

Direitos e a Grande Mídia Brasileira

Rights and the Great Brazilian Media

Derechos y de los Grandes Medios de Comunicación de Brasil

Droits et le Grand Médias Brésiliens

Flávia Cristina Silveira Lemos*
flavazevedo@hotmail.com

Dolores Galindo**
dolorescristinagomesgalindo@gmail.com

Gustavo Ferreira Queiroz***
gustavo.f.q3@gmail.com

Thais de Souza Nogueira****
thaisnogueira_@hotmail.com

Nathalia Dourado Frazão Costa*****
nathaliadourado@hotmail.com

* Psicóloga, mestre em Psicologia e doutora em História Cultural pela Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”. Atualmente é docente no Programa de Pós-Graduação em Educação e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Pará, Belém, Pará, Brasil.

** Psicóloga pela Universidade Federal de Pernambuco, mestre doutora em Psicologia Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil. Atualmente é professora do departamento de Psicologia e do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.

*** Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Pará, Belém, Pará, Brasil.

**** Psicóloga e mestranda em Psicologia pela Universidade Federal do Pará, Belém, Pará, Brasil.

***** Psicóloga, jornalista e mestre em Psicologia pela Universidade Federal do Pará, Belém, Pará, Brasil.

Resumo

Suscitando os temas das lutas por democratização da mídia e os discursos dos meios de comunicação, procuramos demonstrar as influências que esses veículos podem surtir, assim como evidenciamos um pouco da genealogia de Michel Foucault. Dessa maneira, tentamos dar as pistas para uma investigação dos efeitos de poder produzidos pelas práticas midiáticas frente aos direitos de crianças e adolescentes, associando as formas como a mídia se articula, as lutas que estão sendo travadas e as suas implicações sobre seus corpos. Por fim, concluímos que a mídia brasileira ainda é muito resistente à pauta de direitos e forja relações de saber e poder que se cristalizam em processos de dominação, no Brasil, ainda hoje.

Palavras-chave

Democratização da Mídia, Genealogia, Direitos, Foucault, Poder.

Abstract

Raising issues of struggles for democratization of the media, seek to demonstrate the influences that these vehicles can bear fruit, as we noted some of the genealogy of Michel Foucault.

Lemos, Flávia Cristina Silveira., Galindo, Dolores., Queiroz, Gustavo Ferreira., Nogueira, Thais de Souza., & Costa, Nathalia Dourado Frazão. (2015). Direitos e a Grande Mídia Brasileira. *Psicologia Política*, 15(32), 61-73.

Therefore, we try to give the clues to an investigation of the effects of power produced by reports of these institutions regarding the rights of children and adolescents; associating the ways the media articulates, the struggles that are waged and its implications on these subjects. Finally, we conclude that the Brazilian media is still very resistant and tariff duties and forge relations of knowledge and power that crystallize in processes of domination, in Brazil, even today.

Keywords

Democratization of the Media, Genealogy, Droits, Foucault, Power.

Resumen

Desde los temas de inspiración de las luchas por la democratización de los medios de comunicación y los discursos de los medios de comunicación, buscamos demostrar las influencias que estos vehículos pueden ocurrir, así como un poco de genealogía de Michel Foucault. De esta manera, tratamos de dar las claves para una investigación de los efectos de la energía producida por las prácticas de medios impulsado a los derechos de los niños y adolescentes, asociando las formas en que los medios de comunicación está articulado, las batallas que se libran y las consecuencias en sus cuerpos. Por último, podemos concluir que los medios brasileños es aún muy resistentes y derechos arancelarios y forjar relaciones de poder y saber que cristalizan en los procesos de dominación, en Brasil, incluso hoy en día.

Palabras clave

Medios Democratización, Genealogía, Derechos, Foucault, Poder.

Résumé

Soulever les questions de la lutte pour la démocratisation des médias et le discours des médias, nous cherchons à démontrer les influences que ces véhicules peuvent porter leurs fruits, comme en témoignent certains de la génération de Michel Foucault. De cette façon, nous essayons de donner les indices à une enquête sur les effets de l'électricité produite par les pratiques des médias avant les droits des enfants et des adolescents, reliant les façons dont le support est articulé, les luttes que se livrent et ses implications sur leur corps. Enfin, nous concluons que les médias brésiliens est toujours agenda des droits très résistant et forger des relations de connaissance et de pouvoir qui se cristallisent dans les processus de domination au Brésil aujourd'hui.

Mots clés

Médias Démocratisation, la Généalogie, Droits, Foucault, Pouvoir.

