

Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências 2

Thaís Helena Ferreira Neto
(Organizadora)

 **Atena**
Editora

Ano 2018

Thaís Helena Ferreira Neto
(Organizadora)

Comunicação e Jornalismo:
Conceitos e Tendências 2

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C741 Comunicação e jornalismo: conceitos e tendências 2 [recurso eletrônico] / Organizadora Thaís Helena Ferreira Neto. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. – (Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências; v. 2)

Formato: PDF
Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-85-7247-027-8
DOI 10.22533/at.ed.278190901

1. Comunicação social. 2. Democratização da mídia.
3. Jornalismo. I. Ferreira Neto, Thaís Helena. II. Série.

CDD 303.4833

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências” volume 2 é composta por 24 artigos que abordam temas das mais diferentes nuances da Comunicação.

Os autores dos artigos tematizam conceitos e perspectivas do jornalismo, dando enfoque às discussões pertinentes e sempre presentes, envolvendo gênero, *agenda-setting*, comunicação governamental, ambiental, assessoria de imprensa, cinema, política, democratização da mídia e construção midiática.

Alguns artigos tratam o gênero como categoria de análise, tematizando a mulher dentro do jornalismo. Estudos de gênero que abordam a questão no âmbito da causa e da estrutura.

Em sua história, a mulher busca posições e visibilidade nas diferentes escalas da sociedade, provando através de suas ações e conquistas que merece um lugar nos diferentes cenários, sejam econômicos, políticos ou sociais. A relação da mulher com o espaço público e privado define a posição ocupada por ela na sociedade e marca sua identidade de gênero ao longo do tempo.

Thaís Helena Ferreira Neto

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	8
A MULHER NO JORNALISMO DO INTERIOR: RIBEIRÃO PRETO E SÃO JOSÉ DO RIO PRETO (1950-1960)	
Nayara Kobori Aline Ferreira Pádua	
DOI 10.22533/at.ed.2781909011	
CAPÍTULO 2	20
A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DAS VÍTIMAS DE FEMINICÍDIO NO BRASIL: ASSASSINATOS DE MULHERES COMETIDOS POR SEUS PARCEIROS E EX-PARCEIROS	
Cláudia Regina Lemes Paulo Roxo Barja	
DOI 10.22533/at.ed.2781909012	
CAPÍTULO 3	31
A REPRESENTAÇÃO DO GÊNERO FEMININO NAS PROPAGANDAS DA CERVEJA ANTARCTICA: BAR DA BOA	
Wender Rodrigues de Siqueira Munique Cristina Modesto Carla Mendonça de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.2781909013	
CAPÍTULO 4	42
EMPODERAMENTO FEMININO NO RAP : DUAS LETRAS	
Cláudia Regina Lemes Paulo Roxo Barja	
DOI 10.22533/at.ed.2781909014	
CAPÍTULO 5	55
OS SENTIDOS CONSTRUÍDOS SOBRE O USO DO CORPO NU FEMININO EM PERFORMANCES ATIVISTAS	
Márcia Bernardes	
DOI 10.22533/at.ed.2781909015	
CAPÍTULO 6	66
AS RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA – A ONG UNA.C E AS DEMANDAS DA SAÚDE	
Éllida Neiva Guedes Marcelo Pereira da Silva Protásio César dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.2781909016	
CAPÍTULO 7	81
TRAGÉDIA EM MARIANA-MG EM VEJA E CARTACAPITAL: UM CONTRATO DE COMUNICAÇÃO	
Vinicius Suzigan Ferraz	
DOI 10.22533/at.ed.2781909017	

