

ALIANÇA  
INTERNACIONAL  
DE  
JORNALISTAS

# DIÁLOGOS J-ALIANÇA

Mídia e responsabilidade, uma contribuição à  
reflexão coletiva sobre o jornalismo responsável

MÍDIA E VIOLÊNCIA, GUERRA URBANA E SEUS ATORES  
MÍDIA COMPARTILHADA • ÉTICA NO FOTOJORNALISMO  
• A RESPONSABILIDADE DOS JORNALISTAS E AS  
ELEIÇÕES • DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA



[www.alianca-jornalistas.net](http://www.alianca-jornalistas.net)

Isis de Palma  
Organizadora



### **Proponentes dos temas desta publicação**

**Antonio Martins** – Mídia Compartilhada

**Isis de Palma** – A Responsabilidades dos Jornalistas e as Eleições

**Marco Piva e Sérgio Milleto** – Democratização da Mídia

**Roberto Cattani** – Ética no Fotojornalismo

**Vera Salles e Mara Ribeiro** – Mídia e Violência, Guerra Urbana e seus Atores

### **Coordenação da publicação**

Isis de Palma

### **Edição preliminar**

Antonio Martins

Mara Ribeiro

### **Edição final**

José Domingos T. Vasconcelos

### **Assistência geral e transcrição**

Lucia Almeida

### **Design gráfico**

Rafael Risi

Nossa homenagem a Francisco Antonio de Miranda Neto (14/07/1944 - 01/01/2012), integrante do Polo Brasil da Aliança Internacional de Jornalistas, desde a sua criação, em São Paulo, em 2005

2012 / 2013



Imagens Conteúdo & Forma Produções Culturais  
Ltda. São Paulo, SP, tel.: 11-31672575



Os textos desta publicação podem ser reproduzidos e divulgados, desde que seja citada a fonte.

# Índice

Apresentação.....	6
Mídia e Violência, Guerra Urbana e seus Atores.....	11
Mídia Compartilhada .....	23
Ética no Fotojornalismo .....	33
A Responsabilidades dos Jornalistas e as Eleições.....	45
Democratização da Mídia.....	55

## **Pesquisa Panorama da Mídia**

J-Aliança no Brasil vem produzindo vídeos e publicações dos Diálogos e desde 2010 participa de Panorama, pesquisa elaborada pela coordenação da Aliança Internacional de Jornalistas sobre a postura ética de veículos de imprensa, no Brasil e no mundo, que aceitam responder às questões. Este material é atualizado a cada ano e está disponibilizado no site [www.panorama.alliance-journalistes.net](http://www.panorama.alliance-journalistes.net)

## Apresentação

Durante o *V Fórum Social Mundial*, realizado em Porto Alegre, em 2005, formou-se a rede Aliança Internacional de Jornalistas, no contexto das alianças cidadãs, uma iniciativa da *FPH – Fundação Charles Leopold Mayer para o Progresso da Humanidade*.

O objetivo dessa rede é trabalhar, em todas as dimensões, a temática da responsabilidade do jornalista oferecendo aos profissionais da área, professores e estudantes de jornalismo um espaço de atuação. Trata-se de uma dinâmica para romper o isolamento dos profissionais da notícia, comungar experiências, reflexões e propostas concretas para modificar as práticas do jornalismo mundial, que nem sempre se referenciam em princípios éticos.

A *Aliança Internacional de Jornalistas* está presente no Brasil, França, Bélgica, Suíça, Itália e no Quirguistão. Ela procura unir os profissionais, professores e estudantes de comunicação e jornalismo para a construção de uma mídia ética e responsável.

Tem por base a Carta das Responsabilidades Humanas, na qual as alianças cidadãs fundamentam o seu trabalho, interagindo por meio do *Fórum Internacional Ética e Responsabilidades*.

A *Aliança Internacional de Jornalistas*, ou *J-Aliança*, tem realizado no Brasil encontros sobre a responsabilidade dos jornalistas e da mídia em parceria com instituições e movimentos pela democratização da comunicação. Os encontros são temáticos e recebem os nomes de Café Mídia e Diálogos J-Aliança. São conversas, depoimentos, encontros de reflexão entre profissionais da área e representantes da sociedade civil, cujos resultados foram registrados, transcritos, editados e disponibilizados em vídeo e textos.

Assim nasceu esta publicação. Cada capítulo aqui apresentado foi gerado em debates ao longo dos últimos seis anos, que esperamos sirvam de instrumento, para alguns, um ponto de partida para a reflexão. Portanto, nossa intenção é que esses conteúdos sejam amplamente divulgados, replicados, aprofundados.

Pretendemos gerar novos debates, amplificar o diálogo e produzir novas formas de popularizar os temas escolhidos, por serem estratégicos no estágio atual da nossa construção democrática. O leitor encontrará análises de como são tratados certos temas na mídia brasileira, sobretudo por que certos temas não são tratados, e ao mesmo

tempo refletir sobre formas coletivas de ação para influir sobre as práticas do jornalismo.

Os temas aqui reportados: **Mídia e Violência, Guerra Urbana e seus Atores**, proposto pelas jornalistas Vera Salles e Mara Ribeiro, é um diálogo sobre a repercussão midiática dos episódios dos ataques violentos do PCC (Primeiro Comando da Capital), em São Paulo, ocorridos em maio de 2006. Em 2012 novos episódios violentos do mesmo gênero voltam a ser alvo de grande repercussão e preocupação.

**Mídia Compartilhada**, realizado em 2007, nasceu a partir da proposta do jornalista Antonio Martins, traz uma visão bastante instigante e esclarecedora trazendo à tona outras palavras sobre o debate político em nosso país e na América Latina.

**Ética no Fotojornalismo**, também em 2007, em parceria com a *ACE – Associação dos Correspondentes Estrangeiros no Brasil* e por iniciativa do jornalista e fotojornalista Roberto Cattani, na *FNAC Pinheiros*, em São Paulo. O encontro foi acompanhado por uma mostra de fotos premiadas, polêmicas, de autoria de grandes profissionais da área, que marcaram o fotojornalismo no Brasil. Trata-se de um tema pouco ou quase nada discutido, associado a grandes impactos na opinião pública, apenas pela exposição de uma foto-manchete, em banca de jornal. As fotos da mostra, a partir do lançamento desta publicação, estarão expostas permanentemente na sede do Sindicato dos Jornalistas em São Paulo, à disposição dos olhares do público, estudantes e estudiosos da área.

**Responsabilidade dos Jornalistas e as Eleições**, foi realizado em 2008, por ocasião das eleições gerais no Brasil, no *SESC Vila Mariana*, em São Paulo. Abordou-se a cobertura das eleições no Brasil, em muitos casos capaz de mudar o rumo e influir de forma decisiva sobre os eleitores. Este tema foi também lançado em DVD, em 2009, com a análise do papel jogado pela chamada grande mídia, que a cada eleição se apresenta cada vez mais polêmica. A transparência na revelação dos interesses dos grupos de poder marcam essa discussão fundamental.

No último capítulo, com o tema **Democratização da Comunicação**, proposto pelo produtor cultural Sérgio Millete e pelo jornalista Marco Piva, reportamos o encontro ocorrido em dezembro de 2010, novamente no *SESC Vila Mariana*, um ano após a realização da *Confecom*, a primeira *Conferência Nacional de Comunicação* no

Brasil. Conferências são instâncias de deliberações coletivas e servem para influenciar políticas públicas. Esta primeira na área das comunicações aprovou mais de 300 propostas e abordou a urgência da elaboração de um novo marco regulatório para a comunicação no país. Nosso Diálogo reuniu atores, co-autores das propostas coletivas em curso que podem modificar completamente o cenário e a história da comunicação no Brasil e na América Latina.

Essa publicação percorre os caminhos da ética na comunicação e na qualidade da informação em todos os cinco temas propostos, tem como eixo central a responsabilidade em todos os seus níveis, pois ela não é igual para todos. Quanto maior o acesso à informação, quanto maior o conhecimento ou o poder, maior será a responsabilidade. Isso não isenta ninguém: a nossa é a de construir uma mídia ética, justa, equidistante, inclusiva e transparente.

A responsabilidade em todos os seus níveis desde a individual, passando pela coletiva, a das instituições nacionais e internacionais, até obtermos uma Declaração Universal das Responsabilidades Humanas junto à *ONU*. Para que os direitos sejam respeitados, responsabilidades precisam ser assumidas pelas nações, além dos seus nacionalismos, em um mundo cada vez mais interdependente. Não é diferente no caso da comunicação e no desafio de democratizar a mídia. O direito à informação é um dos direitos humanos, transformar a informação em informação de qualidade e confiável é nossa co-responsabilidade.

Nosso maior desafio, portanto, é levar esses Diálogos para os cursos de comunicação e jornalismo, para as universidades e espaços de formação de profissionais da área, para que incorporem os temas desses capítulos aos conteúdos dos cursos. Queremos influir nos currículos, ampliando e popularizando o debate com a sociedade civil sobre esses e outros temas da comunicação, analisando e propondo ações. Dessa forma, acreditamos que, além de consumidores de informação, cada vez mais pessoas poderão se transformar também em produtores de informação, que atendam ao interesse público. Só assim estaremos cumprindo nossa missão de aprofundar cada vez mais a democracia e construir uma sociedade justa, inclusiva, plural e quiçá um dia, sustentável.

Isis de Palma  
Aliança Internacional de Jornalistas – Polo Brasil



CAFÉ MÍDIA  
MÍDIA E VIOLÊNCIA:  
GUERRA URBANA E SEUS ATORES

Encontro realizado em 29 de novembro de 2006 no Instituto Pólis, São Paulo, com a presença de jornalistas e representantes da sociedade civil

São Paulo passou por um dia de terror, em 2006<sup>1</sup>. Após alguns meses do fato ocorrido, percebemos que foram dois os atores daqueles momentos de terror social. Um deles, o crime organizado que ameaçava a ordem pública com ataques a delegacias, postos policiais, viaturas de polícia, policiais, além de bancos e bibliotecas. Queriam a liberação de líderes do crime da prisão. O outro, a imprensa, que fez uma cobertura de caráter espetacularizante com claro viés de briga por audiência. Informações desconstruídas fomentaram o medo. A falta de informação oficial organizada e rápida dos órgãos do governo estadual, também propiciou falhas na cobertura da mídia naquela ocasião. Os ataques do crime organizado ocorreram em locais isolados. Mas, pela cobertura da imprensa pareciam ter tomado a cidade toda. Especialmente para tratar dessa condenável cobertura de imprensa, por ocasião deste fato, a *Aliança Internacional de Jornalistas* organizou um debate sobre o tema onde participaram profissionais da imprensa, representantes da sociedade civil organizada, membros da *J-Aliança*, além de estudantes e demais convidados. O resumo deste debate está a seguir.

V  
I  
O  
L  
Ê  
N  
C  
I  
A

<sup>1</sup> Referência aos ataques da organização criminosa autodenominada PCC, realizados na capital paulista no dia 12 de maio de 2006, sexta-feira, lembrados no início da intervenção da professora Vera Salles.

## Vera Salles

*Jornalista e professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, coordenadora da J-Aliança em São Luís*

Vamos lembrar alguns dos fatos que marcaram São Paulo na semana dos ataques do PCC. E também trazer alguns testemunhos, talvez, indiretos. O primeiro ataque foi iniciado na noite de 12 de maio, foi a maior onda de violência contra forças de segurança e alguns alvos civis de que se tem notícia na cidade.

Os alvos? Bancos, ônibus, bibliotecas, delegacias. Ataques gerais que adquiriram uma repercussão gigantesca na mídia. Somada aos noticiários frequentemente alarmistas, havia a falta de informação do governo de São Paulo, que gerou, entre a população, pânico e clima de terrorismo.

Os dados noticiados mostram a confusão na informação. Informava-se números de mortos e de ônibus queimados e em poucos minutos os dados já eram outros, que não batiam com os primeiros. As informações desinformavam. Causavam pânico. Exibiam a violência. Se a mídia tirasse um pouco o pé do acelerador, diminuísse a divulgação da brutalidade, talvez a sociedade inteira ganhasse.

Podemos ilustrar esta pequena introdução com os testemunhos de algumas pessoas.

**Romilda Haddad**, *coordenadora executiva da organização Ecos do Vitória*

*“No domingo [refere-se a 14 de maio de 2006], acordei com o líder de outra ONG na minha porta, dizendo que estava cheio de polícia na nossa área de coleta seletiva. No dia seguinte, recebi o jornal que noticiava o assassinato de quatro jovens na frente de tal área. A população do bairro, com a qual temos convivência, disse que foi uma execução. Um ex-policia garantiu que era uma encomenda. Quatro jovens por região. Era um acordo, para cumprir uma demanda, como forma de reação. Porém, o jornal acusou os jovens de roubo de carro. Sustentava que houve perseguição com tiroteio, sem haver evidências reais. A polícia alegou que um desses jovens tinha problemas. A mãe assegurou que a polícia tinha feito ameaças. Mas a afirmação do jornal era de roubo de carro.”*

**Hermes de Souza**, *fundador e coordenador do projeto Nova União da Arte*

*“Eu tenho uma grande preocupação quanto à mídia, quanto às informações que são passadas. Para mim informação é igual bala. Ela é atirada para todos os lados. Em uma de minhas prisões, montei minha primeira oficina de arte. Dava aulas para treze presidiários. Foi na época da prisão do 'maníaco do parque'. Eu estava fazendo uma escultura. Um jornal foi fazer uma matéria sobre meu trabalho e perguntou que escultura era aquela. Eu disse que era um passeio no parque – já que fazia sete anos que não via um. E a manchete foi: 'Artista da cadeia faz estatueta sobre Maníaco do Parque'. Sobre meu trabalho, quase nada. Apenas um quadrinho pequenino, ao lado da matéria. Uma coisa que me preocupa muito é que os meninos da nossa comunidade não querem ser policiais ou mocinho; eles querem ser ladrões, porque na mídia só aparece PCC. As pessoas que fazem algumas coisas boas, que lutam para ter um reencontro, não são vistas. Quem é visto é o PCC.”*

Ficam algumas questões para o debate: qual a responsabilidade da mídia na divulgação da informação? Até onde o jornalista pode ser responsabilizado? Como a prática do jornalismo pode contribuir para construir uma mídia ética e responsável?

