

Mídia, cidadania e utopia no Brasil

José Marques de Melo

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

MELO, J. M. Mídia, cidadania e utopia no Brasil. In: SOUSA, C. M., org. *Um convite à utopia* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2016. Um convite à utopia collection, vol. 1, pp. 341-364. ISBN: 978-85-7879-488-0. Available from: doi: [10.7476/9788578794880.0010](https://doi.org/10.7476/9788578794880.0010). Also available in ePUB from: <http://books.scielo.org/id/kcdz2/epub/sousa-9788578794880.epub>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

MÍDIA, CIDADANIA E UTOPIA NO BRASIL

José Marques de Melo

Criação de *Thomas Morus*, escritor inglês (1480-1535), a Utopia é um país imaginário, onde o governo, organizado da melhor maneira, proporciona ótimas condições de vida a um povo equilibrado e feliz.

Para Thomas More, utopia era uma sociedade organizada de forma racional, as casas e bens seriam de todas as pessoas, que passariam seu tempo livre envolvidos com leitura e arte, não seriam enviados para a guerra, a não ser em caso extremo, assim esta sociedade viveria em paz e em plena harmonia de interesses.

Cidadania e *Utopia* são conceitos que brotaram de uma mesma conjuntura histórica. Filhos diletos da modernidade simbolizam produtos das “liberdades urbanas” que BRAUDEL (1989, p. 297-299) identifica como responsáveis pelo “primeiro surto desenvolvimentista” europeu.

A Cidadania foi sendo conquistada em meio a “tensões sociais” e “lutas de classes”, gerando situações de incertezas, quando as Cidades começaram a sofrer ameaças regulatórias por parte dos Estados “modernos”. Esses movimentos pendulares da vida cotidiana certamente motivaram Thomas Morus a satirizar as contradições da sua época. Concebendo a Utopia como ilha imaginária, ele tornou a felicidade patrimônio coletivo.

Não obstante tenha sido contemporâneo do artífice do fenômeno social que hoje conhecemos pelo neologismo *Mídia* (MARQUES DE MELO, 2005, p. 13-22), o criador da utopia não viveu o suficiente para conhecer a Galáxia de Gutenberg. Mas se tivesse atravessado o portal do universo tipográfico, certamente desejaria recolher-se ardentemente ao seu refúgio utópico, tamanho o impacto provocado pela imprensa nos pilares da sociedade. Refletindo a intrepidez de cidadãos forjados pelo nacionalismo, pelo individualismo e pelo espírito de crítica (McLUHAN, 1972), a geografia europeia expandiu suas fronteiras além mar e a história intelectual percorreu caminhos infinitos.

Os detentores do poder, nos emergentes Estados nacionais, trataram de refrear o ímpeto da Cidadania, da mesma forma que os guardiões da doutrina, no precursor Estado multinacional (Igreja Católica), não hesitaram em frear o poder revolucionário da Imprensa. E as nefastas conseqüências da engrenagem inquisitorial perduraram durante séculos. Foram neutralizadas apenas quando a Cidadania se tornou hegemônica nos Estados regidos pela democracia representativa, fortalecida pelo ideário republicano.

“O século que viu Colombo, viu Gutenberg também”, proclamou retoricamente Castro Alves (1870) no poema “O livro e a América”. Mas a coincidência foi mero acidente histórico, advertiu imediatamente o poeta: isso ocorreu “Por uma fatalidade. Dessas que descem de além”.

Tanto assim que o itinerário da mídia impressa no continente desbravado por Colombo obedeceu uma seqüência plenamente articulada com o percurso aqui desenvolvido pela urbanização e pelo fortalecimento da cidadania (MARQUES DE MELO, 2003, 59-85). Os prelos madrugam nos territórios conquistados pelo Império Castelhana (1533), onde os colonizadores reproduzem as condições de vida desfrutadas pelos cidadãos que habitavam

os burgos da metrópole ibérica. Eles florescem mais tarde (1638) no espaço ocupado pela Coroa Britânica, justamente quando se intensifica a migração de comunidades religiosas. Elas constroem a malha urbana das colônias agro-industriais, onde as práticas cidadãs aceleram o processo de autonomia nacional. Fenômeno contrastante ocorre na vastidão territorial da Colônia Lusitana, onde a mídia impressa foi retardada durante três séculos (1808), como decorrência da incipiente urbanização e da conseqüente ausência de Cidadania, entre outros fatores de natureza sócio-cultural.

Não é sem razão que Paulo Freire (1966) deplora o “mutismo do homem brasileiro”, resultante da nossa inexperiência democrática durante o regime colonial.

“O Brasil nasceu e cresceu sem experiência de diálogo. De cabeça baixo, com receio da Coroa. Sem imprensa. Sem relações. Sem escolas. Doente. Sem fala autêntica. (...) Entre nós (...) o que predominou foi o mutismo do homem brasileiro. Foi a sua não-participação na solução dos problemas comuns. Faltou-nos, na verdade (...), vivência comunitária” (FREIRE, 1996, p. 66-70).

