

Muitas vozes, poucos canais



(Ilustração: Diego Carrilho)

MÍDIA O controle da informação e a seletividade na seleção de notícias relacionadas aos escândalos de corrupção dos últimos anos têm dado força ao movimento pela democratização dos Meios de Comunicação

André Luiz Risco Padilha

Televisão, rádio, revistas, jornais. Há muitos anos, convivemos com todos estes meios de comunicação em nosso dia a dia. Estão presentes desde a hora em que acordamos, com o jornal da manhã, durante a tarde, com uma novela e, de noite, relembando as notícias que mais marcaram o dia.

É impossível não admitir que eles realmente exercem uma grande influência em nossas vidas e que, muitas vezes, determinam nossas escolhas, atitudes e posicionamentos diante dos fatos. Sabendo dessa grande força que os meios de comunicação exercem sobre cada um de nós, nos vem o questionamento: por que eles estão nas mãos de tão poucos?

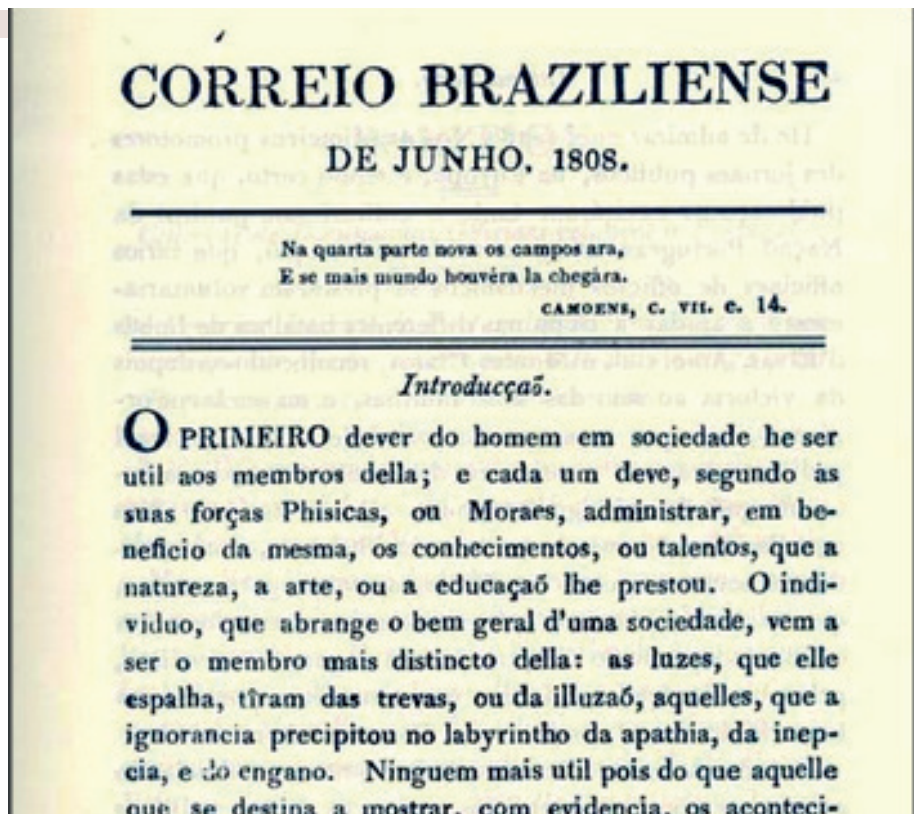
Esta é a pergunta que a sociedade, através de organizações não governamentais, está fazendo atualmente e que gerou o desejo por meios de comunicação mais democratizados. Mas, antes de falarmos sobre a democratização dos meios de comunicação, que tal lembrar um pouco da história deles aqui no Brasil?

A Imprensa nacional

O primeiro jornal que circulou pela colônia foi o Correio Brasiliense, dirigido por Hipólito da Costa. Era impresso em português e destinado ao público luso-brasileiro, porém, sua impressão era feita em Londres. A partir de 1808 com a chegada da Família Real, que trouxe consigo uma prensa, autorizaram a produção de material impresso com a finalidade exclusiva de documentar a legislação e papéis diplomáticos. Surgia assim a Imprensa Régia.