**Os meninos da nossa comunidade não querem ser policiais ou mocinho; eles querem ser ladrões, porque na mídia só aparece PCC**

**Oriana White**

*Psicóloga social e pesquisadora, doutora na área de comunicação e cultura (ECA/USP) idealizadora da IPAZ – Agência Internacional pela Paz, e do CPM – Centro de Pesquisa Motivacional*

Quando pensamos em responsabilidade, temos vários pontos de vista. Existe uma multiplicidade de significados da palavra, que está



conectada com vários outros conceitos. Ela passa próximo da ética, justiça e autoconhecimento. E quando falamos da responsabilidade da mídia várias portas se abrem.

O grande questionamento é: podemos ter uma mídia que realmente faça a diferença para um Brasil melhor? O que seria diferente? Uma mídia onde cada jornalista seria o representante dos interesses da sociedade civil organizada, compartilhando o poder que tem para mudar o estado das coisas, entregando à sociedade a condição de construir um novo país.

A partir dos ataques do PCC, fizemos uma pesquisa sobre o papel da mídia, com um grupo de mulheres. Uma das opiniões surpreendentes que emergiu sustentava que a mídia não se parece com a realidade. Quando ela nos mostra cenas seguidas de um ônibus pegando fogo, temos a sensação de que a cidade toda está sendo incendiada.

Quando vemos a Avenida Paulista completamente vazia às seis da tarde, ficamos sem rumo. E não é porque se falou algo, mas porque se dissemina a sensação de que somos completamente impotentes. As imagens são muito importantes, pois ficam no imaginário. Um dos motivos para criar a *Agência Internacional pela Paz* foi o desejo de criar entre nós o “imaginário de paz”. Por meio de uma pesquisa, descobrimos que ele ainda não existe. Quando perguntávamos aos entrevistados o que entendiam por paz, as respostas eram mais ou menos assim: “é branco, uma pomba, um campo nevado sem nenhuma alma”. Nossa visão é outra. Vemos paz como um mundo em que não há crianças com fome, ou crianças assassinadas. Por isso, estamos lutando. É imprescindível criar na sociedade um imaginário de paz, onde o ambiente sugira ausência da desigualdade e do medo.

**Quando a mídia mostra  
cenas seguidas de um  
ônibus pegando fogo, temos  
a sensação de que a cidade  
toda está sendo incendiada**

**Júlio Wainer**

*Professor da PUC/SP, diretor da TV PUC, diretor da Academia Paulista de Cinema, autor de inúmeros documentários*

A mídia tem a tendência de veicular imagens negativas. A denúncia e a tragédia vendem. A boa notícia é, para a mídia, a “não-notícia”. Se criarmos algum canal ou programa que transmita a boa notícia nas

manchetes, eles vão ter menos audiência do que o canal que tenha denúncias. Não podemos ser totalmente ideológicos numa sociedade governada por regras de mercado. Há muito o que fazer, iniciativas de impacto, e “do bem”, ainda enquanto estamos submetidos às regras de mercado. Não devemos tentar fazer uma mídia que julgamos linda e maravilhosa, mas que ninguém vê.

Os eventos relacionados ao PCC estão entre aqueles que a mídia sempre correu atrás e chega, sempre, invariavelmente atrasada. Pergunto: que janelas as TVs, os meios de comunicação abrem para que o cidadão comum se manifeste?

No Brasil, nenhuma. Zero! Enfim, em que medida a mídia pode tornar-se expressão do que está ocorrendo? Como a mídia pode tornar-se termômetro do que a sociedade sugere agora, neste momento? Como as nossas pequenas angústias podem ser refletidas nos meios de comunicação?

Existe a resposta no exemplo de um programa de uma emissora israelense. Ele vai ao ar aproximadamente às vinte horas e é de grande audiência. O conteúdo? Pequenos relatos de pessoas comuns. Como é o seu dia a dia? As pessoas são as mais diversas possíveis. Um adolescente, uma senhora de periferia, um executivo, um jovem universitário, um religioso. A mídia pode se tornar uma janela, um reflexo das pequenas ocorrências. É algo de que precisamos, para ter nela um sinal da sociedade.

**Marisa Greeb**

*Psicóloga pela PUC/SP, psicodramatista, idealizadora do movimento Psicodrama da Cidade (sociodramas nas praças e locais públicos na capital paulista), atua também em outras localidades do Brasil e na rede mundial de psicodramatistas*

A mídia deve ficar muito feliz de tanto a gente falar dela. Eu me pergunto e me lembro de nosso velho amigo Espinosa. Ele dizia que existem duas paixões: as alegres e as tristes. A paixão alegre te potencializa, faz ter vontade de viver, de agir. Já a paixão triste te despontencializa, te entristece. Você não tem vontade de fazer nada. Por que será?

Assistindo aos vários canais de TV e lendo os jornais, chego à conclusão de que vivo uma guerra urbana contínua, porque a outra acabou. Não dá mais na mídia, acaba a guerra, e a gente não fica nem sabendo. Mas, enquanto isso, eu me pergunto: será que

nasceram tulipas na Holanda ou girassóis na Rússia? Ninguém me conta. Não tem uma notícia desse tipo. Somente aquelas que vão pesando, pesando, pesando...

Não é à toa. É para entristecer mesmo. O povo está triste. Como já dizia Espinosa: por que será que os que estão no poder querem tanto a tristeza dos seus súditos?

No que se refere à mídia, questiono: por que nós queremos esta mídia, que já tem uma posição clara e definida, de empresa? Esta mídia já tem uma posição tomada. Nós queremos outras coisas. Por que ainda não temos a nossa mídia?

**Que janelas os meios de comunicação abrem para que o cidadão comum se manifeste? Será que nasceram tulipas na Holanda ou girassóis na Rússia?**

### **Heródoto Barbeiro**

*Jornalista, atuou na rádio CBN – Central Brasileira de Notícias como gerente de jornalismo do Sistema Globo de Rádio, seção São Paulo. Foi apresentador do Jornal da TV Cultura e do Programa Roda Viva, é jornalista âncora da TV Record, articulista em jornais, revistas e internet, e tem vários livros publicados*

Nem todo fato negativo é sensacionalismo. O que vemos na mídia é a elevação de um fato até as últimas consequências da sensação e exploração humanas, para transformação daquilo em um produto que é vendável no rádio, TV, internet. É preciso, também, definir o que é uma notícia ruim. Precisamos ir além da dicotomia de querer dividir as notícias entre ruins e boas. Eu dividiria entre aquelas com ética e as sem ética, as que são sensacionalistas e as que não o são. As notícias éticas não são boas nem ruins, mas carregadas de precisão. Quando falamos de código de ética do jornalismo (e isso vale para qualquer país do mundo), sabemos que a primeira “pisada na bola” que nós jornalistas damos é divulgar alguma coisa que não foi confirmada e checada. Nós jornalistas pisamos todos os dias nessa primeira regra elementar do jornalismo.

O jornalista sai todos os dias à cata da notícia inédita. No jargão jornalístico, ele sai à cata de um furo. Ou ele está atrás daquilo que o Mike K. Hill definiu como sendo a separação do joio do trigo. O jornalista quer publicar joio. Mas joio não é má notícia, nem sensacionalista. Joio são aquelas que impactam a sociedade e são capazes de provocar alguma transformação social. Então, há a necessidade

de fiscalização social dos meios de comunicação. Esta fiscalização permeia os vários patamares da sociedade, mas talvez deva começar por nós.

**A fiscalização social dos meios de comunicação por parte dos vários setores da sociedade é necessária e talvez deva começar pelos jornalistas**

### **Antonio Chastinet**

*Jornalista especializado em segurança pública, trabalha como produtor do Núcleo de Reportagens Especiais do Jornal da Record, vencedor dos prêmios Esso, Embratel e Vladimir Herzog de jornalismo*

Jornalismo trabalha com a aproximação da verdade. Nem tudo relacionado à violência e à segurança são notícias ruins. O público tem o direito de saber qual é o cruzamento mais perigoso de São Paulo, quais os horários de maior incidência de roubo.

O bom jornalismo é feito com uma boa apuração – ou seja, não publicar nada que não esteja checado e confirmado. E notícia vai ser sempre o que é incomum. Domingo no parque normal não é notícia, acontece toda semana. Mas se alguém vai ao parque domingo e morre assassinado, é notícia. E não é porque vende mais. Quem está fazendo não está preocupado com isso, está preocupado é com o furo, com a boa notícia.

### **Miriam Duailibi**

*Jornalista, ambientalista, especialista em sustentabilidade e em mudanças climáticas, é presidente do Instituto Ecoar para Cidadania*

Não podemos discutir o papel do jornalista e o papel da mídia sem lembrar que o papel do jornalista é informar. Informar com precisão e ter compromisso com a verdade. O jornalista deve ser responsável pelo que relata. E o que quer dizer ser responsável?

Em primeiro lugar, é responder por aquilo que faz. Precisa respeitar a pluralidade. Quantas vezes vemos matérias na televisão que mostram apenas um lado do fato. E a justificativa é a de sempre: não dá tempo. Cabe ao profissional ter o compromisso com a ética, a verdade, a precisão. Não aceitar produzir ou editar uma matéria feita de forma irresponsável e tendenciosa.

Como diz o filósofo e educador colombiano Bernardo Toro: “Nós temos que despertar o imaginário convocante da pessoa”. Basta dar uma olhada para o Rio de Janeiro na última semana<sup>2</sup> para vermos que estamos numa guerra urbana. Talvez se nos debruçássemos mais em mostrar o outro lado das favelas, o outro lado desses adolescentes, a quantidade de pessoas que estão trabalhando no sentido oposto a esse que é mostrado o tempo todo na mídia, tirássemos um pouco esse sentimento de impotência. Talvez a sociedade nos olhasse e dissesse: “É possível, sim”.

### Paulo Lima

*Educomunicador, fundador e diretor executivo da revista Viração, formado em filosofia, teologia e jornalismo, é empreendedor social da Ashoka e consultor do UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância*

Parece que só depois de 12 de maio de 2006, quando a periferia ocupou o centro, nos demos conta que existia uma guerra urbana. Tem alguma coisa errada aí! Há mais de trinta anos, falamos que existe uma guerra urbana – execuções sumárias por parte da polícia, a ausência do Estado, ausência da mídia na cobertura do morro, da favela, do bairro de periferia. Então, devemos rever nossos conceitos em relação à guerra urbana.

Dois casos podem ajudar no debate. Primeiro, o sequestro do repórter da *Rede Globo* pelo PCC e, dias depois, um jornalista da *Bandeirantes* foi agredido próximo à Avenida Paulista. Então, os jornalistas ficaram com medo de ir à periferia.

Nas manifestações ouve-se: “O povo não é bobo, fora *Rede Globo*”. Num bairro de periferia de Jandira escuta-se: “Olha, por incrível que pareça depois dos ataques havia mães e pais trazendo crianças para serem batizadas com o nome de Marcola<sup>3</sup>, em homenagem ao traficante”.

O outro caso é representado pela manchete do *Jornal do Brasil* de domingo passado, “A lei que protege jovens assassinos”, e a matéria tentava jogar a população contra o *ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente*.

<sup>2</sup> Refere-se a episódios de violência ocorridos na cidade do Rio de Janeiro, envolvendo a polícia e adolescentes, coincidentemente duas semanas após o governador ter anunciado a adoção de medidas inspiradas em iniciativas de segurança pública bem sucedidas, ocorridas na Colômbia.

<sup>3</sup> Trata-se do apelido de um dos líderes do PCC, que comandou os ataques de 12 de maio de 2006 do interior do presídio.

Agindo contra a lei, publicaram na capa a foto de um jovem em situação vexatória, que o transforma em suspeito.

Nos dois casos houve quebra das regras do jogo. Em conversa com Veet Vivarta da *ANDI – Agência Nacional dos Direitos da Infância*, questionei tais fatos e ele me disse: “Pois é rapaz, quando quebram as regras do jogo como é que fica?”.

**Devemos rever nossos conceitos em relação guerra urbana: como fica quando há quebra das regras do jogo de todos os lados?**

As regras do jogo infelizmente foram quebradas há muito tempo: a partir do momento em que fizemos de conta que não existe o outro – aquele que está lá se organizando, mostrando o outro lado da favela. Existe sim saída e vai além do boicote. Existem, além dos protestos, propostas: revistas como a *Viração*, o jornal *Brasil de Fato*, a *Ciranda*. Há inúmeras agências de notícias alternativas que mostram o outro lado do Brasil que está por aí.