Desprovido de suportes midiáticos e destituído de referentes simbólicos que habilitassem ao ingresso na Galáxia de Gutenberg, o povo brasileiro foi criando sua própria mídia (artesanal, artilosa, criativa). Trata-se do embrião da mídia cidadã, que ganharia densidade, mas não necessariamente legitimidade, na fase posterior à independência nacional. Luiz Beltrão (1967) denominou “sistema de folkcomunicação” ao conjunto dessas manifestações populares. Na verdade, elas permanecem vivas até os dias atuais, coexistindo dialeticamente como o “sistema de comunicação massiva”.

“As classes populares têm, assim, meios próprios de expressão e somente através deles é que podem entender e fazer-se entender. Tais meios são, ainda em grande parte aqueles mesmos que lhe serviram na fase da Independência: - a literatura oral, com os cantadores, as estórias e anedotas, os romances cheios de moralidade e filosofia; o jornalismo ambulante dos caixeiros-viajantes, dos choferes de caminhão, dos frades e padres missionários ou dos vigários nas ‘desobrigas’, dos passadores-de-bicho de engenho a engenho enchendo as ‘poules’ e conversando fiado, dos canoeiros do São Francisco, do Amazonas e seus afluentes; ou a literatura escrita, com os folhetos de romances ou paródias de orações católicas, os almanaques de produtos farmacêuticos, os calendários e folhinhas, os livros de sorte, publicações periódicas e avulsas impressas em prelos manuais; ou, ainda, a linguagem simbólica e eloqüente dos autos e entretenimentos, que se praticam nas festas religiosas e cívicas, no São João, no Natal, durante o tríduo de Momo ou nos aprontes de marchas dos blocos ou de sambas das escolas das favelas, nos candomblés e xangôs, na Semana Santa. E também pela ‘fala’ explícita das peças de artesanato, de esculturas, de quadros, de móveis e utensílios rústicos” (BELTRÃO, 2003, p. 125).

Essa simultaneidade de sistemas midiáticos, um massivo (hegemônico) e outro popular (contra-hegemônico), configura paradoxo que desafia os pesquisadores da área de comunicação.

Ele faz parte da minha agenda acadêmica desde o doutorado. A tese que defendi em 1973 tinha como objetivo principal a elucidação da defasagem temporal entre o funcionamento da mídia no continente europeu e nos territórios coloniais. As variáveis contempladas reforçavam a idéia de que a ausência de urbanismo e conseqüentemente de cidadania inibiram o desenvolvimento da

mídia impressa (MARQUES DE MELO, 2003). Problematizei, no livro que reúne ensaios do pós-doutorado, o papel modernizador da mídia em sociedades que mantêm contingentes humanos à margem do desenvolvimento econômico. Anula-se completamente o estímulo à “participação” que a engrenagem midiática provoca nas audiências, tendo em vista a ausência do pleno exercício da cidadania (MARQUES DE MELO, 1976, p. 30-35).

Retornei a essa questão na conjuntura da transição brasileira para o regime democrático, ao sugerir que as novas gerações de pesquisadores da área explorassem a mídia cultivada pelas classes subalternas. Ao invés de estigmatizar como espaço de alienação política, testar a hipótese da resistência possível dos excluídos pela sociedade de consumo (MARQUES DE MELO, 1980). Sistematizei posteriormente as observações sobre a contra-hegemonia exercitada pela mídia “nanica”¹, robustecendo a tese de que a imprensa comunitária brasileira, com raras exceções, pauta-se por critérios e motivações externos às comunidades a que servem. Ordenei também as minhas reflexões sobre a brecha cidadã existente em nossa sociedade, tomando como referência a pedagogia da comunicação de Paulo Freire (MARQUES DE MELO, 1981).

Contribuição relevante para decifrar o enigma da mídia cidadã no Brasil foi proporcionada pelo professor Luiz Beltrão, através do livro em que redimensiona e amplia o conceito de folk-comunicação. Identificando-o como mídia dos “marginalizados”, ele inventariou as formas rudimentares através das quais as classes subalternas expressam sua inconformidade em relação à sociedade

1 Expressão corrente nos anos 60-70 do século passado, designando os meios de comunicação de pequeno porte, sobretudo os tablóides e os jornais alternativos. Vide: RABAÇA & BARBOSA – *Dicionário de Comunicação*, Rio de Janeiro, Campus, 2001, p. 505

instituída pelas “camadas superiores”. Coletando evidências em várias regiões do país, compôs um panorama unificado pela “universalidade que advém do folclore, desde que a autêntica cultura popular tem raízes, tronco e ramos tão profundamente arraigados na natureza humana”(BELTRÃO, 1980, p. 40).