Data também deste período, o primeiro registro de censura no país, que proibia a publicação de qualquer documento que fosse contra os ideais da religião, do governo, e dos bons costumes, e foi sob estas condições que surgiu o primeiro jornal produzido no país, a Gazeta do Rio de Janeiro, publicado a 10 de setembro de 1808. O Correio Brasiliense circulou no Brasil até 1820, quando por perseguições do Reino, pela dificuldade de acompanhar de fora do país os fatos de maior interesse para a população local, e pela concorrência com a imprensa feita no país, ele parou de ser veiculado.

Por volta de 1824, já no período imperial, a crise na agricultura de exportação e a questão da Cisplatina diminuem o prestígio do imperador e incitam reivindicações de participação



Reprodução da primeira edição do primeiro jornal que circulou no Brasil, o Correio Brasiliense

política, o que culmina na criação de jornais de oposição. Mesmo a manutenção da censura não impede que grupos de ideologias divergentes levem à imprensa suas opiniões políticas.

Muitos jornais circulavam nas províncias do Reino como, por exemplo, Aurora Fluminense, A Gazeta do Brasil e o Observador Constitucional, fazendo críticas diretas ao imperador, que circulou até 1830, quando o jornalista Líbero Badaró foi assassinado (tornando-se mártir na luta contra o autoritarismo de dom Pedro I). Segundo os manifestantes, Líbero Badaró teria dito, antes de morrer, em um de seus discursos, que pode morrer um liberal, mas não morre a liberdade.

A República surge no Brasil através de um golpe militar, a 15 de novembro de 1889. Os republicanos conseguiram o apoio do Exército, que era o único capaz de derrubar a

Monarquia, e como consequência, as elites tiveram de se adequar ao novo regime político.

Em 1890, o governo suspendeu a censura à imprensa e, muitos jornais, ao verem-se livres, tecem críticas severas ao governo; dentre eles destacamos A Tribuna do Rio de Janeiro, que por usufruir de tal liberdade foi destruída por um grupo do governo. Mais tarde, nos anos 20, ocorre a Semana de Arte Moderna e a introdução da radiodifusão no Brasil. O movimento modernista se utilizou da imprensa para difundir as suas propostas e também para criticar a arte brasileira vigente (romantismo, realismo e parnasianismo).

O Estado de São Paulo, que anos antes publicou a crítica arrasadora de Monteiro Lobato à exposição de Anita Malfatti, desta vez cobriu o evento com imparcialidade. Além disso, muitos escritores modernistas trabalhavam nos jornais e se encarregaram

(Foto: Divulgação)

de divulgar as ideias da Semana de Arte Moderna de 1922.

A primeira aparição do rádio no Brasil ocorreu numa exposição realizada no Rio de Janeiro em 1922. No entanto, a radiodifusão brasileira teria início apenas um ano mais tarde com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquete Pinto e Henry Morize. A expansão deste meio de comunicação ocorreu de forma vertiginosa e várias outras emissoras foram criadas.

Como não era permitida a publicidade nas rádios, estas se expandiam através de grupos associados e sua programação era predominantemente de cunho educativo. A partir daí a história dos meios de comunicações se fez presente cada vez mais dos fatos sociais, políticos e históricos nesse nosso Brasil.

A mídia hoje

Segundo o site donosdamidia.com.br, no Brasil, o Sistema Central de Mídia é estruturado a partir das redes nacionais de televisão. Mais precisamente, os conglomerados que lideram as cinco maiores redes privadas (Globo, Band, SBT, Record e Rede TV!) controlam, direta e indiretamente, os principais veículos de comunicação no País. Este controle não se dá totalmente de forma explícita ou ilegal. Entretanto, se constituiu e se sustenta contrariando os princípios de qualquer sociedade democrática, que tem no pluralismo das fontes de informação um de seus pilares fundamentais.