Introdução

Para entender os caminhos que devem ser trilhados, neste artigo, é necessário descrever e analisar as práticas de saber e poder, referentes à definição de mídia e que indicam sua conexão com a garantia, defesa e promoção dos direitos, quanto às suas implicações no campo de disputas de saber e poder em jogo. Para isso, será utilizado o aporte teórico de Michel Foucault e algumas contribuições da psicologia social e institucional. Examinar documentos, assim como descrevê-los e analisá-los, dentro de campo teórico delimitado, nesta pesquisa, significa pensá-los como resultado de práticas históricas as quais podem difundir os mesmos em várias formas, por meio de certas estratégias na sociedade. Esse tipo de análise pode ser feito pela genealogia de Michel Foucault e também em conversação com a Psicologia Política, na medida em que a mídia é constituída por práticas políticas, econômicas, sociais e produz subjetividade.

De acordo com Silva (2012), a psicologia política é da ordem transdisciplinar, movendo poderes, em campos da política representativa e participativa e não somente, pois também materializa disputas variadas, em muitos espaços e equipamentos, no cotidiano das relações. A Psicologia Política contribui para problematizações das práticas midiáticas e dos efeitos que forja. Assim, a mídia atravessa e fabrica os modos de ser e de agir e, no caso dos direitos está correlata aos mecanismos democráticos e até mesmo aos próximos dos dispositivos autoritários, criadores do medo e terror, em uma determinada sociedade e tempo. Os saberes difundidos e veiculados pelas mídias, em especial, os grandes aparatos da informação em formato de mercado das notícias opera pelo controle do discurso e pela seleção do que será publicado e do que não terá manchete e visibilidade.

Nesse sentido, o trabalho de Foucault (2004) sobre a ordem do discurso salienta as práticas de controle social dos saberes e como os discursos são filtrados, deslocados, apagados, silenciados, ampliados, minimizados, apropriados e difundidos, em certa sociedade. A psicologia política funciona nessa dimensão de poder e saber para criar modos de viver e pensar pelos atravessamentos discursivos midiáticos e opera encomendas de restrição de direitos, no caso brasileiro, em que se tem uma mídia ainda bastante autoritária, a serviço de políticos profissionais, aos interesses corporativos, aos aspectos conservadores e de consumo do entretenimento, no Brasil, historicamente.

Genealogia

Na genealogia, Foucault faz uma inversão, não buscando mais a possibilidade de existência dos saberes com base em sua própria organização, porém, procurando em condições externas uma explicação para a aparição de saberes, desde condições imanentes ao próprio saber, fugindo de uma concepção causal de sua produção e considerando a relevância política deles (Machado, 1982).

A partir dos livros *Vigiar e Punir* e *A História da Sexualidade I*, Foucault (1988; 1999) delinea os pressupostos da genealogia. Nesses livros, a novidade trazida “foi a introdução nas análises históricas da questão do poder como instrumento de análise capaz de explicar a produção de saberes”, nesse sentido, a “genealogia é uma análise histórica das condições políticas de possibilidade dos discursos” (Machado, 1982:188). É delimitada, assim, uma análise que provém da relação de poder e saber.

Nesse momento, a genealogia estabelece uma diferenciação de método, não partindo do aparelho estatal para fazer uma análise do poder. Nesse tipo de empreitada, o que se apresenta são formas diferenciadas de exercício do poder, as quais não se apoiam no Estado, pelo contrário, muitas vezes dão a possibilidade de exercício da ação do mesmo, sendo tipos concretos que se infiltram no corpo social, atuando como dominação nas práticas mais cotidianas e; por isso, denominada micropoder (Machado, 1982). Um ponto importante, então, é entender que, para a análise genealógica, o poder não emana do Estado, sendo esse um “instrumento específico de um sistema de poderes que não se encontra unicamente nele localizado, mas o ultrapassa e complementa” (Machado, 1982:190).

Assim, na sua investigação, Foucault parte dos mecanismos e técnicas de poder, começando de onde o poder se exerce para conseguir compreender quais são seus efeitos. Isso não quer dizer que o poder esteja situado no Estado, mas que não existe lugar privilegiado de exercício, sendo sua presença possível em todo o corpo social (Machado, 1982).

Assim, é importante observar que o poder não é algo que possa ser cedido, alienado ou transferido, que o poder não é uma coisa, porém, uma relação, sendo que a mesma se dá dentro do poder, pois nada está fora dele. Isso quer dizer que as próprias lutas contra o poder não fogem a sua rede e, da mesma maneira que o exercício de poder não tem um lugar único de exercício, a resistência a esse poder também se dá transitivamente, sempre ocupando novos espaços, no momento em que se travam esses embates (Machado, 1982).