CAPÍTULO 8	94
ASSESSORIA DE IMPRENSA E REPORTAGEM DE TV, TUDO A VER? BREVES REFLEXÕES SOBRE PODER SIMBÓLICO, CAMPO JORNALÍSTICO, IDENTIDADES E AGENDAMENTO	
Boanerges Balbino Lopes Filho Iara Marques do Nascimento Raphael Silva Souza Oliveira Carvalho Cássia Vale Lara	
DOI 10.22533/at.ed.2781909018	
CAPÍTULO 9	106
CARACTERIZAÇÃO E REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA POPULAÇÃO IDOSA ACERCA DAS CONDIÇÕES DE HABITABILIDADE EM ILPIS DA CIDADE E REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE –PE	
Tamires Carolina Marques Fabrício Joseana Maria Saraiva	
DOI 10.22533/at.ed.2781909019	
CAPÍTULO 10	120
COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES GOVERNAMENTAIS: TERMINOLOGIAS, FERRAMENTAS E AÇÕES	
Pedro Augusto Farnese de Lima Ademir Antônio Veroneze Júnior Boanerges Balbino Lopes Filho	
DOI 10.22533/at.ed.27819090110	
CAPÍTULO 11	132
CONCEITO DE NOTÍCIA NA ERA DO JORNALISMO COLABORATIVO E COAUTORIA	
Adriele Cristina Rodrigues Lucia Helena Vendrusculo Possari	
DOI 10.22533/at.ed.27819090111	
CAPÍTULO 12	141
DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPETÁCULO POLÍTICO-MIDIÁTICO: O IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF	
Andressa Costa Prates Rejane de Oliveira Pozobon	
DOI 10.22533/at.ed.27819090112	
CAPÍTULO 13	152
O POLITICAMENTE (IN)CORRETO NO DISCURSO JORNALÍSTICO: IMAGINÁRIO, SUBJETIVIDADE E CONSUMO	
Nara Lya Cabral Scabin	
DOI 10.22533/at.ed.27819090113	
CAPÍTULO 14	164
O ÁLBUM DE FAMÍLIA E A IMAGEM SOCIAL	
Aline Silva Okumura	
DOI 10.22533/at.ed.27819090114	

CAPÍTULO 15	173
O DESIGNO DO PODER: UM ESTUDO DE CASO DA RÁDIO INTERNACIONAL VOZ DA AMÉRICA	
Patrícia Weber	
DOI 10.22533/at.ed.27819090115	
CAPÍTULO 16	186
O JORNALISMO INVESTIGATIVO E ÀS MUTAÇÕES CONTEMPORÂNEAS	
Leoní Serpa	
DOI 10.22533/at.ed.27819090116	
CAPÍTULO 17	207
O MERCADO DOS BENS SIMBÓLICOS NO SANTUÁRIO DE SANTA PAULINA	
Maria Neusa dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.27819090117	
CAPÍTULO 18	219
A SEGUNDA TELA NO BRASIL: USOS E POSSIBILIDADES	
Gleice Bernardini	
Maria Cristina Gobbi	
DOI 10.22533/at.ed.27819090118	
CAPÍTULO 19	231
TELEVISÃO ABERTA, POLÍTICAS E DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL	
Carlos Henrique Demarchi	
DOI 10.22533/at.ed.27819090119	
CAPÍTULO 20	242
CINEMA <i>NOIR</i> ITALIANO: O HEDONISMO E A <i>FEMME FATALE</i> EM <i>OSSESSIONE</i>	
Alexandre Rossato Augusti	
DOI 10.22533/at.ed.27819090120	
CAPÍTULO 21	258
O IMAGINÁRIO SOCIAL SOBRE A TEMÁTICA DO CRIME NO CINEMA <i>NOIR</i> E <i>NEONAIR</i>	
Nathalia Lopes da Silva	
Alexandre Rossato Augusti	
DOI 10.22533/at.ed.27819090121	
CAPÍTULO 22	273
PESQUISA EM FICÇÃO SERIADA: UMA PROPOSTA DE REVISÃO EPISTEMOLÓGICA BASEADA NAS PUBLICAÇÕES DA INTERCOM	
Raquel Lobão Evangelista	
DOI 10.22533/at.ed.27819090122	
CAPÍTULO 23	286
QUESTÕES DE AUTORIA, SUBALTERNIDADE E OUTRAMENTO NA MÚSICA BEIJINHO NO OMBRO	
Juliana Figueiró Ramiro	
Renata Santos de Morales	
DOI 10.22533/at.ed.27819090123	

CAPÍTULO 24	300
THE LAST REMAINING LIGHT: O SUICÍDIO DE CHRIS CORNELL ATRAVÉS DA ÓTICA DO FAIT DIVERS	
Arthur Freire Simões Pires	
Fábio Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.27819090124	
SOBRE A ORGANIZADORA.....	314

TELEVISÃO ABERTA, POLÍTICAS E DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL

Carlos Henrique Demarchi

Universidade Estadual Paulista – UNESP –
Programa de Pós-graduação em Comunicação
Bauru – São Paulo

RESUMO: O trabalho examina o debate sobre a democratização da mídia a partir da atuação dos atores sociais envolvidos com as políticas públicas de comunicação no Brasil. Por meio de pesquisa bibliográfica, aponta os desafios para a democratização avançar no país. Entende-se que a regulação dos meios exige a atuação efetiva do Estado, considerando o poder do sistema comercial de TV aberta.