Desde a década de 1960, a configuração do sistema de redes nacionais foi sendo construída com duas características básicas: forte apoio

dos recursos públicos e um modelo de negócios baseado na afiliação de grupos regionais privados a esses conglomerados nacionais. Até hoje, cerca de um terço das prefeituras municipais e outra parcela substancial de empresas públicas estaduais financiam a interiorização dos sinais das redes comerciais.

Segundo levantamento realizado pelo mesmo site, existem no Brasil 9.477 veículos de comunicação. 34 é o número de redes de TV no Brasil e 1.511 é o número total de veículos ligados a essas redes e a seus respectivos grupos afiliados. Ainda segundo o site, 20 é o número de redes de rádios FM e OM.

O Projeto Donos da Mídia define grupos nacionais de mídia como o conjunto de empresas, fundações ou órgãos públicos que controlam mais de um veículo, independentemente de seu suporte, em mais de dois Estados. Aqui são registrados 41 grupos de abrangência nacional e 551 veículos controlados pelos grupos nacionais.

Agora o mais impressionante: 19.466 é o número de pessoas que aparecem no site como sócias ou dirigentes de algum veículo de comunicação, grupos de mídia ou redes nacionais de televisão. Existem ainda senadores, deputados, governadores, prefeitos ou vereadores que possuem em seu nome - contrariando a Constituição Federal - outorgas de rádio e televisão.

A luta pela democratização

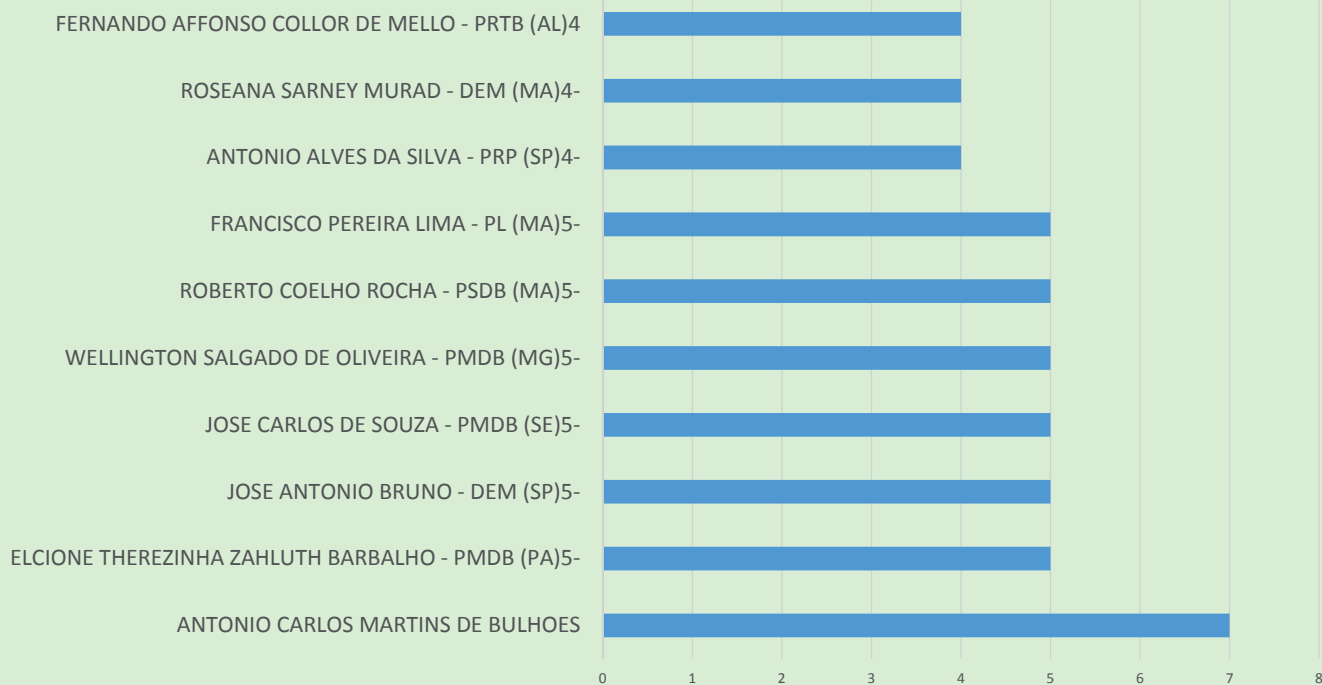
Nos anos 1990, começa a surgir no Brasil um movimento em favor da democratização dos meios de comunicação. É no meio dessa discussão que surge o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).