Da mesma forma, o poder não é só repressão, não é só negatividade. O poder tem sua positividade, no sentido de que ele também produz, cria, faz novos arranjos e saberes (Machado, 1982). E é nesse modo de abordar as relações de poder que Foucault (1979) possibilita uma análise da emergência das práticas, construindo uma análise que busca na imanência do saber e do poder as condições de possibilidade dessas técnicas e dispositivos.

As análises das relações de poder e saber, em um documento, como os relatórios e as mídias, na esfera dos direitos tem sido também uma preocupação da Psicologia Política. A partir da genealogia, em que os poderes são práticas políticas, acoplados à produção da verdade de modalidades específicas de sujeitos e submetidos. Face à avalanche de informações despejada pelos oligopólios da imprensa televisiva, impressa, na internet, nas rádios entre outros suportes do mercado das notícias violadoras de direitos.

Agências internacionais, ligadas à Organização das Nações Unidas têm se preocupado com as produções das mídias brasileiras e dos efeitos pouco democratizantes da sociedade, no campo dos direitos, no Brasil, durante a Nova República, após a aprovação da Constituição de 1988. Apesar da liberdade de expressão estar garantida na carta constitucional, citada; apenas a lei não é suficiente para romper uma cultura política autoritária. Inclusive, Foucault (2011), no curso *A coragem da verdade* ressalta como geralmente prepondera uma hipocrisia na retórica dos meios de comunicação, em plena Democracia porque a tendência dos processos cristalizados é ganharem perspectivas repletas de filtros e apagamentos sob pena de que se alguém abrir a boca e insistir em quebrar esse pacto, ao arriscar-se pode até ser morto. No Brasil, há casos de jornalistas e integrantes de movimentos sociais que foram assassinados por publicarem discursos que não eram para ser veiculados na lógica da política cínica, no presente em que vivemos.

Assim, vale pensar como os direitos são veiculados e desqualificados pelas mídias e o que determinados relatórios de organismos multilaterais, tais como o Fundo das Nações Unidas para a Infância apontam a respeito dessas questões colocadas, nesse texto. Por exemplo, a

tortura do suplício que Foucault (1999) problematizou como mecanismo de vingança do soberano, durante a Idade Média e que supostamente não poderia ser aceita em sociedades democráticas é, muitas vezes, justificada e demandada pelas mídias, nas páginas policiais e nos programas televisivos de cunho policialesco. Esse acontecimento assinala e destaca o autoritarismo das grandes mídias brasileiras.

Comunicação no Brasil, Empresariamento Mercadológico

Existe uma clara concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos grupos empresariais, no Brasil. Somente três dos canais de televisão existentes controlam a maior parte do mercado de anunciantes, ficando a Globo em primeiro lugar (38%), seguida da rede Record (16%), e do SBT (13%) (Castro, 2011:18). Proporcionalmente aos números de investimentos que esses meios recebem em forma de anúncios, pode ser notado o quanto de audiência eles possuem.

Esse modelo não se dá somente no mercado televisivo, podendo ser verificado em todas as áreas de comunicação, como a imprensa escrita e os meios de radiodifusão em geral. A percepção da concentração de investimentos se acentua, quando é examinada a propriedade cruzada, ou seja, “a possibilidade de uma mesma empresa possuir veículos de comunicação em diferentes setores da radiodifusão e da imprensa escrita” (Castro, 2011:41), algo naturalizado no Brasil.

Se de um lado, a redemocratização brasileira excluiu a legitimidade da censura, que atualizava um Estado intervencionista, de outro, é certo que o neoliberalismo numa democracia de baixa intensidade pouco fez avançar em termos de participação cidadã. Opera-se, na atualidade, um intervencionismo midiático-religioso, posto que emissoras e espaços de veiculação têm sido agenciados por igrejas-empresa de cunho neopentecostal conservador, bem como a participação cidadã vem sendo traduzida como responsabilidade social e sustentabilidade tendo em vista a redução de impostos atrelada a ações assinaláveis nesta rubrica, donde se incluem programas sociais e divulgação de materiais produzidos por instituições humanitárias tais como UNICEF e Médicos Sem Fronteiras.