### Antonio Martins

*Jornalista, é editor-chefe do site Outras Palavras (ponto de cultura, jornalismo e mídias livres), à época era editor do Le Monde Diplomatique Brasil on line e membro do Conselho Internacional do Fórum Social Mundial*

Os atentados cometidos pelo PCC foram fatos de tão grande relevância que, com razão, tiveram ampla cobertura jornalística.

A miséria da mídia não está no que ela mostrou, mas no que escondeu. O noticiário reduziu cidadãos à condição de espectadores passivos no espetáculo.

Quais as causas da explosão do sistema prisional? Como uma organização criminosa pode, de dentro das prisões, formar e mobilizar amplas redes articuladas com sofisticação surpreendente no mundo exterior?

Estas questões não foram formuladas pela mídia, nem durante nem depois dos episódios. E é provável que continuem sufocadas, transformadas em não-questões, até a eventual eclosão de uma nova crise, quando o tema voltará ao papel e às TVs, de forma novamente artificial.

Uma pauta essencial seria investigar a relação entre a onda de violência e a tendência ao aprisionamento maciço adotado pelo Judiciário de São Paulo, na última década. Estimulada pelos governos Covas, Serra e Alckmin, ela foi complementada por medidas como as restrições à atuação de órgãos de direitos humanos no interior das prisões.

Ao invés de questionar, a mídia ajudou a difundir a ideia grosseira segundo a qual a solução para coibir a criminalidade é endurecer as medidas tomadas. O crescimento do PCC desmentiu essa teoria. O inchamento das prisões, muitas vezes com indivíduos que cometeram pequenos delitos, criou escolas de criminalidade. Esse fenômeno foi agravado porque se negligenciou os aspectos de recuperação do ser humano nos presídios, ressaltando apenas o da punição.

Outro tema sempre evitado pela mídia é a proposta de legalização e controle do uso de drogas. A sociedade brasileira tornou-se cultural e moralmente muito mais aberta e diversa nas últimas décadas, mas tal proposta continua sendo um tabu. O *proibicionismo* oferece ao crime organizado a reserva de um mercado extremamente valioso e lucrativo. Não haveria a opção de legalizar as drogas estabelecendo, ao mesmo tempo, controle sobre seu consumo? Impostos sobre sua venda? Ainda que um mercado paralelo persistisse, não é evidente que a grande maioria dos consumidores preferiria o mercado formal – como ocorre com todos os demais produtos?

### Júlio Wainer

Vou procurar polemizar, se não a gente concorda com tudo e não chega a nada. Para alguns colegas que estão mais na linha de frente de um jornalismo de massas, a questão da ética parece se resolver com “bom jornalismo”, capacidade de reportar os acontecimentos de modo veraz.

Para questionar esta teoria, formulo uma hipótese. Basta mobilizar três malandros para criar um fato de grande repercussão em São Paulo. Você os contrata para sequestrar um ônibus e botar fogo nele, na Vila Madalena. Requer um pouco de coragem, mas vale mais a pena que morrer em uma quebrada, por dívida com o PCC. Três pessoas são mais que suficientes. E, então, prevalecendo o padrão de jornalismo que hoje temos, você conquista quase instantaneamente as primeiras páginas do *UOL*, do *Terra*, do *IG*.

Estoura o *Ibope* porque a mídia cobre. De forma verdadeira e acurada, como o Heródoto recomendou. Mas, causa-se uma comoção na sociedade por conta da ação de três malandros. Por isso, questiono: basta manter a qualidade para praticar uma mídia ética?

### **Pauta essencial: investigar a relação entre a onda de violência, a tendência ao aprisionamento maciço e a restrição à política de direitos humanos nos presídios, adotada em São Paulo, na última década**

#### Paulo Lima

Tive a felicidade de pertencer à equipe que iniciou a *CBN*, sob o comando do Heródoto Barbeiro. Num momento em que tínhamos pouca tecnologia, aquele time balançou o modo de fazer jornalismo no rádio e influenciou outras emissoras. Hoje, também, as emissoras reúnem pessoas qualificadíssimas, mas não conseguem atender à demanda dos consumidores que, como os presentes neste encontro, exigem um produto qualificado. Como é possível compreender e equacionar isso?

#### Hélio Rubens

*Jornalista, editor do ROL, jornal eletrônico na internet, é coordenador da J-Aliança em Sorocaba e Itapetininga, municípios do interior de São Paulo*

Um testemunho: há algum tempo entrevistei um padre, em um programa de TV que apresentava em Itapetininga. Ele afirmou, muito candidamente: “Sabe qual o problema de vocês, jornalistas? É que divulgam muito a violência, sem perceber que ela é contagiosa: quanto mais você falar, mais ela acontece”. Eu respondi: “Mas a violência é fato do dia a dia, é notícia e a gente tem que falar dela”. Ele retrucou: “É verdade. Mas falta compreender que a paz também é contagiosa: é preciso falar dela”.

Precisamos, ao pautar ou realizar uma matéria, ter consciência do impacto social que ela provocará. Será que colocar o Marcola na capa está correto? E, para encerrar, uma proposta. Em vez de dividir as notícias em “boas” ou “ruins”, deveríamos nos perguntar: “Esta notícia difunde a violência ou a paz?”. Proponho essa discussão porque isso tem a ver com responsabilidade social.



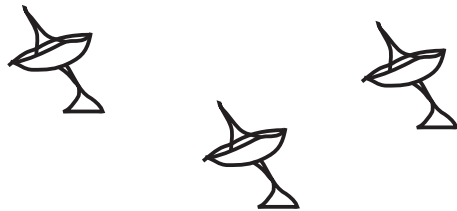
### Paulo Cannabrava

*Jornalista, presidente do conselho da APIJOR – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual dos Jornalistas e membro da executiva do Espaço Cultural Diálogos do Sul*

Sou de uma geração que aprendeu que meio de comunicação e jornalismo são serviços públicos e o compromisso do jornalista é fundamental e unicamente com a ética cidadã. A informação, porém, virou *commodity*, deixando de ser um direito humano.

Há uma grande confusão entre mídia pública e estatal. A mídia tem que ser pública, porém não-estatal. Cabe à sociedade resgatar a ideia de que o Estado é público e o jornalista tem que estar inserido na sociedade para motivá-la a buscar dois direitos essenciais dos cidadãos: ser informado e se expressar.

Quanto à onda de violência, é episódica. Portanto, temos que refletir sobre qual é a responsabilidade da mídia e da sociedade na violência estrutural, nesta violência excludente e de excluídos.



### DIÁLOGO J-ALIANÇA A MÍDIA COMPARTILHADA

Realizado no estúdio da TV PUC/SP, em 13 de Junho de 2007. Este encontro gerou dois programas de TV, dirigidos por Júlio Wainer, transmitidos pela TV PUC no canal Universitário de SP

Ainda é novo para a maioria das pessoas o conceito de comunicação compartilhada e jornalismo interativo, cidadão ou participativo. Este diálogo da *J-Aliança* pretende trazer uma reflexão sobre este tema – suas origens, o conceito, oportunidades, problemas e as possibilidades de atuação da sociedade. Da comunicação de massas para uma comunicação mais participativa, os movimentos de emancipação social e sua influência nas mudanças nos meios de comunicação, bem como o papel do jornalista como ator das mudanças e da voz social, estão entre os temas discutidos a seguir.

### Antonio Martins

*Jornalista, editor-chefe do site Outras Palavras (ponto de cultura, jornalismo e mídias livres) e, na época, membro do Conselho Internacional do Fórum Social Mundial*

Esta é uma grande oportunidade para tentar montar um quebra-cabeça sobre o que significa comunicação compartilhada e jornalismo interativo, cidadão ou participativo. Para discutir este tema quero colocar inicialmente três peças neste quebra-cabeça.

A primeira é a de que nós estamos, possivelmente, diante de uma mudança no paradigma de comunicação que esteve em vigor nos últimos séculos. Estamos passando da comunicação de massas – que existiu desde a impressão da primeira bíblia por Gutenberg – para uma comunicação compartilhada e participativa. Precisamos estudar o que significa isso e quais são os desafios da sociedade diante desta mudança.

A segunda é que esta transformação no mundo da comunicação ocorre em meio a uma mudança social mais profunda e que tem a ver com projetos de emancipação social. Acredito que nós estamos

mudando também de um projeto centrado na conquista do Estado e da fábrica, na representação e na ideia de que a transformação social ocorreria essencialmente a partir de uma mudança brusca, para um projeto emancipatório bastante distinto, sobre o qual falarei em mais detalhes.

A terceira pecinha é tentar discutir qual é o papel dos jornalistas e dos meios de comunicação contra-hegemônicos, que procuram enfrentar os oligopólios dos grandes meios, nesta mudança de paradigmas, o da comunicação e o da transformação social.

A mudança de paradigma na comunicação é um processo que se torna possível com o surgimento das novas tecnologias – essencialmente a digitalização e a internet –, mas tem a ver, acima de tudo, com a forma por meio da qual as sociedades estão se *apropriando* destes desenvolvimentos tecnológicos.

A internet surgiu por um projeto bélico dos Estados Unidos durante a Guerra Fria. Os norte-americanos queriam criar um sistema de defesa contra um eventual ataque nuclear da União Soviética que mantivesse intacta sua capacidade militar, ainda que alguns de seus centros vitais fossem atacados e destruídos. Esse sistema tinha que ser, por natureza, descentralizado. Caso algum centro fosse arrasado, outros assumiriam o papel de comando.

### **A internet surgiu dentro de uma estratégia bélica dos EUA, mas trouxe possibilidades de interação não imaginadas pelos estrategistas militares**

As redes de comunicação tiveram, em seguida, um papel muito perverso. Elas serviram – e ainda servem – para organizar a globalização dos mercados financeiros, que é este processo tão concentrador de riquezas e responsável pela crise econômica mais profunda, desde a de 1929. É graças à internet que as grandes fortunas giram ao redor do mundo 24 horas por dia, tirando proveito das condições mais favoráveis oferecidas pelos mercados mais débeis do sistema financeiro.

Mas, ao mesmo tempo, este desenvolvimento tecnológico criou também a internet 2.0. Em determinado momento, surgiram condições para algo que não poderia ser imaginado nem nos planos militares, nem nas engrenagens do capitalismo financeiro. Surgiu uma possibilidade muito particular de interatividade, e isso é que tem feito muita diferença.

Lembro-me dos primórdios da internet no Brasil. Pela rede conse-

guíamos acessar, por exemplo, os comunicados dos zapatistas, que não estavam disponíveis na televisão nem nos meios de comunicação tradicionais. Entrávamos no site, dava um trabalhão, tinha que digitar o endereço, caía a ligação toda hora, mas conseguíamos baixar os textos.

Numa das primeiras edições do jornal *Brasil Agora*, quando eu era editor, publicamos um comunicado poético e muito interessante do subcomandante Marcos, que tínhamos conseguido capturar da internet. A rede já possibilitava a troca de informações entre pessoas que não tinham acesso aos meios de comunicação sofisticados ou a satélites. Era gente como a gente, que continuava acreditando na construção de um mundo novo e trabalhando por isso.

O *I Fórum Social Mundial*, em 2001, foi organizado e difundido sem nenhum panfleto ou cartaz. A informação se espalhou por um site muito barato e hoje rudimentar, mas que comunicava com gente muito interessada em obter um determinado tipo de informação e que podia acessar esta informação a partir de um computador ligado à linha telefônica. O fato é que não se falava de internet 2.0, e mesmo assim o *I Fórum Social* foi comunicado cem por cento via internet.

A construção de redes de comunicação, portanto, não é algo assim tão novo. A internet 2.0, que surgiu por volta de 2002, nada mais é do que um desdobramento desta primeira fase, na qual começam a se multiplicar as iniciativas e os focos de comunicação independentes e contra-hegemônicos. Com poucos recursos, alguns movimentos sociais e ONGs anti-sistema começam a criar sites e a veicular informações que jamais seriam veiculadas por meio de publicações impressas ou pela televisão.

Pouco a pouco começam a surgir – e esta é a chamada fase 2.0 – instrumentos que expandiram esta possibilidade, ao tornar possível que não apenas um movimento, mas cada um de nós exerça uma necessidade, um desejo que é vital no mundo de hoje: expressar uma singularidade e encontrar formas de pertencimento a comunidades.

Então surgem os *blogs*, os *wikis* (entre eles, a *Wikipedia*), os *podcasts*, a possibilidade de produzir conteúdo de televisão ou de rádio sem a necessidade de grandes investimentos tecnológicos e podendo manter comunicação permanente com pessoas do mundo todo, o tempo todo. Aparecem também ferramentas como *Youtube*, *Orkut*, *Flickr* e *OhMyNews*, um jornal da Coreia do Sul que abre pela primeira vez a possibilidade do leitor se transformar em repórter.

Muitas dessas tecnologias e ferramentas, como podemos ver, não estão diretamente relacionadas ao jornalismo, mas a fenômenos jornalísticos muito importantes ligados ao surgimento da internet, e particularmente da internet 2.0.