PALAVRAS-CHAVE: Democratização. TV aberta. Políticas de comunicação.

ABSTRACT: This paper analyzes the debate on media democratization based of the actions of social agents involved with public policies for social communication in Brazil. Based on bibliographical research, we identify the challenges for the advancement of media democratization in Brazil. We reach the conclusion that media regulation demands concrete actions by the State, since there is a strong pressure from the commercial broadcasting television system.

KEYWORDS: Democratization. Broadcasting Television. Communication policies.

1 | INTRODUÇÃO

No Brasil, consolidou-se, ao longo de décadas, um expressivo sistema de radiodifusão comercial. Aos moldes norte-americanos, a exploração privada de concessões públicas outorgadas pelo Estado contribuiu para a instalação e concentração de grupos televisivos com grande influência política, econômica e cultural.

Essa indústria cultural, representada principalmente pela televisão aberta, que chega atualmente a 97% das residências no país, foi favorecida pelas políticas desenvolvidas pelo poder público, o que possibilitou a expansão das redes de transmissão em todo o território nacional.

A legislação que rege o setor também esteve atrelada aos interesses do empresariado da radiodifusão. O principal marco legal é o Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, instrumento normativo considerado anacrônico diante do contexto atual de convergência tecnológica.

Beneficiado pelo quadro legal, o sistema comercial, focado no mercado e na audiência, buscou impedir a participação de outros atores sociais no processo de elaboração das políticas

públicas para o setor, em especial os segmentos da sociedade civil organizada.

Nas últimas décadas, porém, a ausência da participação social passou a ser questionada. O impulso se deu a partir da década de 1980, com a publicação do Relatório MacBride e com o processo de redemocratização do país. A concentração dos meios de comunicação e a necessidade de democratização da mídia têm sido alvo de debates em décadas recentes.

Considerando esse contexto, o presente artigo se propõe a analisar as possibilidades de democratização da mídia e a construção de políticas públicas de comunicação no Brasil, a partir da atuação dos principais atores em disputa quando se estuda o assunto: o Estado, o empresariado da radiodifusão e a sociedade civil.

2 I . A ECONOMIA POLÍTICA E A CONCENTRAÇÃO DOS MEIOS

A concentração dos meios de comunicação é uma área de estudos que historicamente é tratada por teóricos da economia política da comunicação. Conforme Mosco (2009), essa linha de investigação busca compreender as relações sociais, particularmente as relações de poder, que mutuamente constituem a produção, a distribuição e o consumo de recursos, incluindo os de comunicação.

Nesta lógica, “a concentração corporativa permite às empresas controlar melhor a produção e o intercâmbio de comunicações, além de limitar a concorrência e, portanto, a diversidade de informações disponível na sociedade” (MOSCO, 2009, p. 158).

Como forma de se contrapor ao fenômeno da concentração da mídia e buscar saídas para a sua democratização, ganhou espaço as teses que defendem a intervenção do Estado no setor. O argumento é que a irrestrita liberdade de mercado não possibilita o funcionamento adequado dos mecanismos de participação e regulação. Assim,

Analisar e compreender as lógicas do mercado bem como a regulação promovida por parte do Estado a partir da movimentação entre os diversos atores da sociedade civil é a seara de atuação fundamental da Economia Política da Comunicação. Compreender o jogo compreendido por esses atores sociais, bem como a atuação da sociedade civil nesse contexto, é um objetivo que não somente permite a realização de estudos nesse campo, como também fornece subsídios mais estruturados para uma melhor compreensão das reais capacidades da sociedade em poder dar as cartas e fazer valer suas reais necessidades, afirmando a comunicação como direito humano em prol do interesse público. (CABRAL, 2008, p. 76)

Neste sentido, a área fornece subsídios para se pensar as consequências sociais desse processo de concentração. Bolaño (2004) argumenta que a indústria de televisão brasileira assume um caráter monopolista a partir dos anos 70, com a passagem de um mercado relativamente competitivo para outro oligopólico, concentrado e centralizado.