O controle dos meios de comunicação por alguns poucos grupos é uma característica relativamente comum na América Latina, sendo, por exemplo, o mercado de países como a Argentina, o Chile e o Peru dominado por algumas poucas empresas tradicionais (Castro, 2010:21). Existe ainda uma forte “troca de favores” entre os meios de comunicação e os poder executivo brasileiro, que se dá através das verbas públicas de publicidade. Segundo Castro (2011:43), isso ocorre da seguinte maneira:

A equação é simples: as empresas costumam fechar, com os governos, uma fatura, em troca de um perfil editorial favorável. A publicidade, em si, acaba sendo secundária: embora oficialmente os governos estejam contratando espaços publicitários, na verdade, estão “pagando por proteção”. E essas verbas, que podem alcançar até 1% do orçamento governamental do ano anterior, são, em geral, bastante volumosas, suficientes para financiar o ciclo produtivo da comunicação, mas não necessariamente suficientes para aplacar a sua voracidade.

Dentro de todo esse panorama, existe ainda um desrespeito claro à Constituição Federal, que, em seu art. 223, define: “compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão e

autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementariedade dos sistemas privado, público e estatal”. Dispõe o texto constitucional que o número de canais de rádio ou televisão privada, pública, “que possui uma programação definida pela sociedade civil, normalmente por meio de um conselho curador e comprometido com a qualidade, o laicismo, a função cultural e educativa”, e estatal, “que se destina, basicamente, a divulgar as ações e os programas do governo, bem como a prestar contas das ações do governo para a sociedade” (Castro, 2011:61), devem ser proporcionais uns aos outros. Porém, existe, na televisão aberta, somente um canal não privado, em nível nacional e de grande audiência, criado em 2008: a TV Brasil.

A forte ligação entre os meios de comunicação e a política ajuda o que Magrini e Rincón (2010) chamam de neopopulismo, na América Latina, ou seja, meios utilizados pelos governantes de seus respectivos países como forma de controle do meio político e manutenção do poder. Tal estratégia tem como principais características o apelo à figura carismática de um líder nacional (o presidente) e um dito contato direto com o povo, evitando o intermédio através de questionamentos de jornalistas, construindo uma ligação emocional com os governados (Magrini & Rincón, 2010:82).

No Brasil, diferentemente de outros países da América Latina, a concentração de recursos se dá mais no plano do empresariamento mercadológico do que no pela intervenção estatal direta na forma de lideranças políticas carismáticas. A forte ligação entre o meio político e a mídia, em território nacional, se dá por meio do empresariamento na forma de ações e concessões, sendo que “26% dos senadores e 10% dos deputados federais são concessionários de rádio e TV” (Castro, 2011:27).

Mídia Democrática?

A forma como os meios de comunicação se construíram, como demonstrado acima, possibilitou uma forte centralização do poder de expressão na mão de poucos veículos. Esse discurso exclui da possibilidade de fala minorias, cria estereótipos e produz uma série de discursos discriminatórios através de sua fala. Esse tipo de comunicação sofre de uma dualidade, pois, segundo Martins, a mídia, ao mesmo tempo em que “se apoia na dependência de publicidade, vê crescer a influência do jornalismo na formação da opinião pública e na construção do pensamento política” (2005:130). Isso conduz a uma inevitável seara da disputa de interesses. A mídia, em nossa realidade, por sua visibilidade, acaba atuando como um vigoroso impulsionador da opinião pública, que, apesar de não ser hegemônica, tem efeitos de poder de extrema relevância:

Isso não significa que a mídia, pelo menos até o momento, elimine as demais formas de atuação política dos políticos e dos cidadãos. Atua, antes, de modo complementar, embora com primazia em termos de alcance e influência sobre as demais formas de atuação. Dá-se entre a mídia e as outras formas de atuação política uma relação de mútua influência. (Martins, 2005:131)

Essa espécie de organização possibilita aos veículos de comunicação uma seleção de agendas públicas, o poder sobre a formação de opinião em determinadas áreas, em defesa de uma parte em uma disputa política, entre outras possibilidades de interferência (Fonseca,

2011:41). Isso revela o poder político que os meios de impressos e de radiodifusão têm. Dentro desse contexto, pode-se notar que a pluralidade de vozes é afastada, sendo possibilitado a poucas empresas a exibição e a produção de conteúdo de conteúdo audiovisual e impresso, além de o direito de todo cidadão de ser informado ser negligenciado, em muitos casos.

Os impedimentos ao direito de informar e de ser informado poder ser observada em vários níveis. As rádios comunitárias, “emissoras de baixa potência (25 watts), criadas para possibilitar um tipo direto de informação cultura, entretenimento e lazer, a pequenas comunidades” (Castro, 2011:69), sofrem um impedimento muito grande pela lei criada para regulá-las (Lei nº 9.612/1998). A morosidade na avaliação dos pedidos no Ministério das Comunicações para habilitação de novas rádios comunitárias, além da criminalização sofrida pelas rádios comunitárias irregulares, as quais acabam sofrendo repressões por parte dos órgãos oficiais muito severas (Castro, 2011), o que diminui a possibilidade de essas formas de comunicação realmente se efetivarem.