### **Do ponto de vista político, os blogs são formas de comunicação com relevância crescente**

Um número cada vez maior de blogs é criado todos os dias. Alguns deles, mesmo com investimentos relativamente pequenos, conseguem audiências maiores do que grandes sistemas jornalísticos. Também politicamente, essas formas de comunicação têm relevância cada vez maior.

No final de 2006, durante as eleições presidenciais, a *Rede Globo* foi desmascarada na tentativa de forjar, junto com candidatos do PSDB e setores da Polícia Federal, uma cobertura jornalística enviesada do chamado “dossiê dos aloprados”. Produziu-se a célebre foto da mesa cheia de dinheiro, que procurava associar a candidatura Lula à corrupção e forçar, por meio do oligopólio midiático, um determinado posicionamento dos eleitores. Em alguns dias, o jornalista Raimundo Pereira, um craque da antiga imprensa alternativa, publicou na revista *Carta Capital* uma excelente reportagem que dissecava esta montagem.

Antes da internet, esta reportagem teria ficado restrita ao reduzido número de leitores da revista. Mas, com a web, imediatamente se formou uma grande rede de blogs e listas de e-mails que fizeram com que ela circulasse e adquirisse uma audiência muitas vezes superior à da *Carta Capital*.

Foi a expressão, no Brasil, de fenômenos semelhantes, ocorridos em outras partes do mundo. Por exemplo, na Venezuela, em 2002, quando houve o golpe de Estado contra o presidente Hugo Chávez, também aconteceu algo inesperado. A estratégia essencial do golpe era dizer que o presidente da República tinha renunciado e, portanto, isso legitimaria a posse de um novo governo. Por meio de comunicações via internet esta mentira foi desfeita, mobilizou-se a sociedade em poucas horas e articulou-se uma enorme concentração popular diante do palácio do governo, que inviabilizou o prosseguimento do golpe. Ou seja, é **a mobilização virtual criando a mobilização real**, a comunicação virtual não como algo em si mesmo, mas como diálogo, comunicação entre pessoas de carne e osso. E aquelas pessoas fizeram uma contra-insurgência, fizeram uma mobilização que evitou o golpe.

### **Nas eleições de 2006, graças à internet, a Rede Globo foi desmascarada ao cobrir de forma enviesada o chamado “dossiê dos aloprados”**

Em 2005, na Espanha, quando houve os atentados terroristas provocados por radicais islâmicos e o primeiro-ministro Aznar procurou imputá-lo ao *ETA*, inclusive jornais vistos como responsáveis e respeitáveis, como o *El País*, engoliram a explicação do governante. A contra-informação foi articulada por meio de mensagens enviadas por telefones celulares, SMSs ou “torpedos”, como os conhecemos no Brasil.

Na mesma época, as comunidades de imigrantes que vivem nos Estados Unidos organizaram uma série de manifestações cujos articuladores eram, essencialmente, jovens que se comunicavam por meio da rede de computadores. Um ano mais tarde, quando Israel invadiu o sul do Líbano e destruiu todas as emissoras de rádio e TV, as fotos sobre a brutalidade do ataque e suas consequências humanas continuaram a circular pela internet, porque não havia como destruir a rede. Ou seja: quando se fala na importância que a web assumiu para a democratização das comunicações, os exemplos se multiplicam.

Esta nova realidade exige reflexão. O jornal tradicional tem sido, desde a Revolução Francesa, um espaço importantíssimo de debate público. Se isso se desfaz, se cada um de nós se vê como um comunicador, como um emissor de conteúdos, onde se dá o debate sobre o futuro coletivo?

É preciso admitir que há um risco: o de cada um de nós se transformar em um emissor surdo, alguém que se expressa mas não ouve os outros. As perguntas a fazer são: há como evitar que a comunicação compartilhada se torne um simples exercício narcisista de expressão pessoal? Existem maneiras de substituir o jornal tradicional como espaço básico do debate público?

Devemos tentar entender quais as razões políticas pelas quais essa novidade tecnológica se transformou numa novidade cultural, social e política. E isso está relacionado com uma mudança no padrão de transformação social, nas ideias de utopia e de emancipação social, que têm se desenvolvido nos últimos anos.

## Como evitar que a comunicação compartilhada se torne um simples exercício narcisista de expressão pessoal?

Nós, que acreditamos ser possível superar o capitalismo, temos obtido vitórias importantes nos últimos anos. Até o início da década, acreditava-se que o Brasil e a América Latina toda estariam, em pouco tempo, sob a tutela da *ALCA*. É uma sigla da qual quase não se fala mais, foi sepultada. Mas significava criar no continente uma grande área de “livre” comércio, claramente dominada pelos Estados Unidos. Também parecia inevitável que a *Organização Mundial do Comércio (OMC)* completasse a chamada Rodada de Doha, que aprofundaria o modelo atual de globalização, por meio do qual o poder agigantado das empresas transnacionais ameaçaria constantemente os direitos sociais. Nada disso se concretizou, graças principalmente a ações da sociedade civil, a campanhas desencadeadas em espaços como os *Fóruns Sociais Mundiais*. O embaixador Samuel Pinheiro Guimarães, secretário-geral do Itamarati [*na época*], tem reconhecido que a ação positiva de governos como o do Brasil, em relação à *ALCA*, foi fortemente pautada pelos movimentos sociais.

Estas pequenas vitórias ressaltam que a transformação social é possível. Há pouco mais de uma década, Francis Fukuyama podia dizer que o capitalismo era o fim da história, que as utopias eram um caminho para a perdição e o totalitarismo, e que o máximo que as sociedades deveriam almejar era conquistar, dentro do capitalismo, condições um pouco mais civilizadas de dominação e de exploração. Difícilmente isso poderia ser dito hoje sem causar escândalo. Cada vez mais gente começa a acreditar em valores como a solidariedade, a proteção da natureza, a distribuição de riquezas. Alguma coisa mudou no ambiente político e cultural de nossas sociedades.

É possível falar de novo em emancipação social, é possível dizer que o capitalismo não é o destino do ser humano, é possível falar em utopia. Ao mesmo tempo, tenho a impressão de que a multiplicação dos sujeitos sociais e das formas de resistência e construção de alternativas exige que nós vejamos que existe, junto com a recuperação, um desejo de *reinvenção* da ideia de utopia.

A grande maioria dos movimentos que se articulam, por exemplo, em torno dos *Fóruns Sociais* não vê mais a superação do capitalismo como uma tomada de poder político, nem como a estatização dos meios de produção. São símbolos importantes de poder capitalista, mas as próprias experiências do chamado “socialismo real” mostra-

ram que aquele caminho talvez não fosse uma forma muito eficaz de criar novas maneiras de relação social. Há uma consciência crescente de que é necessário superar o capitalismo concentrando a disputa nos *valores* que ele procura tornar hegemônicos e apresentando, como alternativas, *valores* contra-hegemônicos.

### **As transformações que poderão levar a sociedades mais solidárias dependem de uma comunicação que exerça um papel contra-hegemônico**

O capitalismo procura transformar a vida em mercadoria, fazer com que todos os direitos sociais tenham um preço. Mas cresce, em contrapartida, a luta dos movimentos sociais para alterar o conceito de direitos humanos, que não deveriam se restringir aos direitos individuais e às liberdades políticas, mas incluir os direitos econômicos, culturais e ambientais. Tudo isso resgata, sob outras formas, uma ideia de Marx que permanece: as riquezas socialmente produzidas precisam ser socialmente apropriadas. Porém, não por meio da estatização, mas da universalização dos direitos. Fala-se no direito à terra, água, educação, saúde, previdência. Direito a ser produtor cultural, direito a viajar pelo mundo. São direitos que devemos incorporar à noção de direitos humanos.

São valores que muitas vezes se materializam em políticas públicas. Vamos examinar, por exemplo, o programa brasileiro de combate à AIDS, considerado o mais bem-sucedido do mundo, conquistado há mais de uma década no âmbito do *SUS*, após seguidas mobilizações dos portadores de HIV. É um caso de política pública que assegura um direito humano fundamental. No Brasil, ser portador do HIV e continuar vivo é um direito que não depende de contrapartida financeira, de comprar um medicamento caro. O Estado assegura o remédio para todos, ricos ou pobres. A sociedade reserva uma parte de sua riqueza para assegurar este direito, que já não é mais mediado pelo mercado. Funciona perfeitamente. Inclusive, traz ganhos econômicos ao sistema de saúde, evitando internações caríssimas de pessoas com doenças graves. A pergunta é: por que não multiplicar conquistas como esta, difundindo a ideia de que os direitos humanos, de todos os tipos, precisam ser assegurados independentemente de capacidade monetária?



## O debate sobre os grandes problemas planetários atuais, como as mudanças climáticas, devem levar em conta a diversidade e a ação em rede

Este movimento de desmercantilização significa que é possível superar o capitalismo não mais por meio da conquista do poder, mas sim pela afirmação de direitos. Pela afirmação, além disso, da necessidade de reinventar a democracia, uma democracia menos formal, que tenha a ver com a consciência social e com a capacidade dos seres humanos de definir coletivamente os rumos que serão adotados pela sociedade. Não somente votando a cada dois ou quatro anos, mas exigindo mudanças concretas.

Essa necessidade de reinventar a democracia é um ato de resistência porque o capitalismo é cada vez menos democrático. O sistema avança sobre antigos espaços de democracia, como o próprio espaço nacional, que é invadido por decisões tomadas em organizações internacionais ou pelo mercado financeiro. Os governos sentem-se impotentes e as sociedades percebem que apenas o voto é incapaz de construir mundos melhores.

A resposta social ao avanço do capitalismo não tem sido apenas a despolitização e o desencanto, mas também a descoberta de novas formas de política. Não significa que o Estado seja irrelevante. Mas quer dizer que ele, até pela sua natureza de estrutura de dominação, não pode ser o centro das transformações sociais. O Estado deve ser disputado, mas o centro da transformação social está na sociedade, está na própria capacidade da sociedade em enxergar os processos sociais que vive ao invés de vivê-los automaticamente, de forma alienada.

O debate em torno do aquecimento global e da catástrofe social que pode ser causada pelo aumento das temperaturas na Terra será decisivo para constataremos se realmente temos condição de caminhar nesta trilha. A mudança climática é um problema que não pode ser regido por um Estado nacional. Não basta tomarmos o poder aqui no Brasil ou em qualquer outra nação para resolvermos este problema, que é um assunto da humanidade – por ser supranacional e planetário.

Existem tecnologias que permitem enfrentar o aquecimento global. Seremos capazes de adotá-las nos marcos de um novo modo de produção de riquezas que permita, por exemplo, que todos tenhamos acesso ao conforto da eletricidade, sem que isso se reverta em

consumismo e em devastação ambiental? Seremos capazes de criar uma consciência planetária que evite a catástrofe climática? Dentro da lógica capitalista, não. A lógica capitalista, que hoje em dia leva cada vez mais chineses ou indianos a desejarem um padrão de consumo semelhante ao padrão ocidental, é completamente destrutiva para a humanidade. A lógica da alienação do consumo inconsciente precisa ser superada com consciência social e políticas definidas a partir da sociedade.

### **Disputa entre paradigmas: sistema de comunicação não hierárquico versus a concentração do direito de comunicar nas mãos de poucas emissoras**

E de que forma tudo isso se articula com um novo papel da comunicação? A nova ideia de utopia e transformação social leva muito em conta o princípio da diversidade, da ação em rede, da mobilização autônoma das sociedades. Para a diversidade e a ação social, nada é mais importante do que a eficiência de um sistema de comunicação não hierárquico, um sistema de comunicação horizontal, no qual todas as iniciativas de consciência social possam se comunicar umas com as outras.

Se nós fizermos uma pesquisa na internet hoje, vamos nos surpreender com a quantidade de iniciativas contra-hegemônicas de comunicação que foram criadas nos últimos anos. Se formos discutir um tema como a Guerra do Iraque, vamos ver que existem algumas dezenas de organizações sociais que produzem não só discursos contra a guerra, mas informações de enorme relevância. E o mesmo se dará com uma infinidade de temas: da reinvenção da democracia aos direitos de lésbicas e gays; da defesa de espécies ameaçadas ao debate sobre a nanotecnologia e as precauções em relação a ela; da emergência das culturas periféricas às mobilizações dos sem-terra.

Existe um questionamento do paradigma moderno de comunicação, há uma crise da comunicação de massas e da ideia de concentrar em poucos emissores o direito de falar pelo conjunto da sociedade. É uma crise da velha ideia, que surgiu com a Revolução Francesa, de que o espaço público se restringe ao espaço estatal ou institucional.

A partir disso, qual o papel do jornalismo contra-hegemônico? Qual o papel do jornalista profissional? Qual é o papel das iniciativas como a *Aliança de Jornalistas*, que procuram tornar a sociedade consciente em relação à comunicação?

Existe um primeiro ponto de vista que tende a questionar o papel do jornalista. Já que todos podem ter o seu blog, contribuir com a *Wikipedia* e produzir um vídeo para o *YouTube*, então não seria mais necessário um saber jornalístico específico. Dentro em breve, todos seremos jornalistas e não será mais preciso, no final das contas, existir a nossa profissão.

Penso que este raciocínio se alimenta da precariedade do jornalismo com o qual estamos acostumados. Abrimos hoje qualquer jornal e vemos que o noticiário político se transformou em noticiário policial, não porque não haja mais coisas para noticiar, mas porque os jornais se acostumaram a identificar política apenas como algo institucional. Existem inúmeras iniciativas de mobilização e de debate que apontam para o avanço da consciência social ocorrendo neste exato momento, mas para os jornais isto não tem relevância. É por isso que eles tendem a ser cada vez mais enfadonhos e mais irrelevantes.