Dentro da lógica capitalista, marcada pelo livre jogo das forças do mercado, da segmentação de público e da exclusão e massificação, mecanismos democráticos e políticas poderiam reduzir as desigualdades, por meio da regulamentação da TV

de massa e da ampliação da oferta de canais públicos, universitários e educativos (BOLAÑO, 2004).

3 | DISCUTINDO AS POLÍTICAS PÚBLICAS

Em linhas gerais, a política pública se propõe a solucionar um problema público. Assim, o contexto da política pública compõe o cenário em que se desenrola o drama de dar respostas aos problemas públicos (HOWLETT; HAMESH; PERL, 2013). Segue a definição funcional de política pública:

A *policy-making* trata fundamentalmente de atores cercados por restrições que tentam compatibilizar objetivos políticos (*policy goals*) com meios políticos (*policy means*), num processo que pode ser caracterizado como “resolução aplicada de problemas”. Identificar os problemas e aplicar (por mais imperfeitas que sejam) as soluções encontradas (dar nomes, culpar, moldar e cobrar) envolvem a articulação de objetivos políticos por meio de deliberações e discursos, além do uso de instrumentos políticos (*policy tools*), numa tentativa de atingir esses objetivos. (HOWLETT; HAMESH; PERL, 2013, p. 5-6)

A literatura da área de ciência política também tem reconhecido o papel-chave desempenhado pelos atores, ideias e instituições políticas no processo de elaboração das políticas públicas, tendo em vista que esses atores formam o espaço em que os problemas reais são enfrentados e constroem-se as respostas.

No processo da política pública, são os atores, as ideias e as estruturas que compõem a base comum para onde todas as teorias políticas convergem, a partir de diferentes rumos e com distintos pontos de vista. A atenção recai na etapa inicial da elaboração da política, uma vez que

A montagem da agenda, o primeiro, e talvez o mais crítico, dos estágios do ciclo de uma política pública, se refere à maneira como os problemas surgem ou não enquanto alvo de atenção por parte do governo. O que acontece nesse estágio inicial tem um impacto decisivo em todo o processo político e seus *outcomes*. A maneira e a forma como os problemas são reconhecidos, se é que serão, de algum modo, pelo menos reconhecidos, são as determinantes fundamentais de como eles serão, afinal, tratados pelos *policy-makers*. (HOWLETT; HAMESH; PERL, 2013, p. 103)

Para tanto, o processo de formulação parte da constatação da existência de um problema público, para cujo enfrentamento se constroem opções políticas. Uma definição comumente aceita postula que a política pública envolve um conjunto de decisões inter-relacionadas, tomadas por um ator ou grupo de atores políticos, e que dizem respeito à seleção de objetivos e dos meios necessários para alcançá-las, dentro de uma situação específica em que o alvo dessas decisões estaria, em princípio, ao alcance desses atores.

Dito de outra forma,

(...) a maioria das políticas envolve uma série de decisões que contribui cumulativamente para um efeito ou impacto (outcome). Assim, uma política voltada à saúde, por exemplo, consiste numa série de decisões sobre a construção de

equipamentos específicos, certificação de pessoal e de medicamentos e o financiamento da produção de serviços ou cuidados próprios à área, entre outros muitos itens. Essas várias decisões inter-relacionadas são, muitas vezes, tomadas por diferentes indivíduos ou órgãos no interior do próprio governo, como o Ministério da Saúde, o Ministério da Fazenda ou o Ministério do Desenvolvimento e Bem-Estar Social, e por vários departamentos e divisões a eles vinculados, resultando num processo de *policy-making* muito mais complexo. (HOWLETT; HAMESH; PERL, 2013, p. 103)

Considerando a participação dos atores nesse processo, é relevante observar que a definição da política pública não se restringe à busca dos registros oficiais da tomada de decisão governamental presente em leis, regulamentações e atos oficiais, mas inclui ainda os atores estatais e societários envolvidos nos processos de tomadas de decisão e sua capacidade de influenciar e agir.

No campo da comunicação, a identificação do problema público pode ser associada à histórica concentração dos meios televisivos no país, motivo pelo qual as entidades da sociedade civil organizada vêm cobrando medidas para democratizar os meios de comunicação.

Apesar de buscar colocar o tema em debate, cumpre lembrar que nem todos os atores estão de acordo com o que constitui um problema político ou uma solução adequada.