Além disso, devido ao artigo 32, parágrafo 5º, da Lei 12. 445/2011, as rádios comunitárias são impedidas de veicular qualquer publicidade remunerada, só sendo permitidos os anúncios de seus apoiadores culturais. Isso dificulta imensamente a subsistência desses meios de comunicação, pois, atuando em via dupla, poderiam, além de incentivar o comércio local (onde os empresários não têm condições de anunciar em grandes veículos de comunicação), proporcionar uma forma de renda para a rádio comunitária (Castro, 2011). Uma atitude que possibilitaria um melhor acesso às informações públicas e que tornaria a produção de conteúdo audiovisual regional mais fácil era o Decreto nº 5.371, que foi embargado pelos grandes meios de comunicação. Com ele, haveria a possibilidade da retransmissão de até 15% dos sinais de TV a cabo dos municípios pelas prefeituras, o que favoreceria uma série de atividades:

TVs e rádios comunitárias, bem como programações independentes poderiam ser introduzidas nesse espaço, inclusive com a possibilidade de geração de renda. E também poderiam ter vez nas sessões de câmaras de vereadores, o que ampliaria a participação social na política. (Castro, 2011:72)

Esses pequenos exemplos demonstram como existe um empecilho para que outros modos de comunicação e outros grupos, que não os hegemônicos, possam ter acesso a meios de compartilhar e receber informações. Abaixo, serão tratadas as formas como esses meios produzem uma imagem de crianças e adolescentes.

Organismos Multilaterais, Novas Pautas Para Uma Mesma Racionalidade Empresarial?

No sentido de defesa e promoção de direitos, o UNICEF procura estabelecer diretrizes e dar orientações sobre formas de comunicação que possibilitem o desenvolvimento e a garantia de direitos dos mesmos. Assim, divulga uma série de relatórios e cartilhas com indicações de atitudes nessas áreas que os países devem adotar ou formas de atuação cidadã para a melhoria nessas áreas.

Este tópico se propõe relatar algumas dessas recomendações, através do documento “Comunicação, Direitos Humanos e Infância: construindo uma agenda positiva para o

semiárido”, onde existem alguns caminhos ditados pelo UNICEF para a inserção de crianças e adolescentes como atores do meio comunicacional. O documento afirma a comunicação como um direito humano de todo o indivíduo, não podendo ser de maneira alguma cedido ou violado (UNICEF, 2011).

Falar e ser ouvido, acessar e produzir comunicação qualificada relacionar-se individual e coletivamente, expressar publicamente opiniões, através de quaisquer meios, e participar ativamente do espaço público são aspectos de uma mesma necessidade, de um mesmo direito: a comunicação. (UNICEF, 2011:12)

O direito à comunicação deve ser entendido bidirecionalmente, ou seja, o direito de comunicar e o de ser comunicado (UNICEF, 2011). E, em consequência, é construído um conceito de direito à comunicação mais ampla do que um que só abarque a mídia. São elencados alguns direitos que são inferidos do direito humano à comunicação:

Expressar-se livremente; formular e manifestar opiniões sobre quaisquer assuntos, através de quaisquer meios; ser informado; acessar e produzir conhecimento; participar nos processos relativos à comunicação pública (conselhos, conferências, fóruns etc.); produzir, por quaisquer meios de comunicação. (UNICEF, 2011:15)

A partir dessa concepção, são discutidos três pontos: a violação de direitos de crianças e adolescentes, por meio da comunicação, a promoção de direitos, através da comunicação, e os espaços onde podem ser trabalhados os instrumentos de comunicação com crianças e adolescentes. No primeiro ponto, é sugerida uma forma de fala que atue na promoção de direitos e não na sua violação. Assim, é aconselhado o uso de termos como “criança” e “adolescente”, “adolescente autor de ato infracional”, “inimputabilidade”, em vez de “menor”, “trombadinha” ou “impunidade”, para que essas expressões não atuem na estigmatização e violação de direitos de crianças e adolescentes.

No segundo ponto, é enfocada a questão de agendamento e discussão de direitos através da comunicação. O foco, nesse momento, é possibilitar a forma de comunicação mais plural possível, levando em conta questões de gênero, etnia, raça, vivência urbana ou rural, para a comunicação com crianças e adolescentes, além de elencar algumas pautas importantes de ser trabalhadas, como conselhos de direito e tutelares, educação, erradicação do trabalho infantil, entre outras, por pessoas que trabalham com mídia ou com comunicação em geral.