Nessa mesma linha de resgate dos processos de comunicação popular, RIBEIRO JÚNIOR (1982) percorreu a trilha das festas populares, conceituando-as pedagogicamente como espaços de resistência cultural, onde a função “lúdica” não exclui as contradições sociais (p. 12). O autor privilegiou em sua análise as festas operárias (“festas de solidariedade” que expressam a “consciência de classe”). Ele procurou demonstrar a hipótese construída por Ecléa Bosi (1972), segundo a qual a “cultura popular é a única que se realiza na militância ou então se atrofia”

As observações de Beltrão, Bosi e Ribeiro Júnior pertencem a uma conjuntura marcada pelos estertores do regime militar. Poucos pesquisadores se aventuravam a explorar esse tipo de objeto. Os acadêmicos solidários com as classes subalternas concentravam energias na produção de um novo tipo de mídia cidadã.

Com o fim da censura (1975) e a decretação da anistia política (1979), a resistência ao sistema autoritário se fazia de modo peculiar. A pesquisa-ação tomava o lugar da pesquisa-denúncia². No arcabouço do projeto de transição “lenta, gradual e segura” dos generais Geisel-Golbery, o mais importante era conscientizar

2 Para melhor entender essa conjuntura, vide: MARQUES DE MELO & GOBBI – *Pensamento Comunicacional Latino-Americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo pedagógico*, São Bernardo do Campo, Editora Meetodista, 2004

as classes subalternas para a ocupação dos espaços reservados à cidadania³.

Isso explica o pequeno volume de estudos sobre o fenômeno da mídia cidadã. Constituem exceções, nesse panorama, o inventário realizado por Marco Morel (1986) a propósito do jornalismo popular nas favelas cariocas e a sistematização das práticas de jornalismo comunitário feita por Ana Arruda Callado (1985), em parceria com Maria Ignez Duque Estrada. São documentos que atestam o lento desabrochar da cidadania nas zonas periféricas das grandes metrópoles.

Pertencem também a essa conjuntura os esforços de reflexão coletiva sobre a construção de alternativas à mídia hegemônica, catalisando as aspirações da cidadania e fomentando a intervenção de novos sujeitos emissores. Duas associações nacionais ocupam a vanguarda desse movimento. A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (1982) dedica a primeira edição dos seus “Cadernos INTERCOM” à revisão das experiências e à proposta de formatos adequados ao “jornalismo popular”, além de privilegiar a contra-informação no temário do seu congresso anual (LINS DA SILVA, 1982). A União Cristã Brasileira de Comunicação Social – UCBC proclama os “direitos humanos” como um “desafio à comunicação” (SOARES, PUNTEL & FLEURI, 1983) e reconstitui a memória da “resistência” durante os anos de chumbo (GOMES, BULIK & PIVA, 1989) como alerta para o trabalho das gerações emergentes.

Concomitantemente, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da hoje Universidade Metodista de São

3 Esse capítulo da nossa história recente está documentado em MARQUES DE MELO, José, org. - *Comunicação e Transição Democrática*, Porto Alegre, Mercado Aberto, 1985

Paulo incluiu o novo objeto de estudos na sua agenda acadêmica. O ponto de partida foi o lançamento da edição monográfica da revista “Comunicação & Sociedade” (1981), focalizando as relações entre a comunicação alternativa e a cultura popular. Na seqüência, três jovens pesquisadores vinculados ao Grupo de São Bernardo⁴, mas que também estavam na vanguarda das instituições acima referidas, ampliaram o debate sobre a questão. Regina Festa e Carlos Eduardo Lins da Silva (1986) selecionam projetos emblemáticos de comunicação popular e alternativa desenvolvidos no Brasil no período 1968-1982. Por sua vez, Luis Fernando Santoro (1989) inventaria criticamente o movimento brasileiro de vídeo popular, realçando sua colaboração para que “as classes populares possam expressar a sua própria visão de mundo, informar-se, registrar a sua história” (-p. 113).

Cresce na fase posterior à Constituinte de 1988 o interesse acadêmico pelo protagonismo da cidadania, ocupando espaços possíveis no complexo midiático. Popularmente conhecida como Constituição “Cidadã”, a nossa carta magna ampliou consideravelmente os direitos humanos, instituindo diretrizes para garantir o acesso dos cidadãos aos sistemas midiáticos, não apenas como receptores, mas como emissores⁵.

As brechas legalmente instituídas pelo sistema beneficiam justamente o operariado, segmento mais bem organizado e com

4 O Grupo de São Bernardo é constituído pelos mestres e discípulos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Vide: MARQUES DE MELO, José – *História do Pensamento Comunicacional*, São Paulo, Paulus, 2003, p. 272-287

5 Os bastidores desse episódio estão registrados por um dos seus lúcidos observadores-participantes. Vide: FREITAS NOBRE – *Imprensa e Liberdade – os princípios constitucionais e a nova legislação*, São Paulo, Summus, 1987

maior tradição de luta. Através dos sindicatos, e não raro usando subsídios estatais, os trabalhadores urbanos substituem os tradicionais e rudimentares meios de comunicação pelas novas tecnologias de difusão simbólica. Adotando a estratégia rotulada como “política de resultados”, muitos deles conquistam espaços no aparato legislativo e passam a influir nas decisões nacionais, alcançando até mesmo postos executivos nos governos municipais e estaduais.