Além disso, a análise tanto dos problemas como das soluções é ainda mais limitada pelo estado atual do conhecimento referente aos problemas sociais e econômicos bem como pelas ideias, normas e princípios que esses atores políticos têm sobre o que eles consideram caminhos apropriados a serem seguidos. Deste modo, a dificuldade para estabelecer consensos em torno de uma agenda comum faz parte das discussões sobre a atuação dos atores sociais.

4 | O RELATÓRIO MACBRIDE E A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Em meados da década de 1970, a problemática da monopolização dos meios de comunicação em nível mundial passou a ser alvo de debates internacionais. A preocupação com o tema, por parte de países em desenvolvimento, desencadeou reuniões entre pesquisadores, associações acadêmicas e setores sociais, tendo como pauta o debate acerca da necessidade do estabelecimento de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic).

A discussão, que perdurou por vários anos, teve repercussão no âmbito da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), cujo papel foi central na inserção do assunto entre países desenvolvidos e em fase de desenvolvimento na época.

A Unesco foi o primeiro organismo multilateral a elaborar um documento – o Relatório MacBride (Um mundo, muitas vozes) – sobre as implicações da concentração da mídia, com a contribuição de representantes de 16 nações.

Segundo o texto, a comunicação havia alcançado tamanha importância,

mesmo nas sociedades cujos meios são propriedade privada do Estado, impondo a necessidade de alguma forma de regulação e partindo do enfoque do Estado como guardião do pluralismo.

Outro aspecto a ser considerado no relatório é a menção à expressão democratização da comunicação. Conforme o texto:

Não há dúvida de que o melhor remédio para os males que afetam agora as comunicações seria a sua maior democratização. Por definição é o público quem se interessa por uma comunicação mais abundante, melhor e mais livre, mas deve estabelecer-se um enfoque mais democrático para que possa escutar sua voz. Desta forma, os indivíduos poderiam deixar de encontrar-se como extremos receptores e converter-se em sócios ativos do processo de comunicação, o que aumentaria a diversidade das mensagens e melhoraria o grau de qualidade da participação do público (UNESCO, 1993, p. 144).

A publicação de 1980 ainda chamou a atenção para a relevância de iniciativas e esforços adotados para romper as barreiras tradicionais e incluir o público nas políticas de comunicação. Por meio desses canais alternativos, segundo o informe, as comunidades e os usuários dos meios massivos começam a participar dos processos de tomada de decisões, apesar do reconhecimento de dificuldades para se garantir a representação popular, nem sempre fácil de ser iniciada, em especial nos países em desenvolvimento, nos quais o sistema de comunicação segue em construção (UNESCO, 1993).

Desta forma, segundo MacBride, “em toda ação que se tome para tornar mais democráticas as comunicações se encontra a necessidade de uma consciência crítica maior por parte do público” (UNESCO, 1993, p. 148). Um exemplo estaria na formação de grupos de cidadãos para expressar as suas preocupações por meio de conselhos locais ou nacionais.

No plano teórico, Barros (2014) enfatiza que a noção conceitual de democratização da comunicação reflete essencialmente a projeção prática de um modelo de mídia que, mesmo ainda pouco desenvolvido academicamente, mostra indícios de alinhamento teórico com ideais democráticos conhecidos tanto na literatura da área como na história de discussões políticas e culturais da América Latina.

Para Leal Filho (2010), a contribuição mais elaborada para a tentativa de democratizar a comunicação consta no relatório MacBride. Segundo o autor, a lógica da concentração de empresas, determinada pelo processo de acumulação capitalista, restringe o acesso da sociedade aos bens materiais e simbólicos produzidos. Logo, a democratização da comunicação é “um processo no qual indivíduos e organizações da sociedade mobilizam-se com o objetivo de ampliar o número de atores envolvidos na produção, difusão e circulação de informações” (LEAL FILHO, 2010, p. 367).

O teor do relatório MacBride sofreu retaliações, inclusive dos Estados Unidos e Reino Unido, que saíram da Unesco em décadas seguintes, deixando a organização em grave situação financeira de manutenção das atividades. Grupos de mídia também combateram aspectos abordados no informe.

Ainda que tenha sido combatido, o relatório assume relevância por ter trazido à tona o desequilíbrio no acesso à informação entre os países. Com a onda neoliberal, o problema da concentração midiática apontado inicialmente pelo relatório se aprofundou, sendo atuais muitas das recomendações elencadas na década de 1980.