O terceiro ponto trata dos locais onde podem ocorrer mobilizações pelas crianças e adolescentes: escolas, comunidades conselhos tutelares etc. Com efeito, podem ser utilizadas diversas ferramentas para facilitar as relações entre crianças e adolescentes e com diversos outros entes. Como exemplo, em uma escola, “o uso da comunicação pode ocorrer de forma transversal a todas as disciplinas, estimulando a apropriação, por parte dos estudantes e educadores, de ferramentas de comunicação, como fanzine, jornal mural, rádio, vídeo, fotografia, *website*, *blog* etc.” (UNICEF, 2011:45).

Resumidamente, é assim que o documento do UNICEF faz recomendações ao semiárido concernentes ao direito à comunicação, prescrevendo algumas atitudes possíveis e determinando espaços propícios para o direito à informação. Há um conjunto de entidades, movimentos sociais e instituições que lutam pelos direitos da criança e do adolescente, no campo da comunicação. Entram em uma disputa de saber poder e se articulam em redes de

proteção contra as violações de direitos perpetuadas por uma mídia que considera pouco democrática, como a brasileira.

O Instituto ALANA foi criado, em 1994, em São Paulo. Faz um acompanhamento permanente do debate sobre publicidade dirigida às crianças e adolescentes e a formação do sujeito consumidor, na infância e durante a adolescência. Realiza documentários, postagens nas redes sociais, seminários, audiências públicas e relatórios técnicos sobre o tema. Alerta para o fato de que o Brasil precisa criar uma agenda de democratização da comunicação, em especial, no que tange aos direitos de crianças e adolescentes. O Brasil ainda deixaria muito aberto o mercado empresarial da publicidade focada nesse segmento, diferentemente de outros países em que existem leis mais rígidas para impedir a formação de subjetividades consumidoras, por meio da mediação de uma grande mídia que fomenta a constituição dessa posição subjetiva, provocando uma violação de direitos. Tem parcerias com o UNICEF e com a ANDI, com a Intervozes e com a ABRINQ.

A Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) nasceu em 1993, como uma ONG, no Brasil. Opera uma relação com a sociedade e com o Estado brasileiro, pautando ambos sobre os direitos à comunicação de crianças e adolescentes. Monitora os jornais impressos e considera os principais do país, analisando de que modo infância e adolescência são abordadas. Realiza a crítica à publicidade dirigida a esse grupo social, acompanha a pauta da classificação indicativa, se preocupa com a responsabilidade da mídia nos planos dos direitos entre outros. Tem grande parceria com o UNICEF e com a Fundação ABRINQ.

O Intervozes é um coletivo, presente em quinze Estados brasileiros, formado por ativistas que lutam pelo direito à liberdade de expressão e o direito a comunicação, no Brasil. Está bastante articulado à Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), na disputa pela democratização da mídia brasileira, ainda bastante marcada pela cultura política autoritária e pelos coronéis da comunicação, em geral, políticos de antigas oligarquias regionais, sustentadas por poucas famílias brasileiras, as quais criaram um dispositivo de dominação muito forte nessa área da comunicação social, construindo oligopólios da informação pouco aberta à democratização midiática. Por fim, o Intervozes busca formar uma crítica à comunicação, por meio de oficinas e articular incidência política nas decisões sobre a expressão na mídia brasileira.

A Fundação Associação Brasileira de Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ) foi criada, em 1985, constituída por empresas do setor de produção de brinquedos. Ela tem uma diretoria de defesa dos direitos das crianças e dos adolescentes. Age articulada à ANDI, ao Alana e ao Intervozes. Também tem parcerias com o UNICEF e a UNESCO.

Nesse sentido, a luta por uma mídia democrática é importante para a construção de um espaço aberto, onde possam coexistir diferentes formas de expressão e onde a participação da sociedade civil como um todo possa ser viabilizada. Lutar por tais objetivos é possibilitar a visibilidade de grupos hoje tidos como excluídos, e promover a construção de ambientes plurais, onde exista uma ampla produção de conteúdo, favorecendo a expressão ao maior número de pessoas, das mais variadas formas.

Contudo, o jogo de forças ao se dar, prioritariamente, na regulamentação sem incidir na lógica do empresariamento que o sustenta, mesmo por que empresas de grande porte participam como agentes tendo em vista a regulamentação correlata de responsabilidade civil, torna-se parte da racionalidade que estende a concentração de recursos bem como o sistema de concessões. As críticas mais contundentes provêm das chamadas rádios comunitárias e

piratas – rádios de baixa frequência – que encontram no ato de existir, em si, um enfrentamento.