Essa transição política mereceu a atenção de um contingente expressivo de pesquisadores da comunicação, alguns mais preocupados com as variáveis históricas do processo, desentranhando as raízes da mídia operária, como Ferreira (1988), Araújo & Cardoso (1992) e Rubim (1995); outros mais interessados em conhecer o desempenho da moderna mídia sindical, como Momesso (1995), Ferreira & equipe (1995) e Santiago & Gianotti (1997).

Geralmente desencadeadas nos pátios ou portões das fábricas, as lutas sindicais repercutiam nas comunidades habitadas pelos operários. Sua correia de transmissão era quase sempre a imprensa mantida pelas comunidades eclesiais de base ou instituições congêneres das periferias metropolitanas. Esse filão surpreendente da mídia cidadã foi desvendado por Gomes (1990). Valendo-se da metodologia da observação-participante ele penetra no âmago dos processos comunicacionais, numa paróquia do bairro de São Miguel Paulista. E desentranha as relações conflituosas entre lideranças sindicais, partidárias e religiosas nos bastidores da produção de um jornal comunitário.

Percebe-se claramente, nesta revisão bibliográfica, que a pesquisa do exercício midiático da cidadania reduziu-se historicamente à mídia segmentada, classista ou periférica.

Por isso mesmo, ganha significação o livro de Jorge Maranhão (1993), focalizando o “papel da mídia no despertar da cidadania”. Refletindo sobre o ofício de publicitário, ele examina criticamente

a ação de empresas, órgãos públicos e entidades da sociedade civil, iluminando iniciativas que favorecem a qualidade de vida dos cidadãos e refugando aquelas que prejudicam os interesses coletivos. Seu ponto de partida é a compreensão do estágio em que se encontra a cidadania brasileira, seus canais de expressão das reivindicações comunitárias e o tratamento que essas demandas merecem da mídia hegemônica. Trata-se, em essência, de um valioso exercício de crítica midiática, cujo ângulo de observação privilegia o cidadão-consumidor.

Contudo, o autor demonstra o seu ceticismo quanto ao papel das “elites” no fortalecimento da cidadania.

“Vira e mexe, as elites sociais brasileiras, mesmo que bem intencionadas, têm tentado promover a integração social do povo brasileiro, sem que no entanto se dêem conta de que elas próprias não estão integradas eticamente ao caráter nacional brasileiro. Se o que caracteriza as elites de outros povos é exatamente o orgulho de pertencer ao seu próprio povo, o que produz a condição de possibilidade de integração social, que é a solidariedade social, o que caracteriza as elites sociais brasileiras é a subestimação cultural e a discriminação social do seu próprio povo. Pois caráter das elites nacionais é tradicionalmente vendido às referências culturais de outros povos, um caráter símio e de pastiche, xenofílico e preconceituoso”.
(MARANHÃO, 1993, p. 342)

Esse desprezo pelas camadas sociais que constituem a base da nossa pirâmide social explica a natureza episódica, residual e intermitente dos espaços dedicados ao povo em movimento, vale

dizer, à construção da nossa cidadania, na grande mídia⁶. Eles vão se ampliando na medida em que os cidadãos organizados em associações de moradores, clubes de mães, sociedades beneficentes e mutirões cívicos arregimentam suas próprias forças. Engendrando artifícios comunicacionais – da folkmídia à webmídia – podem ultrapassar as fronteiras da periferia da sociedade, acuando, em certo sentido, as indústrias midiáticas. Elas abrem “janelas” para que as demandas cidadãs repercutam na sociedade, sensibilizando, desta forma, os detentores do poder. Mas até que as “portas” lhes sejam franqueadas, as lideranças da sociedade civil vislumbram caminho árduo a percorrer.

Trata-se de jornada complexa e sinuosa, desafiada pela multiplicação das experiências de comunicação popular que os movimentos sociais promovem em todos os quadrantes da geografia nacional.

Cicília Peruzzo (1998) iniciou o resgate crítico dessa “participação” dos agentes midiáticos na “construção da cidadania”. Sua conclusão reforça a esperança de que a utopia da mídia cidadã deixe de ser “quimera” (ilusão, fantasia), concretizando-se através de processos capazes de evidenciar que “o homem e a mulher encerram a potencialidade de ser sujeitos da história” (p. 23). Assumindo a parte que lhes compete nessa caminhada, Peruzzo & Almeida (2003) e Peruzzo (2004) vêm mobilizando a comunidade acadêmica no sentido de observar e refletir sobre as experiências de “comunicação para a cidadania”. E também para reconhecer

6 Em seu artigo “Omissão das classes subalternas e da América Latina nas notícias diárias de quatro jornais paulistas”, Maria Otilia BOCCINI demonstra claramente essa tendência. Vide: MARQUES DE MELO, org. – *Ideologia, Cultura e Comunicação no Brasil*, São Bernardo do Campo, Instituto Metodista de Ensino Superior, 1982, p. 21-48

quais “vozes cidadãs” se tornam emblemáticas, motivando os novos sujeitos desse processo.

