvolvimento.** Rio de Janeiro: Bloch, 1970, 439 p.

STUDART-GUIMARÃES, Cecília Rodrigues. **Comunicação estratégica para a mudança social no contexto da implementação de políticas públicas.** 2002. 118 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Ciências da Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio **TV Pública no Brasil, a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira.** 2009. 206 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade de Brasília, Brasília.

WILLIAMS, Raymond. **Television: technology and cultural form.** Technosphere Series, London: Collins, 1974.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004. p.544. ADGHIRNI, Zélia Leal (trad.)