Mas também há, em paralelo, inúmeras iniciativas autônomas de mobilização social e produção cultural concorrendo com os jornais, neste exato momento. E eles são incapazes de enxergá-las.



## CAFÉ MÍDIA ÉTICA NO FOTOJORNALISMO

Exposição de fotos e encontro realizados em 29 de outubro de 2007, na *FNAC Pinheiros*, em São Paulo, com a presença de jornalistas, repórteres fotográficos e representantes da sociedade civil

A partir do lançamento desta publicação, em dezembro de 2012, as fotos exibidas neste evento ficam disponibilizadas no site da J-Aliança e expostas no Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo, na cidade de São Paulo, rua Rêgo Freitas, 530.

Esse encontro busca discutir a atividade do repórter fotográfico e sua responsabilidade como profissional da imagem. Ele pensa nos possíveis impactos que determinada foto poderá causar, ou apenas busca clicar fotos memoráveis? Ele pode ou não interferir numa imagem em prol da finalidade da pauta? Deve-se acolher fotos de leitores ou fotógrafos amadores para compor matérias nesse momento em que todos possuem uma câmera digital? A abundância de fotos de amadores é uma tendência do mundo atual nos diferentes veículos de comunicação? São estas as discussões apontadas a seguir.

### **Roberto Cattani**

*Fotojornalista, à época correspondente da ANSA, Agenzia Nazionale Stampa Associata, no Brasil, e presidente da Associação dos Correspondentes Estrangeiros, em São Paulo*

O primeiro problema ético da história do fotojornalismo surge em 1871. O título da foto é *Crime na Comuna de Paris*, e era uma foto falsa. Foi a primeira vez que um repórter falsificou um evento. Depois tivemos vários outros casos. Um deles é a famosa foto de Robert Capa retratando a morte de um soldado republicano na Guerra Civil Espanhola. É a primeira foto de alguém morrendo. Muitos anos depois descobriu-se que Capa provavelmente encenou esta morte,

porque na sequência dos negativos o mesmo miliciano aparece vivo. Recentemente, tivemos o caso de um fotógrafo da agência Reuters que foi despedido por causa de retoques feitos em algumas imagens. Ao documentar cenas de conflitos, ele acrescentou um pouco de fumaça em cima de Beirute, para a foto ficar mais marcante.

Gostaria de chamar os debatedores e lembrar as questões éticas que queremos levantar: até que ponto o jornalista tem o direito de intervir na foto sem modificar o conteúdo? Até que ponto tem o direito de reconstruir uma cena para mostrá-la em público? Ou o direito de intervir num evento para melhor reproduzi-lo? A fotografia digital aumentou ou diminuiu a confiabilidade da fotografia como instrumento de comunicação? É válida a contribuição dos leitores para reproduzir fatos e eventos?

Em vídeo produzido na França pela *Aliança Internacional de Jornalistas*, do Polo Europa, mostraremos os depoimentos de dois fotojornalistas, Virginie Villemin e Wilfrid Estève, que atuam profissionalmente na França e trazem visões diversas sobre as questões apresentadas para o nosso debate.

[Segue a transcrição de alguns depoimentos mostrados em vídeo, gravados especialmente para este encontro.]

**Virginie Villemin**, Fotojornalista, documentarista, atua na França

*“Para mim, não se deve retocar uma foto. Retocar uma foto é colocá-la no âmbito da ficção ou de uma busca estética. Não é próprio da imagem que se captura na hora.”*

**Wilfrid Estève**, Fotógrafo, professor e produtor. Desde 2004, ele presidiu a associação de utilidade pública FreeLens e recebeu, em 2005, menção especial pelo livro *Fotojornalismo em uma encruzilhada*

*“O princípio do retoque, que inclui mexer na luz, na colorimetria, no enquadramento, sempre existiu. Os maiores fotojornalistas trabalham o enquadramento de suas imagens a posteriori e se gabam de tê-lo feito. Penso em Eugène Smith, por exemplo, que declarava isso publicamente. E por que não?”*

## O jornalista tem o direito de intervir na foto, sem modificar seu conteúdo?

**Virginie Villemin**

*“Retocar uma imagem pode ocasionar um desvio: personagens podem ser suprimidos ou colocados em primeiro plano quando não estavam, por exemplo, esse tipo de coisa que já se viu na história. Enfim, isso não é muito... ético.”*

**Wilfrid Estève**

*“Depende de como é feita a intervenção sobre a imagem. Quando se trata de um retoque pequeno, é aceitável. Mas é inaceitável o retoque que faz os personagens passarem por aquilo que não são. Ou quando se trabalha o enquadramento de modo a induzir algo que não estava na origem da imagem. Aí não pode. Tudo depende do limite que estabelecemos.”*

**Roberto Cattani**

Vamos passar a palavra ao Toni Pires que vai nos falar sobre a função do editor de fotografia de um grande jornal.

**Toni Pires**

*Jornalista, pós-graduado em artes e fotografia. À época, editor de fotografia do jornal Folha de São Paulo, participou da reforma gráfica e editorial da revista IstoÉ Dinheiro, desenvolve projeto pessoal em fotografia no eixo São Paulo-Nova Iorque*

Para ser editor de um grande jornal, você funciona um pouco como o filtro e a bússola. Você tem que dar o norte para sua equipe e procurar filtrar os desejos do veículo, os anseios e desejos dos profissionais. É assim também com todo o material que você recebe de agências. Recebo em média 5500 imagens por dia e sou obrigado a editar o melhor delas. Aí você tenta identificar as fraudes e o material que não foi produzido de maneira ética ou coerente.

Fala-se muito atualmente em superabundância de imagens, mas eu acho que esse é um ponto extremamente positivo. Quanto mais pessoas fotografando, mais fácil identificar quando um determinado fato está manipulado. Isso é muito diferente de você identificar a particularidade visual obtida pelo profissional. Você tem o que chamamos de “efeito manada”, que é quando todos os fotógrafos estão trabalhando ombro a ombro e produzindo a mesma coisa, com a mesma lente e buscando a mesma foto para não tomar furo. Eu brinco muito com a equipe, falo que não podemos jogar pelo empate. Então, você vai identificando as histórias que são contadas por meio de imagens e buscando aquela imagem que tem uma identidade visual mais forte, mas que não esteja comprometida em contar alguma coisa direcionada para tal lado ou tal ângulo.

### Roberto Cattani

Eu gostaria que você falasse mais sobre o segundo caso, pois eu acho que é uma situação ética bastante determinante.

### Toni Pires

Vou dar um exemplo. Fomos pautados para cobrir a ação da Polícia Militar numa incursão na favela. A assessoria de imprensa mandou a pauta para estarmos no local às dez horas da manhã, e o *pauteiro* do jornal enviou o fotógrafo para chegar ao local a esta hora. Todo mundo chegou, a imprensa toda chegou, só que a incursão na favela aconteceu por volta das oito da manhã. A polícia entrou, fez o que tinha que fazer e saiu. Agora iam fazer só um *oba-oba* ali na frente.

Os repórteres começaram a reclamar: “Pô, vocês pautaram as dez e a eclosão foi as oito, eu não posso voltar sem a imagem, a gente precisa de alguma coisa”. O pessoal de TV também gritava muito: “Olha, eu não posso vir aqui e...” aquela velha história de “o tempo custa dinheiro”.

Aí o capitão falou: “Não tem problema, vamos fazer uma nova incursão para que vocês possam colher boas imagens da favela”. E foi um presente muito grande para o profissional que trabalha comigo: ao identificar o que estava acontecendo, se recusou a participar da farsa. Além disso, resolveu contar o caso. Passou a fazer uma reportagem mesmo, anotar frases, gravar um pedaço de conversa, fotografou a polícia distribuindo coletes à prova de bala para a imprensa, os coleguinhas se arrumando e a nova incursão que foi feita. Ele sempre fazendo as imagens como se fossem os bastidores

## Até que ponto o jornalista tem o direito de reconstruir uma cena para mostrá-la ao público?

Chegando ao jornal, ele falou: “Aconteceu isso e eu acho que temos que noticiar”. É uma prova de como um grande número de profissionais fazem as coisas de forma não ética, muitas vezes. Eu tenho certeza de que se você perguntar para todos os que estavam lá: “Você é um profissional ético?”, vão dizer: “Claro que sou, eu não faço isso, eu não faço aquilo”. Mas o dia-a-dia vai empurrando os profissionais: há a pressão dos veículos e eles têm que trazer o material.

Publicam-se cada vez menos imagens de cada fotógrafo, e muitas vezes isto tem levado alguns profissionais a se preocuparem demais consigo. “Eu preciso produzir, eu preciso publicar”. E se esquecem da responsabilidade que nós temos. Nós precisamos contar uma história, desde que ela exista, da forma como ela existiu.

### Roberto Cattani

Maurício, você poderia falar um pouco sobre a ética quando se está em uma situação de guerra?

### Mauricio Lima

*Fotógrafo da Agência France Press (AFP), em São Paulo*

Nas minhas idas ao Iraque, pude presenciar algumas atitudes não muito agradáveis de alguns colegas. Sabendo que ali é a vitrine da notícia internacional, isso me causava certa curiosidade, porque eu queria saber como estas pessoas se deparavam com certas situações para traduzir e interpretar aquilo da melhor forma possível, dentro da conduta profissional. Algumas situações são lamentáveis e, depois, quando você questiona o profissional, você escuta: “É só você que está vendo. Quem mais vai ver?”.

### Roberto Cattani

É um pouco o que acontece com os soldados também, não é? Eles são levados a comportamentos absolutamente não éticos.



### Maurício Lima

Sim, só que eles cumprem ordens, é uma hierarquia. A primeira vez em que eu vi uma incursão de soldados numa residência de uma família iraquiana, eles começaram a revirar tudo e encontraram algumas fotos do Saddam. Um quadro do Saddam caiu de ponta cabeça no chão. Um fotógrafo foi lá, desvirou o quadro e colocou de frente, com a imagem virada pra gente, e fez a foto. Dois outros colegas viram esta cena e nosso olhar foi de indignação. Aí avisamos que desta cena não íamos extrair nada. Isso é só um pequeno exemplo do que pode acontecer.

Eu tive a oportunidade de trabalhar com diferentes editores, em diferentes regiões do mundo, e você percebe uma nítida diferença entre o pessoal que tem um pouco mais de cultura fotográfica e o pessoal que tem uma visão mais comercial da coisa.

### Roberto Cattani

Michael poderia falar um pouco sobre sua experiência como repórter fotográfico estrangeiro trabalhando no Brasil?

### Michael Ende

*Fotógrafo, jornalista e documentarista alemão, membro da Bilderberg Agency, de Hamburgo. Autor do livro Rio by Night organizador de inúmeras exposições coletivas e individuais desde 1979*

Há uma diferença muito grande entre quem é *freelancer* e quem está do outro lado. Eu sou de uma agência e para fazer alguns de meus trabalhos, fui pago por um ano para pesquisar os temas. Outros, não. Por exemplo, trabalhei um ano fazendo matéria sobre travestis, três horas para fazer baile funk, um dia e meio para fazer uma matéria sobre o café. O que acontece neste meio tempo?

A pressão fica cada vez maior. Você acha muito bom que cada vez tenha mais fotos? [*Referindo-se à posição expressa por Toni Pires.*]

Para mim é péssimo, porque sou obrigado, hoje, a extrair o máximo por dia. Eu trabalho sob pressão das editoras, das agências, e não tenho influência sobre o que acontece com minhas imagens. Por exemplo, fui a Sinop lá no Mato Grosso e fiz matéria sobre a extração de madeira na região e, mais tarde, outra sobre o garimpo de Peixoto de Azevedo. Descobri um voluntário, sobrevivente da II Guerra Mundial. Ele me contou a história da vila, pegou uma sanfona, contou a história da amante perdida na guerra. Uma foto realmente emocionante. Eu mandei estas duas matérias para a revista

*Experience* e a foto do combatente saiu com a legenda: “Garimpeiro empobrecido em Peixoto de Azevedo”.

### Há diferença entre a responsabilidade de um freelancer e a de um repórter contratado?

Muitas vezes o fotógrafo não tem nenhuma responsabilidade ética sobre o que acontece com as fotos, mas ele leva a bronca e até é despedido.

### Roberto Cattani

Quero perguntar ao Douglas sobre a questão do engajamento político e a ética na fotografia.

### Douglas Mansur

*Repórter fotográfico e mestre pelo Programa de pós-Graduação Interunidades em Integração da América Latina – Prolam/USP, professor universitário de fotojornalismo, diretor da Associação de Repórteres Fotográficos e Cinematográficos - Arfoc/SP e do Centro de Documentação In-Camera*

Sou fotógrafo há vinte anos e sempre tive a preocupação de nunca me envolver emocionalmente com a foto. Acho que não precisamos de montagem nas fotos, precisamos ser criativos. Em 1988, fomos cobrir os cem anos da Lei Áurea (sobre a libertação dos escravos no Brasil). Um fotógrafo amigo chegou atrasado. Tinha um velho negro de 105 anos, chegou este fotógrafo e ele foi arrumar um cachimbo para colocar na boca do velho.