(Foto: NPC - Núcleo Piratininga de Comunicação)

Manifestação de entidades da sociedade civil pela democratização da mídia, realizada diante da sede da Globo no Rio de Janeiro

10 POLÍTICOS COM MAIOR NÚMERO DE VEÍCULOS NO PAÍS



(Gráfico: Diego Carrilho)

Dados: osdonosdamidia.com.br



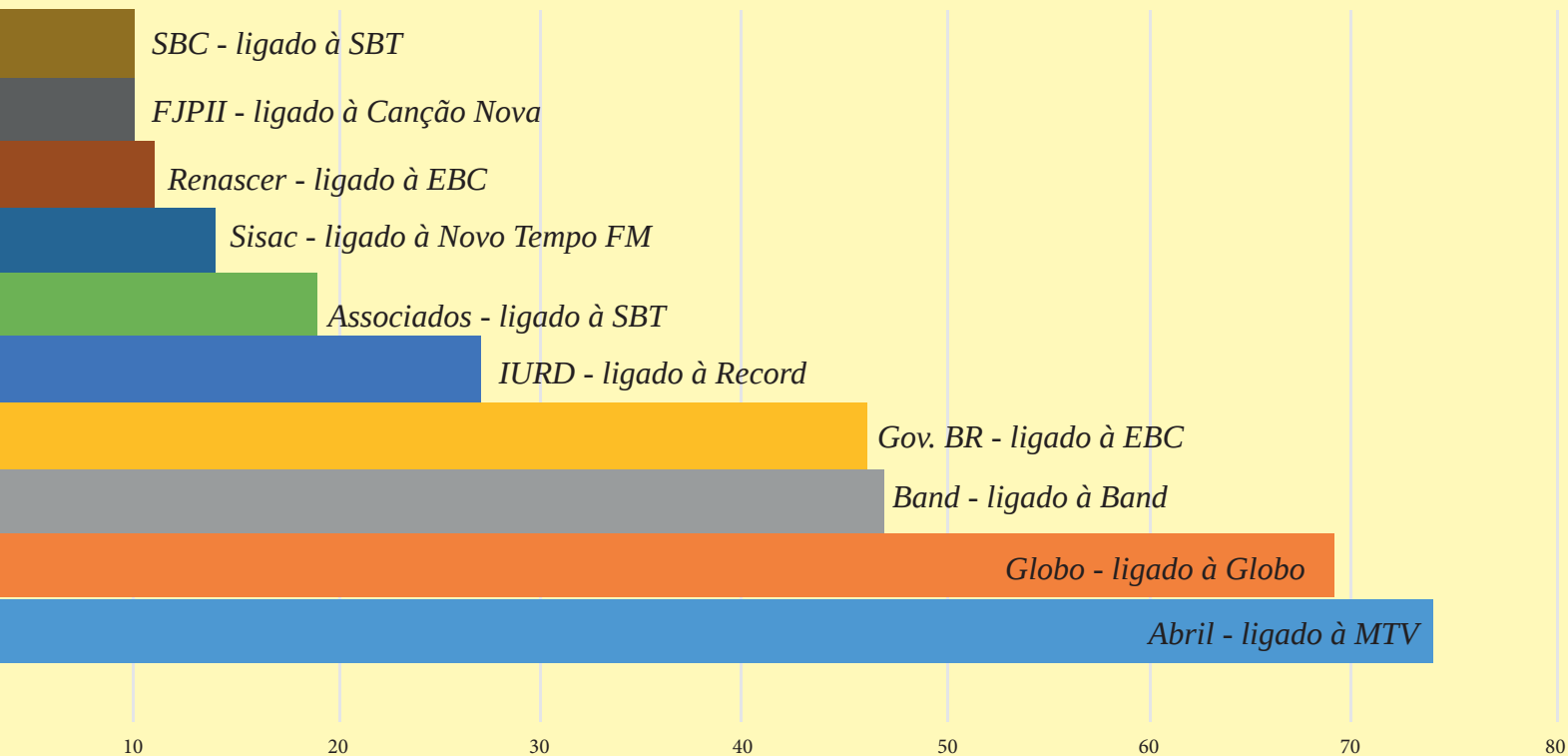
(Foto: Rogério Hilário/CUT-MG)