Trata-se de uma conclamação que vem produzindo resultados positivos. As principais evidências coletadas pelos jovens pesquisadores começam a demonstrar que a mídia cidadã vem sendo robustecida em todo o país.

COGO (1998) atesta a pujança das rádios comunitárias, descrevendo o caso da Rádio Popular Lagoa, de Belo Horizonte. BAZI (2001) apresenta um mapa da televisão regional paulista, focalizando “as ações conjuntas com a comunidade”. FERNANDES (2003) explica como se estrutura a pequena imprensa catarinense, destacando “a força do jornal do interior”. Por sua vez, DORNELLES (2004) investiga os mecanismos através dos quais os jornais que circulam em “cidades do interior” gaúcho estabelecem sintonia com as demandas “comunitárias”. Trata-se de mesmo universo que havia sido palmilhado por MARQUES DE MELO & QUEIROZ (1998) no caso da imprensa paulista, onde procuraram entender as conexões entre local, regional, nacional e global.

A utopia brasileira da mídia cidadã começa, portanto, a adquirir concretude, ultrapassando o universo da tipografia e das telecomunicações para ingressar no ciberespaço. LIMA, PRIETO & FERREIRA (2004) sinalizam as potencialidades da mídia digital para a educação cidadã, enquanto BARBOSA FILHO & CASTRO (2004) discutem as perspectivas de acesso das comunidades periféricas à cibercultura, reafirmando “a inclusão digital como forma de inclusão social”.

Tendência idêntica de atualização histórica opera-se no âmbito da folkcomunicação. Nota-se, por um lado, a transmutação dos fluxos mediadores desencadeados pelos agentes folk, dentro das comunidades em que atuam, sob o impacto contínuo da mídia massiva, como bem o interpreta BENJAMIN (2000 e 2004). Por

outro lado, verifica-se uma espécie de contra-fluxo folkmediático, caracterizado pela apropriação que as indústrias culturais fazem das manifestações folclóricas. Fenômenos dessa natureza foram documentados e analisados por MARQUES DE MELO & KUNSCH (1998) em relação aos festejos natalinos; por MARQUES DE MELO, LUYTEN & CASTELO BRANCO no que diz respeito ao carnaval (2000), por TRIGUEIRO (2001) no caso das celebrações juninas e por HOHLFEDT (2004) no tocante à propaganda política em tempo de eleições.

Entretanto, o caminho a percorrer demanda esforço, perseverança e determinação. Trata-se de batalha cuja vitória depende fundamentalmente da vontade política dos sujeitos que estão na vanguarda da sociedade política. Mas a sociedade civil e a comunidade acadêmica podem exercer influência, acelerando o processo através de estudos e reflexões capazes de sensibilizar e convencer os que tomam decisões nas estruturas de poder.

O Brasil, a Índia e a África do Sul situam-se, hoje, na vanguarda dos países em desenvolvimento que estão desempenhando papel-chave na contestação ao regime vigente dos direitos de propriedade intelectual, fomentando iniciativas destinadas a flexibilizar o comércio mundial dos produtos audiovisuais. O Governo brasileiro, através do Ministério da Cultura e de outras agências federais, vem debatendo alternativas possíveis para fazer da inclusão digital uma alavanca para a inclusão social. Trata-se de garantir o direito de acesso universal às novas tecnologias de difusão, fomentando a expressão simbólica dos vastos contingentes que constroem cotidianamente a nossa diversidade cultural.

Foi a partir dessa contingência histórica que a World Association for Christian Communication - WACC e a Cátedra UNESCO/METODISTA de Comunicação se consorciaram para promover o Seminário “Mídia Cidadã”, realizado nos dias 28-30

de novembro de 2006, no campus Rudge Ramos da Universidade Metodista de São Bernardo do Campo. O evento reuniu meia centena de participantes, oriundos de dois segmentos distintos da atividade intelectual: jovens pesquisadores vinculados a instituições acadêmicas do campo comunicacional e ativistas midiáticos engajados nos movimentos sociais.