5 | A DEMOCRATIZAÇÃO NO CONTEXTO BRASILEIRO

Os debates acerca da democratização da mídia também repercutiram no Brasil. Jambeiro (2001) lembra que professores, pesquisadores e jornalistas, sob influência da discussão promovida pela Unesco, começaram a debater as possibilidades da entrada de novos atores no processo de regulação da indústria brasileira de TV.

O movimento pela democratização da comunicação no Brasil se inicia na década de 1980. De acordo com Souza (1996), o embrião para a formulação de uma proposta de lutas pela democratização da comunicação surgiu a partir de debates entre professores e alunos do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Tais propostas foram apresentadas e defendidas como teses publicamente pela primeira vez no IV Encontro Nacional de Estudantes de Comunicação, realizado de 26 a 28 de setembro de 1980, em Curitiba (PR).

De forma mais sistematizada, a mobilização ocorre no contexto da redemocratização do país, com a criação da Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas de Comunicação, em 4 de julho de 1984.

A organização foi criada com a divulgação de um manifesto assinado por seis entidades: Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), Associação Brasileira de Imprensa (ABI), Federação das Associações dos Moradores do Rio de Janeiro, Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (ABEPEC), Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Catarina e Centro de Estudos de Comunicação e Cultura. No início de 1985, a frente reunia 45 entidades e 27 parlamentares. Com a Assembleia Nacional Constituinte, o grupo exerce papel de articulação na aprovação do capítulo da Comunicação Social na Constituição de 1988.

Em 1991, os setores sociais organizados deram origem ao Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), organização que se tornou o principal ator da sociedade civil na condução dos debates sobre a democratização da comunicação no país. Três anos depois, o fórum aprova as “Bases de um programa para a democratização da comunicação no Brasil”, documento que serviria de referência na interlocução junto ao Estado e ao mercado para discutir a democratização da mídia.

Conforme o documento,

A luta pela democratização da comunicação passou a ser encarada como um esforço que deve ser permanente, como uma atitude a ser despertada nos cidadãos, estimulada na sociedade, compreendida no setor privado e impulsionada pela ação do Estado, de modo que, com esse enfoque, se tem uma única certeza: nunca teremos uma plena democratização da comunicação. O alcançável é um determinado grau de democratização que será, permanentemente, recorrente ao

Para o FNDC, as bases para democratizar a mídia envolvem a implementação de um conjunto de ações voltadas para permitir um diálogo entre o Estado, o setor privado e a sociedade civil no intuito de promover uma efetiva política de comunicação no país.

Com base em documentos do fórum, os principais problemas que retardam avanços na área têm relação com a concentração; o uso indevido das outorgas de concessões de frequências de rádio e canais de televisão como instrumentos de barganha política e eleitoral e troca de favores; a ausência de transparência na renovação das concessões e a falta de diversidade e de pluralismo nos meios de comunicação.

Conforme explica Moraes (2011), tornam-se essenciais a discussão e a fixação de parâmetros de interesse social para a definição de linhas gerais de programação das empresas concessionárias de rádio e televisão, a renovação de marcos regulatórios para as outorgas de canais e o fomento ao audiovisual independente.

Para tanto, um dos caminhos seria o controle democrático da mídia, que deveria “corresponder ao advento de práticas democráticas na elaboração de políticas públicas para a área das comunicações, com a possibilidade de incidência democrática da sociedade sobre o conteúdo dos veículos de comunicação” (FÓRUM, 1994, p.21).

Segundo Jambeiro (2001), o FNDC sustentava que, como as frequências eletromagnéticas são propriedade pública, os serviços de TV são naturalmente serviços públicos, e não privados. Para o Fórum, o Estado é um agente central no setor para não só conceder frequências, mas igualmente para assegurar o atendimento de necessidades sociais básicas como a pluralidade das fontes, e impedir a formação de monopólios e oligopólios.

Logo, o estabelecimento de novas relações entre os principais atores que integram o debate e a formulação de políticas de comunicação à altura de acolher a participação da sociedade no seu processo de implementação e a incidência democrática sobre os conteúdos veiculados seriam elementos decisivos para alavancar as medidas para a democratização.