Aí nós falamos: “Faz a foto sem o cachimbo também”. E ele falou: “Negro velho sem cachimbo não é negro velho”. E foi lá, uma foto linda... Como vocês sabem, um velho de 105 anos, cheio de saúde, o que pedir, ele faz. Aí nós perguntamos e ele falou que nunca tinha fumado na vida. Era uma foto que não cabia naquela matéria.

Eu não vejo diferença nenhuma entre o *freelancer* e o fotógrafo contratado. Em minha opinião, eles devem ter a mesma ética. Acho que quando se faz a foto, precisamos ser coerentes com nossa vida.

## Não há jornal no mundo para o qual valha a pena você se vender por uma primeira página ou por uma capa de revista

Você pode até vender o corpo, mas quando começa a vender a alma, precisamos repensar. Não podemos nos deixar envolver politicamente. Costumo dizer que a gente precisa fotografar tudo, mas se a foto vai ser divulgada, precisamos discutir politicamente. Não podemos deixar de fotografar, mas temos que discutir depois se será divulgado ou não. Ética é uma coisa que precisa ser lapidada por muito tempo.

### Toni Pires

Nós temos um hábito na imprensa, seja contratado ou *freelancer*. O profissional tem o hábito de usar como desculpa a pressão do mercado. O “pedir para fazer de novo” é a coisa mais canalha que pode existir dentro da imprensa e acontece dia e noite, principalmente na cobertura política.

Duas semanas atrás, a imprensa estava com duas equipes de fotógrafos cobrindo o ministro da Defesa Nelson Jobim<sup>1</sup> no meio da Amazônia. Em determinado momento, um macaquinho pulou no colo do ministro. Dois profissionais fizeram a foto. O terceiro estava transmitindo uma foto para o seu jornal, cumprindo, segundo ele, a pressão que o lado comercial da imprensa exige.

Este cara infernizou a tarde inteira o assessor de imprensa do ministro para arrumar um macaco e colocar no colo do ministro pra ele fazer a foto. E, pior que isso, a foto foi publicada no dia seguinte no veículo que este profissional trabalha. Obviamente, o editor e o repórter sabiam que aquilo era armado. Estes profissionais se dizem éticos, se dizem profissionais responsáveis e se julgam no direito de se intitular fotojornalistas de boca cheia.

E para completar, eu acho que há uma diferença muito grande entre armar e produzir. Armar é justamente isto, você pedir para o cara segurar o macaco duas horas depois porque você perdeu a foto, a concorrência tem e você, não. Produzir é quando você vai trabalhar

para uma revista, vai fazer um caderno especial, está com uma pauta especial e vai, com a sua bagagem profissional, construir uma cena para retratar parte daquela história e ser o extrato visual da sua reportagem.

É lógico que tem uma diferença no quanto a pessoa ganha no final do mês. Porém, a pressão comercial vai da sua bagagem, da sua ética pessoal, da sua formação, do seu caráter em dizer: “Eu não faço isso. Eu não ultrapasso determinados limites”. Porque não tem jornal no mundo para o qual valha a pena você vender sua alma. Você não pode se vender por uma primeira página ou por uma capa de revista.

### Douglas Mansur

Eu acho que nós temos tanta ansiedade que a nossa foto saia no jornal que esquecemos que somos historiadores. Fazemos história com as fotos do dia-a-dia. Nós temos que saber desta condição. E quando vemos nossas fotos numa exposição, cada autor reconhece um pedaço de sua vida. Cada foto marcou, além disso, a história daquele momento, que será eterna. Quando falamos de ética, é preciso lembrar que ela é eterna.

### Vinicius Souza

*Fotojornalista independente, é autor, com Maria Eugênia Sá, do livro Angola, a Esperança de um Povo e do livro-documentário América Minada*

Eu acho que essa é a questão da ética e da fotografia. Nossas fotos são a nossa história, elas marcaram a nossa vida, marcaram determinado momento e cada foto que a gente faz representa um fato na nossa vida. A gente se envolve com as fotos que tira, principalmente em situação de guerra ou de questões políticas.

Toda foto é construída no *photoshop* ou na câmera. Mas, principalmente, na cabeça do fotógrafo. É construída atrás do olho. A gente monta a foto para dizer o que a gente quer, para passar o nosso discurso. A gente precisa ter responsabilidade nisso. A relação com o editor se complica porque muitas vezes o jornal tem uma edição de fotografia que mata o discurso que o fotógrafo gostaria de passar. Neste caso, você ser *freelancer*, como no meu caso, é, talvez, mais fácil. Para mim, particularmente a questão ética passa muito mais

<sup>1</sup> Nelson Jobim foi ministro da Defesa do Governo Federal, de julho de 2007 a agosto de 2011, quando foi destituído pela presidenta Dilma Rousseff.

pela relação entre fotógrafo e fotografado, pela forma como esta foto é utilizada pelo editor, do que pela questão do retoque fotográfico.

### **O uso, pelos órgãos de imprensa, de fotos realizadas por amadores ameaçam o futuro do fotojornalismo profissional?**

#### **Roberto Cattani**

Vamos lembrar o caso do jornalista que enviou uma foto ao portal UOL em que uma pessoa pula de um prédio em chamas, atingido pelo avião da TAM. Os próprios internautas avisaram ao portal que se tratava de uma fraude e ela saiu do ar. Qual é a responsabilidade do jornal que utiliza conteúdo enviado por colaboradores que não são jornalistas?

#### **Juvenal Pereira**

*Fotojornalista, trabalhou para importantes veículos de comunicação do país, revistas O Cruzeiro, Veja, IstoÉ e jornais Folha de São Paulo, O Estado de S. Paulo, Zero Hora e Correio Brasiliense*

Hoje, com a internet, qualquer um pode ser jornalista. Se você tem o assunto, a equipe de jornalistas da *Folha* ou do *Estadão* não tem como estar em todo lugar. Se você está lá e tem uma cena e o Toni Pires acha que essa matéria tem quer ser publicada... Isso é a nossa contemporaneidade, esse é o momento da internet, de facilidade nos meios de comunicação. Hoje o jornalismo não é como quando eu comecei em *O Cruzeiro*. O jornalismo hoje é dinâmico é avassalador.

#### **Toni Pires**

Utilizar materiais de não profissionais é uma prática existente há décadas. Todo mundo que já passou por um jornal sabe que sempre aparecia um louco dizendo: "Olha, aconteceu um acidente e eu tenho este filme. Existe interesse de vocês nisso?".

Hoje, o que acontece é que nós temos esse tipo de material em maior quantidade e com mais agilidade. Isso é extremamente interessante porque, a meu ver, esta é a tendência. Eu acho que destacar grandes profissionais para saírem da redação, cruzarem a cidade e fazerem a foto do caminhão que entalou numa ponte é jogar experiência, tecnologia e dinheiro fora. Se o jornal ainda acha necessário mostrar

esse tipo de notícia nas suas páginas, que seja abastecido por profissionais ou não profissionais.

Porém, se você está disposto a utilizar isso em larga escala, você precisa criar um mecanismo para checar a veracidade dos fatos, coisa que o *Estadão* fez com o fotorepórter. A foto chega e passa pela avaliação de alguns profissionais. O que eu acho complicado é determinados veículos utilizarem em larga escala este recurso sem montar um núcleo que filtre essas imagens.

#### **Douglas Mansur**

Eu acho que está acontecendo a banalização do fotorepórter. Não basta só checar a veracidade.

### **A participação do cidadão na produção do jornal vai liberar as equipes para retornar às grandes reportagens fotográficas**

#### **Toni Pires**

Vai da postura do veículo. Utilizar a participação do cidadão como fotógrafo em atividades onde nós não estamos presentes, faz o lucro ser do leitor. As grandes fotos dos últimos acontecimentos da história não foram feitas por repórteres fotográficos. No atentado de Madri, no atentado de Londres, nenhuma das imagens publicadas nas primeiras páginas dos grandes jornais do mundo foram feitas por repórteres fotográficos. Se nós nos fecharmos para esse tipo de imagens, estaremos limitando o mundo da notícia. Nós temos que ter critério para avaliar e utilizar as fotos de forma a enriquecer a sua produção, e não de baratear a sua produção.

Sou um otimista. Acredito que a participação do cidadão na produção do jornal vai liberar as equipes desse inferno que é ficar fazendo qualquer coisa. Poderemos retornar às grandes reportagens fotográficas para as quais, aí sim, é necessário experiência e competência.

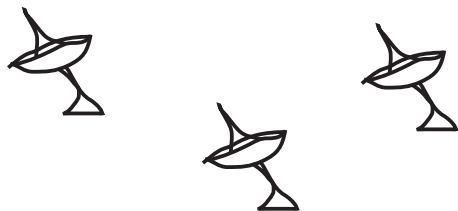
#### **Vinicius de Souza**

Nesta questão eu sou bastante otimista. Eu acho que desde o *Manual da Folha*, nos anos 80, houve um processo de enxugamento

de texto, de matérias mais rápidas, que está chegando ao seu limite. Hoje o maior jornal do Brasil não é mais a *Folha de São Paulo*<sup>2</sup>, se não me engano ela está no terceiro lugar. O maior jornal do Brasil chama-se *Super Notícia*, de Minas Gerais, que tira mais de 300 mil exemplares diários. É um tabloide vendido a 25 centavos e trabalha basicamente com manchete e foto-legenda.

Um jornalismo sério vai voltar novamente às grandes reportagens e vai investir em profissionais decentes, capacitados, éticos e tudo isso para conseguir gerar esse conteúdo que vai ter um nicho específico. Se você quer ler foto-manchete, vai à internet ou compra o *Super Notícia*, pega o *Metro* ou o *Destak* em qualquer esquina. Jornais assim são grátis, não precisa nem pagar.

Eu não assino mais jornal, não consigo ler jornal, mas mais do que nunca estou comprando revistas que têm qualidade fotográfica, qualidade de texto, análise. Infelizmente isso é uma coisa que os jornais estão perdendo.



2

No Brasil, o primeiro manual de redação foi lançado pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, organizado e editado por Eduardo Martins, em 1939, com o título *Manual de redação e estilo*. Passou a ser referência nas redações e vem sendo atualizado periodicamente.

## DIÁLOGO J-ALIANÇA A RESPONSABILIDADE DOS JORNALISTAS E AS ELEIÇÕES

Realizado no auditório do SESC Vila Mariana, em 11 de Setembro de 2008

### Isis de Palma

*Pedagoga com especialização em comunicação educativa. Responsável no Brasil pelo Fórum Internacional Ética e Responsabilidades e pelo Polo Brasil da Aliança Internacional de Jornalistas.*

Participar do processo eleitoral no país é exercer cidadania e eleger representantes que expressem os interesses da sociedade. Hoje o indivíduo precisa, mais do que nunca, ficar atento aos abusos praticados por marqueteiros políticos, órgãos de imprensa comprometidos com interesses econômicos e por grupos especializados em difundir informações inverídicas e que ferem a ética no exercício do jornalismo. Na época das eleições, o vale-tudo prejudica o amplo e necessário debate político. Nesse sentido as entidades civis organizadas, cada vez mais fortalecidas, têm assumido um papel importante de porta-vozes dos interesses comuns, buscando a construção de uma política social real e não retórica. A partir desses movimentos e de seus canais de comunicação as eleições no Brasil estão sofrendo um choque, e muitas mudanças ainda estão por vir. É sobre a cobertura da imprensa nas eleições que conversamos neste *Diálogo* contando com as ideias e experiências de profissionais de imprensa, estudantes, professores e membros da sociedade civil.

Agradecemos imensamente a presença dos convidados, do público aqui presente, ao *SESC/SP*, nosso parceiro, e à equipe do *SESC Vila Mariana*, que nos recebeu com carinho e profissionalismo. Aos estudantes presentes, sugerimos que levem as questões propostas pela *Aliança Internacional de Jornalistas* para os seus cursos. Esperamos que as questões da sociedade possam realmente pautar os políticos e a mídia. Só assim continuaremos a construir nosso movimento para amplificar a voz da sociedade.



## Antonio Martins

*Jornalista, editor-chefe do site Outras Palavras, ponto de cultura, jornalismo e mídias livres, e, na época, membro do Conselho Internacional do Fórum Social Mundial*

A ideia é fazer um debate informal e participativo, por isso vou apresentar uma questão, muito brevemente, e passar aos demais integrantes da mesa e ao público.

A crítica da mídia de massas é um processo que vem se espalhando nas sociedades, particularmente no Brasil, em paralelo à difusão de outro tipo de mídia. Falo da comunicação mais participativa e horizontal que se expressa por meio dos blogs, e de uma série de instrumentos que uma parcela cada vez mais ampla das sociedades tem acesso. Esta possibilidade significa o fim de algo que chamo “oligopólio das narrativas”, e que durou séculos. A comunicação já não é mais praticada apenas pelos jornais, revistas, emissoras de TV e rádio.

As implicações são enormes, inclusive para a democracia. Sabemos que nas eleições presidenciais de 2006, por exemplo, tentativas de manipular determinados fatos – e com isso influir de modo indevido no resultado do pleito – foram respondidas mais ou menos instantaneamente por uma rede muito grande de pessoas que, sendo ou não jornalistas, tinham acesso à internet e podiam comunicar uma visão distinta da que estava sendo transmitida pelas grandes emissoras de televisão ou jornais.