A agenda dos debates foi construída em função do conhecimento disponível sobre o objeto. Tratando-se de fenômeno complexo e multifacetado, optou-se por eleger aquelas dimensões melhor registradas na literatura acadêmica. As tendências previamente observadas, cujo esboço está contido na parte inicial deste ensaio, evidenciavam que três variáveis possuíam referencial cognitivo suficiente para justificar sua inclusão na pauta dos trabalhos: **imprensa local**, **rádios comunitárias** e **folkcomunicação**. A elas deveríamos agregar uma quarta variável. A escolha recaiu sobre a **mídia digital**, tendo em vista que os diagnósticos sobre a questão eram mais consistentes e atualizados que a respeito de outras variáveis.

Os “territórios midiáticos” a suscitar a observação dos participantes do seminário foram assim definidos:

Imprensa local - mídia impressa de pequeno porte, publicada nos espaços municipais ou nas periferias metropolitanas, perfilando pequenos negócios, catalizando interesses corporativos, subsidiando iniciativas governamentais ou mobilizando as forças vivas das comunidades atuantes nas diferentes regiões brasileiras.

Rádios comunitárias - estações de baixa frequência que funcionam como serviço público, competindo com as redes comerciais, no sentido de acolher, endossar e/ou estimular os movimentos sociais.

Folkcomunicação - canais preservados pelos grupos socialmente marginalizados para expressar sua resistência à cultura das classes dominantes, realizando operações de decodificação das mensagens difundidas pelas redes de comunicação massiva.

Mídia digital - canais de comunicação que otimizam novas tecnologias digitais, especialmente a internet, para agendar publicamente as manifestações simbólicas e as reivindicações comunitárias das organizações periféricas, das minorias excluídas e dos grupos culturalmente marginalizados.

Tal revisão contemplou de modo vertical todo o sistema brasileiro de comunicação, recortando-o a partir de três níveis analíticos: macro – o **contexto midiático** –, meso – as **políticas públicas** – e micro – as **relações de gênero**. Denominados “eixos focais”, eles foram assim definidos:

Contexto midiático: o sistema nacional no espaço global. Visão panorâmica das redes industriais – imprensa, rádio, televisão, cinema e vídeo, internet e tecnologias emergentes –, bem como dos serviços comerciais – publicidade, relações públicas, agências noticiosas, bancos de dados, entretenimento, teleducação – focalizando suas relações de poder (privado, estatal, multinacional) e suas estratégias de interação cidadã.

Políticas públicas: os direitos à comunicação e o regime de propriedade intelectual. Análise das políticas públicas brasileiras nos campos da comunicação e da informação,

identificando os obstáculos e incentivos ao exercício universal do direito à informação, à comunicação e à liberdade de opinião, inclusive o estatuto da propriedade intelectual numa conjuntura globalizante, marcada pelo temor de homogeneização cultural, com prejuízos incalculáveis para a diversidade cultural do planeta.

Questão de gênero: inclusão/exclusão da mulher no complexo midiático Resgate da militância feminina pela ocupação de espaços no interior do complexo midiático, desde os conglomerados industriais às agências comunitárias e aos serviços populares; agenda das conquistas consolidadas e das batalhas persistentes.

Especialistas em cada uma dessas dimensões territoriais e níveis interpretativos foram convidados a oferecer suas contribuições para o debate, cruzando pontos de vista numa espécie de “agora” pós-moderna, complementada por um “fórum” aberto, porque receptivo à participação de todos os interessados, através da internet.

Durante três dias, todos os sujeitos engajados nesse mutirão intelectual confrontaram civilizadamente suas teses e argumentos, tanto em sessões plenárias quanto em grupos temáticos. Ao final, esboçaram o “mapa brasileiro” da mídia cidadã neste limiar do século XXI.

A “Carta de São Bernardo” sintetiza os principais elementos dessa cartografia intelectual.

Ela estabelece premissas fundamentais:

- 1) *O princípio da comunicação como direito humano fundamental pressupõe não somente o acesso, mas a construção de conteúdos, a apropriação da tecnologia e a multiplicação da diversidade*

cultural e da socialização do conhecimento, contemplando políticas públicas de proteção dos conteúdos locais/regionais/nacionais e das indústrias criativas.

- 2) *O conceito de interesse público transcende o de estatal, justificando a ampliação dos recursos públicos para a sustentabilidade da mídia local, assim como a instituição de fundos públicos para a mídia comunitária.*
- 3) *A construção coletiva e participativa do conhecimento constitui a meta dos movimentos de acesso livre e em defesa do software livre, demandando um novo estatuto da propriedade intelectual, no sentido de viabilizar padrões tecnológicos abertos para o intercâmbio de informação e utilização integrada de distintas plataformas tecnológicas.*

E aprovou recomendações estratégicas:

- 1) *O Estado deve assumir sua responsabilidade no sentido de estabelecer Políticas Públicas e critérios claros na descentralização das verbas publicitárias em âmbito federal, estadual, municipal e distrital, favorecendo a regionalização da comunicação e fiscalizando nas empresas midiáticas o cumprimento das finalidades de informação, educação, entretenimento e cultura, previstas pela Constituição Federal. Trata-se de modificar a realidade, garantindo a sustentabilidade da mídia local e comunitária sintonizada com o interesse público.*
- 2) *As empresas de mídia devem ampliar sua participação social, através de ações e conteúdos dentro dos princípios da mídia cidadã; valorizar e qualificar seus profissionais nos princípios de responsabilidade social; inserir conteúdos locais/regionais,*

respeitando e garantindo a diversidade cultural; estimular a presença de minorias e difundir os direitos humanos nos conteúdos midiáticos, preservando assim as identidades e peculiaridades, locais ou regionais.