6 | A CONFECOM E OS PRINCIPAIS ATORES EM DISPUTA

O ambiente brasileiro da radiodifusão é composto por poucos atores sociais quando se analisa o debate acerca das políticas públicas de comunicação. Em geral, os principais atores envolvidos na disputa de interesses nessa questão são o Estado, o empresariado e a sociedade civil organizada.

Por motivos históricos, o Estado é um ator que teve centralidade na formulação de políticas públicas para o setor da radiodifusão, em especial na garantia da expansão da infraestrutura dos serviços de comunicação. Liedtke (2003) chega a mencionar

esse ator estatal como único formulador das políticas na área, as quais, por sua vez, contemplaram os interesses dominantes.

Nos estudos de políticas públicas, Howlett, Hamesh e Perl (2013) reconhecem a relevância do Estado em efetivamente conduzir as políticas, pois, segundo os autores, ainda que outros atores participem e estejam envolvidos no processo, a autoridade de desenvolver e implementar políticas repousa, em última análise, no Executivo.

Um segundo ator comumente ligado à temática é o empresariado da radiodifusão, que reúne os principais grupos de televisão aberta no país, incluindo a TV Globo, Rede Record, Bandeirantes e SBT. Ao longo da história, esse ator não-estatal, que se manifesta contrariamente às propostas de democratização da mídia, foi favorecido pelas políticas implementadas pelo Estado.

O terceiro ator é a sociedade civil organizada, grupo que articula atividades e busca fazer a discussão sobre a democratização da mídia, tendo em vista as dificuldades de negociação com os outros dois atores: o bloqueio do debate promovido pelo empresariado da radiodifusão e a inércia do Executivo em definir e efetivar políticas democráticas para a área.

Em 2009, a realização da 1ª Confecom (Conferência Nacional de Comunicação) representou um marco para a área, ao possibilitar o encontro dos três principais atores para discutir as políticas públicas para o setor. O objetivo era construir um espaço para o debate amplo, democrático e plural com a finalidade de elaborar propostas orientadoras para uma política nacional de comunicação (CONFECOM, 2010).

As 633 resoluções aprovadas na Confecom, que deveriam orientar as políticas da área na atualidade, previam, entre outros aspectos, o combate à concentração da mídia, a realização de consultas e audiências públicas nos procedimentos de renovação das concessões e o fortalecimento do sistema público de comunicação.

Após a conferência setorial, as propostas não prosperaram. Em 2011, o então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, anunciou que o Executivo pretendia discutir um novo marco regulatório da comunicação, mediante a realização de uma consulta pública com a sociedade.

A proposta foi bem recepcionada pelos atores da sociedade civil, mas refutada pelo empresariado da radiodifusão. O governo federal recuou e o tema não voltou a ser tocado em um debate público. Com isso, as resoluções da Confecom requerem medidas dos poderes Executivo e Legislativo para terem andamento.

A discussão em si sobre a democratização da mídia tem sido feita pela sociedade civil organizada, representada pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), organização de maior representação que agenda o tema, mas não tem conseguido influenciar as decisões políticas com encaminhamentos práticos.

A par do contexto brasileiro de regulação e considerando a correlação de forças envolvidas, cumpre ressaltar que as políticas públicas de comunicação empreendem um conjunto de ações do Estado visando ao interesse público. No caso em tela, as políticas regulatórias devem ser adotadas pelo ente estatal por meio de mudanças

legais para regular as atividades das empresas privadas que exploram o serviço público de rádio e televisão.

Essas medidas, por parte do poder público, devem assegurar os direitos dos cidadãos. Desta forma, ao se pensar o papel regulador do Estado no âmbito das comunicações:

Há uma série de coincidências nos modos de repensar a atuação do Estado, a começar pelo entendimento de que as questões comunicacionais dizem respeito, na maioria das vezes, aos interesses coletivos. Não podem cingir-se a vontades particulares ou corporativas, pois envolvem múltiplos pontos de vista. Cabe ao Estado um papel regulador, harmonizando anseios e zelando pelos direitos à informação e à diversidade cultural. Também existe consenso quanto à importância de se repor o papel do Estado como articulador e gestor de plataformas de comunicação e como fomentador de espaços autônomos de expressão no seio da sociedade civil, evitando-se que os canais informativos e de entretenimento fiquem concentrados no setor privado. (MORAES, 2011, p. 63)

Com a preponderância do sistema comercial no Brasil, cujo destaque se dá na dimensão alcançada pela TV aberta, a intervenção do poder público se justifica pela natureza da prestação do serviço. A concentração da mídia reduz as liberdades democráticas, ao veicular o pensamento único e limitar o pluralismo de ideias e a diversidade de conteúdos.