Rádios de Baixa Frequência, Enfrentamentos por Participação Cidadã

As rádios de baixa frequência, a despeito da criminalização e das dificuldades que são enfrentadas para sua constituição, desempenham um importante papel da difusão de informações e conteúdos regionais em suas respectivas localidades. Ademais, tem-se observado uma série de tentativas de estabelecer marcos para a regulação e democratização da mídia, no Brasil. O primeiro momento pode ser citado com a I Conferência Nacional de Comunicação (I CONFECOM), na qual estiveram presentes os movimentos sociais que lutam pela democratização da comunicação, além das entidades patronais que representavam os grandes grupos de mídia. Participaram do evento 1.600 delegados, os quais aprovaram 633 propostas para a regulação da mídia (Castro, 2011).

Apesar dos empecilhos gerados pelas entidades patronais, com o objetivo de desqualificar o evento – seis das entidades que faziam parte da comissão organizadora se retiraram (Castro, 2011) –, ele foi de extrema importância como um marco da luta por meios de comunicação mais democráticos. Todas as propostas aprovadas giraram em torno de cinco temas: “marco regulatório; regulamentação do art. 221 da Constituição Federal; direitos autorais; marco civil da internet e regulação da televisão pública” (Castro, 2011:32).

No entanto, as propostas aprovadas na CONFECOM necessitam de regulamentação legislativa, o que é bastante dificultoso, porque, como já citado, a grande parte dos parlamentares ou é dono de um meio de comunicação ou tem familiares que são os donos desses meios (ou com eles mantêm relações próximas e de interesses). Numa tentativa de conseguir fazer frente a essa realidade, em 2011, deputados e senadores que têm interesse na pauta de democratização da mídia constituíram a Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e o Direito à Comunicação com Participação Popular (FRENTECOM), que congrega cerca de 200 parlamentares e 100 entidades as quais militam por essa causa (Castro, 2011).

Nesse caminho, também é muito forte a luta pela regulação dos meios de comunicação, todavia, antes de qualquer coisa para conseguir delimitar sua abrangência, é oportuna uma conceituação: a regulação dos meios de comunicação é “o estabelecimento de instrumentos democráticos e equilibrados de regulação do mercado da comunicação, visando a controlar os excessos cometidos pelas empresas, privadas e públicas, bem como estatais de comunicação” (Castro, 2011:47).

Assim, o objetivo da regulação não é o controle dos meios de comunicação, mas a garantia dos direitos de liberdade de expressão, de sorte a resguardar aqueles que porventura podem ser prejudicados por exageros no exercício desse direito. Nesse sentido, existem formas mínimas de regulação, como o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117), que é uma lei de 1962, ou seja, uma lei extremamente defasada. Outro ato legislativo que vai nesse sentido é a Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472/1997), que, por dividir telecomunicações de radiodifusão, acabou se tornando obsoleta ao próprio ato de sua criação, pois, nessa época, já se percebia a fusão desses dois meios.

No mesmo jogo de forças foi criado o Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional, que está previsto no art. 224, com regulamentação pela Lei

nº 8.389/1991. Sua primeira reunião se deu somente em novembro de 2006, sendo que, depois desse período, ficou sem funcionar, por problemas de eleição de seus membros, até julho de 2012, data em que foi reativado pelo então presidente do Senado Federal, José Sarney (Castro, 2011).

Tais enfrentamentos visibilizam o modo como se dão as lutas pela democratização dos meios de comunicação. A atitude mais recente a esse propósito foi a projeto de lei de iniciativa popular que, desde maio de 2013, vem coletando assinaturas com o objetivo de levar tal projeto a votação pelo Senado e pela Câmara de Deputados. Porém, ainda existe um longo caminho a percorrer. Rádios, regulamentadas como comunitárias, vem participando de programas educativos financiados por organismos multilaterais, de maneira que qualquer análise maniqueísta resulta simplista. E não é demasiado recordar que onde há poder, existe resistência.

Possibilidades de Análise e Algumas Considerações

A concentração midiática, de cunho empresarial, se revela como um sério empecilho para a democracia, no território brasileiro, pois diminui o número de vozes que podem falar e possibilita que apenas determinados grupos tenham voz, deixando outros à marginalidade, como o Movimento Sem Terra (MST), o Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB), entre outros, que, ao terem suas imagens veiculadas pelos meios de comunicação, na maioria das vezes, aparecem somente para serem criminalizados.