- 3) *As instituições universitárias devem assumir a responsabilidade de promover cursos voltados para a formação de comunicadores/empreendedores, profissionalização e modernização de empresas e instituições, criando, inclusive, incubadoras de mídia local/regional. Para isso devem implantar novas linhas de pesquisa nos cursos de pós-graduação, ancoradas na relação da Comunicação com a Educação e o Desenvolvimento Comunitário, com ações integradas à graduação.*
- 4) *A comunidade acadêmica deve incentivar a produção de conteúdos dialógicos, que incluam entretenimento e educação para diferentes suportes midiáticos, bem como a convergência tecnológica, valorizando as identidades, as singularidades locais e a responsabilidade social. Além disso, deve promover parcerias entre as instituições de ensino e de comunicação com a sociedade civil para um levantamento da memória e da cultura das comunidades periféricas por meio de projetos de mídia cidadã, histórias de vida e relatos orais.*

Mas também formulou questões específicas:

- 1) *A mídia local/regional ocupa papel-chave no desenvolvimento da cidadania, possuindo interfaces com as questões sociais, econômicas, políticas e culturais. Apesar do crescimento e diversidade da mídia local, persiste a reprodução dos padrões da grande mídia nacional/global, com pouco espaço para novos formatos, linguagens e mesmo conteúdos apropriados*

- 2) *A sociedade demanda às emissoras comerciais e educativas a abertura de novos espaços, gratuitos, para a veiculação de programas produzidos por organizações comunitárias, considerando o caráter concessionário dessas emissoras. Concita igualmente o governo federal para agilizar o trâmite dos processos de liberação das concessões de novas emissoras comunitárias e para permitir o aumento da potência e do número de canais, a veiculação de publicidade, a atuação em cadeia. Reivindica também a descriminalização das emissoras comunitárias que operam sem autorização, garantindo a veiculação de programas produzidos por organizações comunitárias.*

- 3) *As intersecções entre a folkcomunicação e a mídia massiva pode fortalecer a diversidade cultural, através dos espaços compartilhados e dos conteúdos comuns, Esse tipo de ação não deve se limitar à apropriação das tecnologias, mas se estender ao marco regulatório dos conteúdos e dos processos comunicacionais. Nesse sentido, torna-se premente avaliar – por meio de leitura crítica – as produções midiáticas para que contemplem as temáticas e abordagens voltadas para uma prática cidadã no contexto da folkcomunicação. Trata-se de catalisar a resistência cultural das classes subalternas e dos grupos social e politicamente marginalizados, transformando-a em alavanca para a inclusão midiática.*

- 4) *A sociedade civil pode desempenhar função estratégica no processo de regulamentação da emergente mídia digital (rádio e TV), lutando pela adoção de padrões e modelos técnicos os mais abertos possíveis, que contemplem os objetivos e princípios de interatividade, usabilidade, interoperabilidade, escalabilidade, universalização e sistema compartilhado.*

O texto completo da “Carta de São Bernardo” está reproduzido no final do volume, “Mapa da Mídia Cidadã: Brasil, século XXI” editado pela Cátedra UNESCO/METODISTA de Comunicação, 2006.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Silvia & CARDOSO, Alcina 1992 – *Jornalismo & militância operária*, Curitiba, Editora UFPR

BARBOSA FILHO, André & CASTRO, Cosette 2005 – A inclusão digital como forma de inclusão social, In: BARBOSA

FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi – *Mídias digitais*, São Paulo, Paulinas, p. 273-294

BAZI, Rogério 2001 – *TV Regional*, Campinas, Alínea

BELTRÃO, Luiz 1980 – *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, São Paulo, Cortez 2003 – *Folkcomunicação*, Porto Alegre, Edipucrs

BENJAMIN, Roberto 2000 – *Folkcomunicação no contexto de massa*, João Pessoa, Ed. UFPB 2004 – *Folkcomunicação na sociedade contemporânea*, Porto Alegre, Comissão Gaúcha de Folclore

BOSI, Ecléa 1972 – *Cultura de Massa e Cultura Popular*, Petrópolis, Vozes

BRAUDEL, Fernand. 1989 – *Gramática das Civilizações*, São Paulo, Martins Fontes

CASTRO ALVES 1870 – *Espumas Flutuantes*, Salvador

CALLADO, Ana Arruda & ESTRADA, Maria Ignez Duque 1985 – *Como se faz um jornal comunitário*, Petrópolis, Vozes