Em consonância com os padrões internacionais, também deveria haver mudanças nas concessões, que consistem na distribuição organizada das parcelas do espectro de transmissão entre diversas emissoras.

Para Mendel e Salomon (2011), sem um sistema de licenciamento, não há ordem para o uso do espectro e as emissoras mais fortes tendem a dominar o uso das frequências de radiodifusão. Portanto, uma prática que poderia servir ao quadro brasileiro seria a elaboração de um plano de espectro, a ser elaborado mediante consulta pública, garantindo o compartilhamento balanceado das frequências entre emissoras públicas, privadas e comunitárias.

7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A democratização da mídia no Brasil foi impulsionada com a realização da 1ª Confecom, em 2009. O evento demonstrou o fortalecimento do movimento social em propor um debate público junto ao Executivo a respeito da construção de políticas públicas para o setor.

O assunto está na agenda do FNDC, mas enfrenta a histórica resistência do segmento de radiodifusão e a inércia do Estado em implementar as políticas reivindicadas para a área. Compreende-se que o estabelecimento de novo marco regulatório é condição para o país se adequar aos padrões internacionais, medidas já adotadas inclusive por vários países latino-americanos.

Ocorre que a garantia de mudanças não se encerra na aprovação de novas leis e regulamentos. Trata-se de um processo que precisa ser contínuo, democrático e com

a participação de todos os atores relacionados ao setor nas tomadas de decisões.

A criação de uma real política pública de comunicação requer o acompanhamento constante da sociedade, desde a identificação do problema público e da formulação da política até a sua avaliação e mensuração de resultados.

Conclui-se que a democratização da comunicação se dá quando há equilíbrio entre os sistemas de mídia de um país, havendo espaços equânimes para meios comerciais e públicos, além de diversidade de conteúdos e de vozes, garantindo o pluralismo midiático. Sem essas condições, cabe ao Estado intervir sobre o mercado e assegurar a participação democrática.

REFERÊNCIAS

BARROS, C. Dimensões da democratização da comunicação: uma contribuição para sua discussão teórico-conceitual aplicada às políticas de mídia. **Revista Comunicação Midiática**, v.9, n.1, p.197-214, jan-abr. 2014.

BOLAÑO, C. **Mercado brasileiro de televisão**. 2.ed. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe; São Paulo: EDUC, 2004.

CABRAL, A. Economia política da comunicação no Brasil: terreno fértil para análises maduras. In: BRITTOS, V.; CABRAL, A. (Orgs.). **Economia política da comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. p.76-88.

CONFECOM. **Caderno da 1ª Conferência Nacional de Comunicação**. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2010.

FÓRUM Nacional pela Democratização da Comunicação. **Bases de um programa para a democratização da comunicação no Brasil**, 1994. Disponível em: <<http://www.danielherz.com.br/system/files/acervo/ZE+MIGUEL/Carta+de+Salvador/Bases+de+um+Programa+para+a+Democratizacao+da+Comunicacao+no+Brasil.pdf>>. Acesso em 10 nov. 2016

HOWLETT, M.; RAMESH, M.; PERL, A. **Política Pública, seus ciclos e subsistemas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

JAMBEIRO, O. **A TV no Brasil no século XX**. Salvador: Edufba, 2001.

LEAL FILHO, L. L. **Democratização da comunicação**. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. 1 v.

LIEDTKE, P. F. Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil. **Revista Em tese**, Florianópolis, v.1, n.1, p.39-69, ago-dez, 2003.

MENDEL, T; SALOMON, E. O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros. **Série Debates CI**, Brasília: Unesco, n. 7, fev. 2011. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001916/191622por.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2016.

MORAES, D. **Vozes abertas da América Latina**. Rio de Janeiro: Faperj, 2011.

MOSCO, V. **The political economy of communication**. Londres: Sage, 2009.

SOUZA, M. V. **As vozes do silêncio**: o movimento pela democratização da comunicação no Brasil. Florianópolis: Diálogo, 1996.

UNESCO. **Un solo mundo, voces múltiples**. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-027-8



9 788572 470278