Um objetivo adicional, neste debate, é discutir especificamente como os meios de comunicação destacam (ou ocultam) outra forma de política, também de maneira crescente. São as formas de políticas não só representativas. Formas de ação baseadas na ideia de que a mudança do mundo não é feita simplesmente nas instituições, nos parlamentos, nos governos – mas por meio de ações transformadoras desencadeadas pela sociedade em seu próprio cotidiano. Neste ano [o autor refere-se a 2008] de eleições municipais, chamou a atenção o fato de o *Movimento Nossa São Paulo*, hoje *Rede Nossa São Paulo*, ter produzido dois debates importantes – um com candidatos a prefeito e o outro com candidatos a vereador – visando apresentar as propostas para a cidade, formuladas num congresso aberto a todos os cidadãos. Os meios de comunicação deram certa cobertura aos dois debates, mas o noticiário escondeu o fato de que era uma iniciativa da sociedade civil. Os eventos foram apresentados como se isso fosse apenas um ponto a mais, na agenda destes candidatos.

Não é muito diferente em relação a outros movimentos sociais. Há

## Ao não veicular iniciativas políticas não institucionalizadas, os meios de comunicação têm o objetivo de torná-las “invisíveis” à sociedade

um grande esforço da sociedade civil, principalmente nos bairros mais pobres, para enfrentar a violência. Uma delas começou há vários anos, nas comunidades do Jardim Ângela, em São Paulo, que então era a parte da cidade com maiores índices de homicídio. A iniciativa teve enorme êxito, e virou, há pouco, notícia nos meios de comunicação internacionais. Mas é quase desconhecida pelos leitores dos jornais ou telespectadores brasileiros. Assim como são ignoradas a vasta rede de cultura em regiões periféricas da cidade, as iniciativas cidadãs de coleta seletiva de lixo, a compra solidária ou a educação popular.

Nossa ideia é discutir e questionar estes fatos e, em especial, as alternativas. Como nós, enquanto sociedade e jornalistas, podemos trabalhar para que as novas formas de ação política sejam vistas com mais transparência e não *invisibilizadas* nos meios de comunicação? Passo ao Florestan Fernandes Junior para que ele dê sua opinião.

### Florestan Fernandes Junior

*Jornalista, atuou nos principais órgãos de comunicação do país, como Folha de São Paulo, Jornal da Tarde, TV Globo, TV Manchete, Rede TV, TV Cultura e SESC TV. Atualmente é gerente de jornalismo da TV Brasil/SP. Publicou em co-autoria com Alberto Dinis e Nelma Salomão a coleção Histórias do Poder.*

Minha experiência em cobertura de eleições vem da época do fim do regime militar. Em parte do período transcorrido desde então, acumulei também certa vivência como marqueteiro político. Por isso, construí uma visão que leva em conta os dois lados do que ocorre nas campanhas eleitorais no Brasil. E o que vi como repórter e como marqueteiro é muito ruim.

Há, nas campanhas eleitorais, manipulação da informação. Tanto por parte dos marqueteiros quanto da chamada “grande” imprensa. Fico até estarecido ao lembrar que, em uma campanha recente, uma das maiores redes de televisão colocou no ar um editorial

escrito por um marqueteiro que trabalhava comigo. Foi encomendado pela equipe de campanha, e lido pelo âncora do jornal. Por aí, é possível ter ideia de como a imprensa é manipulada e fecha acordos políticos que não interessam à população e ao país.

Ocorre que a sociedade parece estar vacinada com relação à campanha eleitoral. Os programas dos partidos políticos não têm tanto impacto como no passado. As técnicas de *marketing*, de convencimento ainda funcionam, mas não da mesma maneira. Os marqueteiros trabalham muito mais com os *breaks* da programação do que com aquele horário maior, onde o próprio eleitor costuma sair da sala, desligar o aparelho ou fazer outra atividade. Eles centram quase toda sua ação nestes pequenos programas, que pegam o telespectador despercebido e têm um poder maior.

Fiz campanhas na capital e interior de São Paulo. No interior, as relações são mais cruas: os pequenos jornais e as rádios locais trabalham, quase abertamente, para grupos políticos. Fazem denunciismo, utilizam as primeiras páginas para denunciar candidatos adversários como se estivessem fazendo jornalismo – mas, na realidade, servindo de instrumento para a campanha do candidato que apoiam.

No dia seguinte ao da denúncia feita pelo jornal, o político favorecido repercute as matérias do jornal aliado como se fosse informação confiável. “Deu no diário *xis* que fulano roubou” – e vai ao ar a imagem do jornal. “E saiu na rádio também, escutem só” – entra o áudio do âncora falando, entrevistando alguém, garantindo que o candidato adversário é corrupto. Aí há uma manipulação.

### **Com a internet, aos poucos os cidadãos estão conquistando o poder de desmentir notícias erradas**

Por que as coisas funcionam assim? Em boa medida, porque esses jornais vivem em função do dinheiro público, dos anúncios feitos pela prefeitura. Trabalhei em uma rádio em São Paulo onde o proprietário entrou um dia no estúdio quando eu fazia comentários e ordenou ao apresentador do programa: “Bate na prefeita, porque ela não liberou a verba”. E, na sequência, o apresentador começou a falar mal da prefeita. Colocou um repórter na rua falando do trânsito, do descaso com os ônibus e o jornal ficou uma hora falando mal do governo da cidade.

Como fica o jornalista com tudo isso? Que liberdade você tem para interferir? Nenhuma. Nenhuma emissora de TV no Brasil tem independência na cobertura que faz. Todas as redes de televisão

têm interesses políticos e agem orientadas por eles. O repórter fica limitado à cobertura do que interessa aos donos do veículo. Por isso, falar em imprensa livre no Brasil ainda é um sonho. Acima da liberdade, estão os interesses comerciais e políticos.

Penso que por meio de ações como as da *Rede Nossa São Paulo* a população pode quebrar essa tradição ruim, que talvez venha das práticas de manipulação eleitoral usadas na República Velha. A chegada da internet, como lembrou Antonio Martins, é muito importante, porque a comunicação entre as pessoas realmente acaba quebrando um jogo até então quase sem opções. Os cidadãos estão conquistando, aos poucos, o poder de desmentir notícias erradas. Aliás, foi o que mais ocorreu nas eleições presidenciais, em 2006. Saía uma notícia e imediatamente havia uma resposta da sociedade civil, mais esclarecida, a respeito da manipulação que estava sendo feita.

### **TVs públicas, rádios e agências de notícias nas mãos da sociedade civil serão de importância estratégica para o futuro do país**

Queria lembrar também o seguinte: quem trabalha com televisão sabe que a última *sonora* é a que vai ficar na cabeça do telespectador. Imaginem uma matéria a respeito, digamos, de uma iniciativa muito interessante na área de educação. Suponham que ela inclua até mesmo o relato de um professor elogiando a ação, mas que termine com um político da oposição dizendo: “O projeto esconde ações de corrupção, e por isso não vai dar certo”. Você conduziu a matéria e deu sua opinião a respeito dela no fim.

Isto acontece todos os dias no maior telejornal do Brasil. Repito: todos os dias! Quem assistir de modo atento à TV verá que isso se repete diariamente. Não há democracia que resista a esta prática desleal, desinformadora e pernicioso para a sociedade. Foi o que levou, na eleição presidencial de 2006, diversos jornalistas a pedir demissão da *Rede Globo*. Cito um nome: Rodrigo Viana, repórter da emissora, e alguns de seus colegas. Mas não pensem que a manipulação é privilégio da *Globo*: ela acontece em todas as redes.

É muito frustrante para o repórter ter que se submeter a este dia a dia das grandes redações, onde denúncias são criadas e abafadas

dependendo dos interesses comerciais e políticos do dono da empresa. Isso ocorre também nas redações de jornal.

Nós, jornalistas, devemos reconhecer que acabamos nos submetendo a estas estruturas. Trabalhei na *Globo*, na *Manchete* e na *TV Cultura*. Hoje, dirijo o departamento de jornalismo da *TV Brasil*, em São Paulo. Acredito na TV pública. Considero-a muito importante como parâmetro para os telespectadores e também para as TVs comerciais. Julgo ser importante, para a sociedade civil, que a TV pública dê certo: do contrário, continuaremos nas mãos de interesses políticos e comerciais.

Mas temos que fazer desta TV pública uma emissora realmente independente, sem nenhum vínculo com os governantes. É uma luta difícil, que depende muito da sociedade civil. Vale lembrar que todo o sistema público de radiodifusão foi criado no Estado Novo, para defender a ditadura de então. Por isso, é preciso cobrar, participar, pressionar – inclusive por meio de organizações como a *Rede Nossa São Paulo*. Se conseguirmos fazer TVs públicas, rádios e agências de notícias com qualidade e responsabilidade colocaremos nas mãos da sociedade civil uma estrutura de importância estratégica para o futuro do país.

É um caminho difícil. Muitas vezes, fico preocupado, temendo que ocorram intervenções políticas. Mas acho que é um espaço importante para ocuparmos. Também imagino que a competição entre a internet e os grandes veículos de comunicação coloque esses últimos em uma situação difícil.

Vemos hoje, por exemplo, que o *Jornal Nacional* está produzindo muito mais matérias com as classes C e D que no passado. Faz isso por decisão comercial, porque são classes cuja capacidade de consumo está em ascensão. Isto é interessante porque o olhar da TV passa a enxergar também o que ocorre nas periferias. Falta, porém, pautar uma cobertura mais séria. Tornar visível, por exemplo, a tortura policial que ocorre nas periferias de nossas metrópoles – a começar por São Paulo.

Vivemos há algum tempo a crise da aviação no Brasil, com os aeroportos lotados. Mas todos os dias o paulistano enfrenta coisa bem pior nos pontos de ônibus – e eu nunca ouvi uma rádio falando de um ponto de ônibus onde as pessoas estão há três, quatro ou cinco horas esperando um ônibus que não vem. Eu nunca ouvi ninguém falar o que essas pessoas sofrem para chegar e voltar do trabalho.

É uma visão muito excludente. Acredito que a internet está e continuará possibilitando a inclusão e a ampliação dos “de baixo” na nossa sociedade. Penso que o jornalista, nas eleições, terá que enfrentar esta realidade.

### **Guto Camargo**

*Presidente do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo*

Vou responder de forma direta qual a responsabilidade dos jornalistas perante a eleição: é informar com isenção e imparcialidade. Vocês dirão que isso não corresponde a nada do que o Florestan Fernandes descreveu há pouco – e, no entanto, é algo que também existe. Diante desta realidade contraditória, não vou propor respostas categóricas. Prefiro lançar algumas provocações e hipóteses.

### **O jornalista é visto como independente, mas na prática é porta-voz de ideias alheias**

Para a maioria dos leitores e ouvintes, a posição expressa pelo jornalista é a opinião imparcial dele enquanto alguém que está lá para falar, para informar com imparcialidade e veracidade. As pessoas têm essa imagem do jornalismo – não a que foi apresentada aqui pelo Florestan, e que leva em conta a máquina industrial que está por trás dos jornais e emissoras.

Isso é péssimo para o jornalista. E ele não goza na prática de independência, mas é visto como se a tivesse; e torna-se porta-voz de ideias alheias. A grande questão é como resolver isso?

Penso que, fora da política, não há salvação. Não estou me referindo à sociedade política, mas à sociedade civil – o espaço onde, segundo creio, acontece a história.

Quando uma organização civil, como a *Rede Nossa São Paulo*, propõe ao Estado ações, ela está fazendo um papel político voltado para o interesse comum, e é isso que devemos exigir das instituições.

### **Verónica Goyzueta**

*Jornalista peruana, formada pela UnB. Foi presidente da Associação dos Correspondentes Estrangeiros de São Paulo – ACE/SP e correspondente em São Paulo dos jornais Tiempos del Mundo (EUA) e ABC (Espanha)*

Para debater o tema também em sua dimensão internacional, seria interessante acompanhar comparativamente, por exemplo, as eleições brasileiras e as norte-americanas.

Considero interessante o fato de os Estados Unidos praticamente pararem para acompanhar o debate interno dos partidos, que leva à eleição de seus respectivos candidatos à Presidência. É algo que não acontece aqui – e tem aspectos positivos, embora possa tender ao que chamaríamos de “espetáculo da política”. As aparições de Barack Obama [*refere-se a 2008*], por exemplo, mobilizam dezenas de milhares de pessoas, ocorrem em estádios, são super-produzidas.

Outro aspecto importante envolve o que se chama entre nós de “denúncias” da imprensa. Elas não são feitas, em geral, para contribuir com o leitor: são formas de atacar candidatos, e muitas vezes percebemos que são encomendadas pelos adversários. Isso não é jornalismo: para fazer a cobertura de um assunto, não podemos simplesmente colher a informação do concorrente e publicar, temos que ouvir o outro lado, buscar outro tipo de informação.

Se a denúncia é importante, investiguemos sua fundamentação. Mas a regra, ao contrário, são denúncias encomendadas: alguém chega com um dossiê para um jornalista e o material logo se transforma em matéria de capa, sem nenhuma investigação autônoma própria. É o caso, principalmente, entre as revistas, que hoje disputam espaço para ver quem venderá a melhor capa. Isso se exacerba durante as disputas eleitorais.