COGO, Denise 1998 – *No ar... uma rádio comunitária*, São Paulo, Paulinas

DORNELLES, Beatriz 2004 – *Jornalismo “comunitário” em cidades do interior*, Porto Alegre, Sagra-Lusatto

FERNANDES, Mario Luiz 2003 – *A força do jornal do interior*, Itajaí, UNIVALI

FERREIRA, Maria Nazareth 1988 – *Imprensa operária no Brasil*, São Paulo, Ática

FERREIRA, Maria Nazareth e equipe 1995 – *O impasse da comunicação sindical*, São Paulo, Cebela

FESTA, Regina & LINS DA SILVA, Carlos Eduardo 1986 – *Comunicação popular e alternativa no Brasil*, São Paulo, Paulinas

FREIRE, Paulo 1966 – *Educação como prática da liberdade*, Rio de Janeiro, Paz e Terra

GOMES, Pedro Gilberto 1990 – *O jornalismo alternativo no projeto popular*, São Paulo, Paulinas

GOMES, Pedro Gilberto, BULIK, Linda & PIVA, Márcia 1989 – *Comunicação, Memória & Resistência*, São Paulo, Paulinas

HOHLFELDT, Antonio 2004 – A imagem da política e dos políticos na perspectiva da Folkcomunicação, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 8 (59-78), São Bernardo do Campo, Editora Metodista

INTERCOM 1982 – *Jornalismo Popular*, Cadernos Intercom

LIMA, M. Fátima; PRIETO, Nelson & FERREIRA, Lucrecia 2005 – Mídia digital e educação: tudo ao mesmo tempo agora o tempo o tempo todo, In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette &

TOME, Takashi – *Mídias digitais*, São Paulo, Paulinas, p. 225-256

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo 1982 – *Comunicação, hegemonia e contra-informação*, São Paulo, Cortez/Intercom

MANNION, James 2004 – *O livro completo da filosofia*, São Paulo, Madras

MARQUES DE MELO, José 1976 – *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação*, Petrópolis, Vozes 1980 – *Comunicação e Classes Subalternas*, São Paulo, Cortez 1981 – *Comunicação & Liberdade*, Petrópolis, Vozes 2003 – *História Social da Imprensa*, Porto Alegre, Edipucrs

MARQUES DE MELO, José & QUEIROZ, Adolpho 1998 – *Identidade da imprensa brasileira no final do século*, São Bernardo do Campo, Editora Metodista

MARQUES DE MELO, José & KUNSCH, Waldemar 1998 – *De Belém a Bagé, imagens midiáticas do Natal Brasileiro*, São Bernardo do Campo, Editora Metodista

MARQUES DE MELO, José; LUYTEN, Joseph & CASTELO BRANCO, Samantha 2000 – *Imagens Midiáticas do Carnaval Brasileiro, Anuário Unesco/Umesp*

de Comunicação Regional, 4 (113-202), São Bernardo do Campo, Editora Metodista

MARANHÃO, Jorge 1993 – *Mídia e cidadania*, Rio de Janeiro, Topbooks

McLUHAN, Marshall 1972 – *A Galáxia de Gutenberg*, São Paulo, Nacional

MENDONÇA, Nadir Domingues 1983 – *O uso dos conceitos*, Petrópolis, Vozes

MOMESSO, Luiz 1997 – *Comunicação sindical: limites, contradições, perspectivas*, Recife, Editoras UFPE

MOREL, Marco 1986 – *Jornalismo popular nas favelas cariocas*, Rio, RioArte

PERUZZO, Cicília 1998 – *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*, Petrópolis, Vozes

2004 – *Vozes Cidadãs*, São Paulo, Angellara 2015 – *Comunicação popular, comunitária e alternativa no Brasil*, São Paulo, Editora UMESP

PERUZZO, Cicília & ALMEIDA, Fernando 2003 – *Comunicação para a Cidadania*, Salvador, UNEB / São Paulo, INTERCOM

RIBEIRO JÚNIOR, Jorge Cláudio Noel 1982 – *A festa do povo*, Petrópolis, Vozes

RUBIM, Albino 1995 – *Marxismo, cultura e intelectuais no Brasil*, Salvador, UFBA

SANTIAGO, Claudia & GIANOTTI, Vito 1997 – *Comunicação sindical: falando para milhões*, Petrópolis, Vozes

SANTORO, Luiz Fernando 1989 – *A imagem nas mãos – o vídeo popular no Brasil*, São Paulo, Summus

SOARES, Ismar; PUNTEL, Joana & FLEURI, Reinaldo 1983 – *Direitos humanos: um desafio à comunicação*, São Paulo, Paulinas

TRIGUEIRO, Osvaldo 2001 – O São João de Campina Grande na Mídia, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 5 (135-150), São Bernardo do Campo, Editora Metodista