Flashdo último Encontro Nacional de Direito à Comunicação realizado em Belo Horizonte de 10 a 12 de abril de 2015

O FNDC foi criado em julho de 1991 como movimento social e transformou-se em entidade em 20 de agosto de 1995. Foi atuante na finalização dos trabalhos da Assembleia Nacional Constituinte que preparava a nova Constituição Federal. Como resultado de seu trabalho, ao final da Constituinte, foi instituído o capítulo V da Carta Magna, com artigos que tratam especificamente da Comunicação. Porém o resultado não foi tão promissor quanto as expectativas do movimento à época, as entidades de classe que formavam a então Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação (FNPDC) decidiram que era preciso manter um esforço permanente de mobilização e ação na busca de políticas que democratizassem de

→

os dez maiores grupos de mídia nacionais ligados às Redes de TV



Dados: osdonosdamidia.com.br

(Gráfico: Diego Carrilho)

fato a área. Assim, criaram, em 1991, a associação civil FNDC, com atuação no planejamento, mobilização, relacionamento, formulação de projetos e empreendimento de medidas legais e políticas para promover a democracia na Comunicação.

Em mais de vinte anos de existência, o Fórum fez história ao participar de lutas políticas como a concepção do conceito de Radiodifusão Comunitária, a regulamentação da cabodifusão, a reforma da Lei de Imprensa e a criação do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional (CCS). A entidade encabeçou uma campanha contra a aprovação da Emenda Constitucional que permitia a entrada de capital estrangeiro em empresas de comunicação e também publicou uma pesquisa referência sobre a concentração da mídia no Brasil: “Os Donos da Mídia”.

Nas últimas décadas, diversos movimentos sociais engrossaram fortemente o movimento pela democratização da mídia e pela pluralidade dos meios de comunicação. A principal bandeira deste movimento continua sendo quebrar o controle hegemônico dos conglomerados de comunicação no Brasil que está nas mãos de poucas famílias e a serviço de grandes interesses políticos e econômicos.

A atuação de diversos movimentos sociais que buscam por mídias alternativas não é um fato recente. Já no período da resistência à ditadura civil-militar instalada no país em 1964, esses grupos lutavam pela democratização da mídia, educação para mídia e por uma mídia comunitária. Nesse período, o jornalismo sindical se fortalece no cenário político brasileiro visando a mobilizar a classe trabalha-

dora que desejava mudanças e reconhecimentos das esferas públicas.

Um avanço no debate

O movimento pela democratização da mídia se fortaleceu muito nos anos do Governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva. Diversas conferências que buscavam discutir a democratização dos Meios de Comunicação, com reivindicações e organizações de movimentos sociais, tiveram o apoio do Governo Lula (2003-2010) que se propôs a dialogar com esse movimento. O Brasil teve mais de 100 conferências e 70 dessas ocorreram durante a esse período.

Mesmo com o impulso dado pelo então governo, o movimento pela democratização da mídia encontrou dificuldades em obter uma unanimidade em relação às bandeiras que de-

fendia. Pela complexidade do tema, os setores envolvidos nessa questão, como o empresariado, o Poder Público e a sociedade civil não chegam a um consenso, comprometendo o movimento devido a interesses próprios de cada um deles.