Lutar também contra as formas atuais de veiculação na mídia é agir de maneira crítica quanto à violação de direitos de determinadas pessoas, como no caso das crianças e adolescentes. As formas como os meios de comunicação se dirigem a elas podem acabar sendo prejudiciais para suas vidas, em um meio onde a regulação e as possibilidades de controle são escassas. Assim, a mídia, através de certos discursos, cria determinadas imagens as quais atravessam o modo como enxergamos as crianças e adolescentes, instaurando, em determinados momentos, cisões dentro desse grupo que não correspondem ao tratamento que deveria ser dado, como no caso da utilização do termo “menor”, ainda muito recorrente na grande mídia brasileira.

O UNICEF, a UNESCO, a ABRINQ, o ALANA e o Intervezes trabalham no sentido da promoção e defesa do direito de crianças e adolescentes, também no âmbito da comunicação. Nesse sentido, produzem uma série de documentos que procuram pautar a atitude de determinados entes, almejando respaldar atitudes capazes de colaborar na proteção de crianças e adolescentes. Contudo, ao elaborarem esses relatórios, produzem discursos sobre a criança e o adolescente sem por em xeque a racionalidade neoliberal que os sustenta.

Essas instituições criam protocolos, documentos e relatórios para incidirem politicamente na articulação política que organizam, em torno da constituição de políticas públicas brasileiras, especialmente as de comunicação social. Dessa forma, as ferramentas disponíveis na obra de Michel Foucault são de extrema utilidade para a análise desses discursos. A partir da genealogia, podemos inquirir a propósito das possibilidades de emergência desses discursos sobre as crianças e adolescentes, de sorte a colocar em evidência os efeitos de poder gerados pelos mesmos.

Concluindo, apesar da concentração dos aparelhos midiáticos nas mãos de alguns poucos grupos, existem atitudes de resistência frente a tal fenômeno. Um exemplo disso é a

denominada mídia cidadã, que “agrupa diversas ações de comunicação e mídia, desenvolvidas por agentes sociais na sua luta por conformação e por participação do debate social e público. Pode ser interrogado como uma nova forma de ativismo, ou de militantismo” (Castro, 2011:149).

As disputas de poder, saber e construção da subjetividade na esfera das democracias atuais é grandemente intensa e marca certa abstração da racionalidade liberal como estilo de vida, em sociedades ainda constituídas por práticas aristocráticas, nepotistas, corporativistas, patrimonialistas, autoritárias e avessas aos direitos, sobretudo, direitos sociais e civis para os grupos discriminados negativamente, em especial, no Brasil, o qual preserva muitos traços autoritários no cotidiano da cultura política, socializada e valorizada, nas mídias tradicionais e em diversos setores sociais. A democratização da mídia é uma luta, ainda na Nova República, após a promulgação da Constituição de 1988 e de uma série de princípios de direitos de expressão e de acesso às políticas públicas. Apesar da pressão de organismos internacionais, de movimentos sociais e diversos equipamentos de promoção e garantia de direitos é comum acompanhar uma pauta contrária aos direitos diariamente, na agenda da comunicação brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castro, Fábio Fonseca de. (2012). *Comunicação, poder e democracia*. Belém: Labor.
- Fonseca, Francisco. (2011, jul./dez.). Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. *Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília*, 6, 41-69.
- Foucault, Michel. (1979). *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal.
- Foucault, Michel. (1988). *História da Sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal.
- Foucault, Michel. (1999). *Vigiar e Punir: a história da violência nas prisões*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Foucault, Michel. (2004). *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola.
- Foucault, Michel. (2011). *A coragem da verdade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Franco, Ana C. F. (2012). *Cartografias do diário do Pará: um estudo genealógico do acontecimento homicídio contra jovens em um jornal impresso*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Belém: Universidade Federal do Pará.
- Machado, Roberto. (1982). *Ciência e Saber: a trajetória da arqueologia de Foucault*. Rio de Janeiro: Graal.
- Martins, André R. N. (2005). Grupos excluídos no discurso da mídia: uma análise de discurso crítica. *D.E.L.T.A.*, n. 21, 129-147.
- Passetti, Edson. (1987). *O que é menor* (3ª ed.). São Paulo: Brasiliense.
- Silva, Ana C. T. (1999). *Juventude de papel: representação juvenil na imprensa contemporânea*. Maringá: Eduem.
- Silva, Alessandro Soares da. (2012). A Psicologia Política no Brasil: lembranças e percursos sobre a constituição de um campo interdisciplinar. *Revista Psicologia Política*, 12(25), 409-426.
- Sorj, Bernardo. (2010). *Poder político e meios de comunicação: da representação política ao reality show*. São Paulo: Paz e Terra.
- UNICEF. (2011). *Comunicação, direitos humanos e infância: construindo uma agenda positiva para o semiárido*. UNICEF: Salvador.

• Recebido em 24/02/2015.

• Aceito em 29/04/2015.