O setor empresarial, que possui vínculos econômicos e políticos com os conglomerados de comunicação, recusa-se a participar do processo de discussões, por acreditar que essas medidas debatidas podem ferir a liberdade de imprensa e ir de encontro à Constituição Federal. Porém, é necessário ressaltar que isso não significa um consenso, pois outra parcela se presta a participar dessas discussões. A disputa de forças internas dentro do debate da democratização da mídia mostra a fragilidade e necessidade de organização do movimento.

Segundo a jornalista, mestre e doutora em Comunicação e Semiótica, Christiane Bôa Viagem, democratizar os meios de comunicação seria criar a possibilidade de um número maior de instituições, grupos, se utilizar dos meios de comunicação. Ela lembra que hoje temos pouquíssimos grupos que tomam conta da quase totalidade dos veículos de comunicação do país. Ou seja, a população brasileira tem pouquíssimas opções de escolhas, principalmente, do que assistir e ouvir e isso restringe a circulação de ideias, de opiniões, das discussões de diferentes pontos de vistas etc.

Para Bôa Viagem, que coordena o curso de Jornalismo da Faculdade Asces, um exemplo clássico é o da própria Rede Globo. Ela atinge 99% dos municípios brasileiros, e, durante anos, chegou a ter 70 a 80% de audiência no país inteiro. Em algumas no-

Como pode um país deste tamanho, com milhões de pessoas, ter a maioria destas assistindo a uma única rede de televisão? A ideia não é tirar a Rede Globo do ar. A ideia é dar espaço para que outras emissoras possam ser constituídas e, assim, termos muito mais opções, inclusive com o aumento da programação local, regional

Christiane Bôa Viagem, jornalista, mestredoutora em Comunicação e Semiótica



velas, o último capítulo chegou a marcar 100% de audiência. “Como pode um país deste tamanho, com milhões de pessoas, ter a maioria destas assistindo a uma única rede de televisão? A ideia não é tirar a Rede Globo do ar. A ideia é dar espaço para que outras emissoras possam ser constituídas e, assim, termos muito mais opções, inclusive com o aumento da programação local, regional”, afirmou.

Ainda, segundo a jornalista, se vivemos num país democrático, a mídia também deve ser feita por muitos e para muitos, e não como está. Como afirma o slogan da 3ª Semana de Comunicação Pública de Pernambuco, que aconteceu pela primeira vez em Caruaru este ano, “regulamentar a mídia é democratizar o Brasil”. “Esta frase diz muito”, afirma a professora.

Bôa Viagem fez questão de reforçar ainda que democratizar é poder oferecer a população várias visões de mundo, ou seja, vários veículos que pensam e se posicionam diferente. Deste modo, as pessoas poderão observar os vários lados das notícias, dos fatos, dos acontecimentos, conhecer diferentes opiniões e diferentes argumentos sobre determinados posi-

cionamentos. “É assim que vão poder elaborar seus próprios pensamentos, ter suas próprias opiniões”, opina.

“Só para citar um exemplo: a barganha dos cinco anos de duração do governo Sarney se pautou na concessão de emissoras de rádio e TV para os políticos que votassem a favor do Governo. Este fato evidencia o interesse dos políticos pela capacidade que os veículos de comunicação têm em propagar ideias. Mesmo naquela época, políticos não podiam ser proprietários, sócios ou diretores de nenhum veículo de comunicação. No entanto, ainda hoje temos esta prática. E esta atitude fere a Constituição. É crime!”, afirmou a acadêmica.

Para Christiane Bôa Viagem, felizmente o Movimento pela Democratização da Mídia vem se fortificando cada vez mais e o ambiente acadêmico também está fazendo a sua parte. A esse respeito, ela destacou que “em Pernambuco, por exemplo, temos uma rede de instituições de ensino superior em comunicação e entidades que apoiam esta ideia e há três anos promovem a Semana da Comunicação Pública, um espaço para discutir esta democratização”.