### **A imprensa cobra pouco dos candidatos que têm propostas mirabolantes e enganosas**

Em 2006, tivemos, por exemplo, a denúncia do suposto dinheiro que chegaria de Cuba, para o PT, em caixas de rum. Ninguém nunca provou, mas foi matéria de capa em *Veja* e teve repercussão internacional, porque só a ideia de que Fidel estava mandando dinheiro para o ex-ministro Palocci, em garrafas ou em um avião privado, é tão louca que provoca, inevitavelmente, repercussão na imprensa. O Fidel está financiando a campanha? O Fidel não tem dinheiro e está enviando para a campanha no Brasil? O PT é que poderia ajudar Cuba...

O problema é mais agudo no plano regional, quando se contraria o interesse das oligarquias. No Maranhão, por exemplo, tivemos, em 2006, a eleição do governador Jackson Lago, que aborreceu a família Sarney – e, portanto, o quase-monopólio dos meios de comunicação. Além de boicotado em suas iniciativas, ele foi perse-

guido até o ponto de ter seu mandato cassado, sob um pretexto fútil, por um Judiciário também fortemente influenciado pela oligarquia.

Há, em contrapartida, pouca cobrança da imprensa em relação, por exemplo, a propostas mirabolantes e enganosas. Já vimos o Maluf falar: “Eu vou fazer a *freeway* sobre as marginais do Pinheiros e do Tietê com 4 bilhões de reais”. Mas para que a *freeway*? Ela é viável, necessária ou útil? Pode acontecer? Em outras palavras, há uma inversão: a mídia pública, sem investigar, o que atende a seus interesses e supostamente amplia suas vendas. Mas abandona por completo seu papel de examinar temas de enorme importância para a sociedade e a democracia.

### **Hélio Rubens**

*Jornalista, fundador dos jornais Nossa Terra e O Popular, de Itapetininga/SP, foi comentarista da TV Tem de Itapetininga (retransmissora da TV Globo) e do Jornal da TV COM de Sorocaba. É coordenador da Aliança Internacional de Jornalistas, região de Sorocaba, e editor do Jornal ROL – Região On Line*

Estamos vivendo no Brasil a primeira eleição com uma nova lei eleitoral [*refere-se a 2008*], que em minha opinião é muito boa, por limitar o poder do capital e a força do dinheiro. Ela torna muito mais fácil punir o favorecimento de candidaturas pela mídia, e estabelece sanções rigorosas. Porém, há problemas.

Por ser muito nova, a lei é pouco conhecida dos jornalistas, promotores públicos e dos próprios juizes. Isso torna difícil, por exemplo, distinguir o que é propaganda política e o que não é. Ingressamos no terreno da subjetividade e ficamos dependentes da cabeça do promotor ou do juiz, o que representa grandes riscos para pequenos veículos. Uma notícia mal ou bem pensada, mas publicada sem intenção de favorecer candidaturas, pode gerar uma multa que é de, no mínimo, vinte mil reais por infração – o que, no interior, é muito dinheiro.

A consequência pode ser uma censura, talvez pior que a vigente durante a ditadura militar. Trata-se da autocensura, o medo do que falar e de representar a sociedade civil através da imprensa, porque isso pode gerar na cabeça do juiz ou na cabeça do promotor a ideia de que estamos fazendo campanha contra um ou outro candidato.



## Luanda Nera

*Jornalista, mestre em Jornalismo pela ECA-USP, coordenadora de comunicação da Rede Nossa São Paulo*

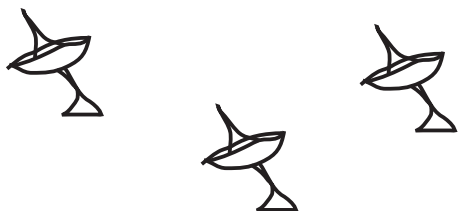
Desde seu início a *Rede Nossa São Paulo*, assumiu o compromisso de oferecer conteúdos. Primeiro, propôs-se a fazer um diagnóstico e o mapeamento dos problemas da cidade, por meio de grupos temáticos de trabalho, que hoje são dezenove e investigam assuntos como saúde, educação, criança e adolescente, acompanhamento da Câmara dos Vereadores, do orçamento e vários outros. Esses grupos trabalharam durante todo ano de 2007 para levantar o que chamamos de *indicadores da cidade*, sendo atualizados a cada ano.

### **Os indicadores da cidade criados pela Rede Nossa São Paulo vêm ajudando em muito a ação da imprensa no dia a dia**

Nosso observatório tem mais ou menos 150 indicadores da cidade, que permitem examinar a qualidade dos serviços públicos e das condições de vida na cidade, muitas vezes desdobrando-os em cada subprefeitura – o que permite ter noção das desigualdades. É algo que, além de inovador, é útil – inclusive para que o poder público possa acompanhar os resultados de sua própria gestão.

Há uma dimensão, neste trabalho, relacionada à formação dos jornalistas: ele pode ajudar em muito a ação da imprensa no dia a dia. Uma estatística grosseira indica que recebemos entre cinco e dez pedidos de jornalistas por dia, de todos os veículos convencionais, sem incluir os sites, blogs e pedidos de estudantes de jornalismo.

Reparem que não se trata de pedidos de entrevista – e sim de profissionais que estão produzindo matérias sobre assuntos específicos (saúde, habitação, mobilidade urbana, educação em São Paulo, por exemplo) e pedem apoio de nossos estudos. Frequentemente nos perguntam: “O que falo sobre isso? Por onde eu começo? Sei que vocês têm alguns dados, mas eu não estou conseguindo interpretá-los. Você pode ajudar?”. Recebemos tais demandas porque a seriedade e o caráter inovador de nosso trabalho são reconhecidos.



## DIÁLOGO J-ALIANÇA DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA

Realizado no SESC Vila Mariana, São Paulo, em 14 de dezembro de 2010, e atualizado em setembro de 2012

Quais foram os avanços da primeira *Conferência Nacional de Comunicação – Confecom* – para debater temas até então considerados tabus no Brasil? A queda de braço entre os grandes grupos de mídia e as teles já começou. Assuntos como propriedade cruzada de veículos, cessão de emissoras para políticos, a necessidade da criação de órgãos reguladores da imprensa, a participação efetiva da sociedade na produção de conteúdo noticioso, o acesso às novas mídias, e outros temas sensíveis do ramo da comunicação foram foco dos debates da *Confecom*, que só aconteceu por pressão dos movimentos sociais junto ao Governo Federal. Se dependesse de alguns grupos de mídia a *Conferência* seria mais uma vez postergada. Um resumo das conquistas, das agruras enfrentadas e como seguir após essa vitória, foram discutidos nesse Diálogo, que busca marcar esse momento importante no Brasil e tudo que ainda é necessário conquistar quando se fala em democratização da comunicação.

### **Renato Rovai**

*Jornalista, editor da Revista Fórum, diretor da Altercom – Associação de Empresas e Empreendedores da Comunicação*

Desde o processo de redemocratização no Brasil, em 1984, vivemos hoje o momento mais importante do debate da comunicação nessa história recente. E este fato é fruto de diversos componentes. A conjuntura política foi decisiva para que a comunicação se tornasse tema de uma conferência nacional, como foi a 1ª. *Confecom*. O ápice foi o acontecimento em Brasília, mas a importância a que me refiro está em toda a construção política, em todos os encontros estaduais, em todas as movimentações que se deram no movimento social entre pessoas que militam na área, jornalistas e demais agentes sociais inseridos no debate.

O ambiente na América Latina vem sendo pautado pelo debate da comunicação, pelo menos nos últimos oito anos, de alguma forma. Vejam o caso da Venezuela em abril de 2002. Ali se fez uma tentativa de golpe contra o governo Chavez, que denominei na época de “midiático militar”. Porque era um governo eleito que tinha base popular e, de repente, se articulou, em torno dele, um grupo minoritário do Exército, vinculado ao poder econômico, com a mídia toda apoiando. Tentaram o golpe, mas foram derrotados. Isso porque houve um grande movimento estratégico de comunicação que esclareceu os fatos à margem da grande mídia e impediu o golpe.

**No século 20, a grande mídia na América Latina apoiou os golpes militares. Com a internet a postura antidemocrática da grande imprensa vem sendo desnudada**

É importante fazer este recorte, não é que a mídia tivesse mudado, ela já vem mudando há muito tempo aqui na América Latina, ajudando em golpes. No Chile, fundamentalmente, ela foi artífice do golpe em 1973. No Brasil os jornais fizeram editoriais defendendo o golpe militar em 1964.

Vivenciamos essa história há algum tempo, mas acho que na tentativa de golpe na Venezuela percebeu-se que, apesar de estarmos em um processo de construção democrática, era um processo de fachada. Digo isso, inclusive, porque viajei muito naquela época por vários países da América Latina e era interessante como vários atores políticos começavam a se dar conta disso. O golpe na Venezuela teve um papel determinante nessa percepção.

Por outro lado, foi muito importante o advento da internet devido à força com que ela permite que as informações transitem, a partir dos mais diversos atores. Você não tem mais a centralidade que havia no século passado. E desde o início deste século ela passa a ter um protagonismo crescente.

O Antonio Martins participou dessa construção. O *Fórum Social Mundial* de 2001 foi praticamente todo divulgado e articulado em função da internet 1.0. Ele escrevia muito, mandava textos, alimentava as redes, e as pessoas foram se informando e conhecendo tudo o que viria a acontecer lá e que, talvez, tenha se tornado um dos principais movimentos políticos da primeira década deste século. Teve todas as organizações sociais que trabalharam, mas do ponto de vista da comunicação o processo só contou com a internet. Os jornais foram a reboque cobrir o evento para descaracterizá-lo, para falar só do lado folclórico, da cachaça Che Guevara, da marcha dos

pelados. Era clara a percepção de que a mídia tinha um componente golpista.

Aqui no Brasil esse tipo de mídia ganhou um nome: Partido da Imprensa Golpista – PIG. Até brinco, não uso muito o nome, mas acho que ele caracteriza bem o espírito de que ali estava uma mídia corporativa, que não era aliada do processo de construção democrática. Mas, com o advento da internet abria-se a possibilidade de novos atores entrarem no jogo. Isso nos possibilitou construir um movimento mais amplo para debater as questões da comunicação. Tenho que citar também a importância do *Intervozes* na formulação de ideias, nas pesquisas e nos dando elementos para poder debater. Além de várias outras entidades que foram formulando e trazendo para as discussões novas abordagens, novas pesquisas, novos pensamentos.

**A *Confecom* teve um significado simbólico importante e, junto com o debate sobre a experiência de outros países, ajudou a quebrar preconceitos sobre a regulação da mídia**

Posto isso, temos a *Conferência Nacional de Comunicação* que deve ser motivo de celebração. Sempre defendi que ela tinha que acontecer, a gente tinha que participar e disputar, independente do que ela produzisse. Pensava que o fato em si já era tão simbólico que não poderíamos perder aquele momento.

Os resultados dela, por enquanto, não são os desejados. Mas foi o início de um pensamento novo. Algumas discussões já foram iniciadas em alguns lugares. Não imaginava, com muita sinceridade, que as Assembleias Legislativas comessem a discutir tão cedo a criação dos Conselhos. E, de repente, começaram. Começou no Ceará e foi vetado, ok, mas rolou. No Rio de Janeiro e em São Paulo estão começando a construir. Isso já quebra, no mínimo, aquele preconceito de debater o tema. Porque se antes este era um tema proibido, agora deixou de ser.

O debate da comunicação era um debate de não-atores. Você não era convidado para lugar nenhum, quando falávamos era para nós mesmos e, às vezes, não conseguíamos colaborar, pois ficávamos patinando no processo de elaboração. Nesses últimos três, quatro

anos, conseguimos dar um salto na elaboração. Conseguimos vislumbrar possibilidades novas, novas articulações, redes que têm permitido um espaço de discussão mais interessante.

Além da questão dos Conselhos, o *Seminário de Convergência das Mídias*, realizado pelo Governo Federal, foi outro salto de qualidade, principalmente porque colocou alguns empresários e representantes do empresariado para conhecer experiências internacionais. E ali era muito curioso porque fazíamos piada, dizíamos assim: "Esquece tudo que a gente já discutiu e pega o exemplo de Portugal, assim está bom, a gente fecha. Não, dizia outro, usa o da França que está tranquilo. Esquece tudo da *Confecom* e faz este: fechou!". Porque tudo era mais avançado do que o nosso modelo.

As experiências internacionais, hoje, estão andando no mesmo sentido que defendemos aqui. No sentido de regulação da mídia, mas não no campo da censura, de impedir a liberdade de imprensa, não é isso. Era constrangedor ver os representantes da nossa mídia quando iam dar entrevistas para os veículos de fora. Eles falavam para nós: "Dá licença, dá licença". E eu, às vezes, ficava de lado escutando, mas eles ficavam sem graça ao defender que regulação da mídia é censura.

Então, estamos começando a colocar esse pessoal numa situação de fragilidade. Não é a toa que o Fernando Henrique dá uma declaração dizendo que é necessário, sim, uma regulação da mídia. Também não é a toa que o Eugênio Bucci escreveu um artigo falando que este debate é torto, mas que precisa ser feito. Os grandes jornais também estão falando a mesma coisa. E as emissoras de televisão começam a nos procurar e a falar assim: "Nós precisamos fazer alianças porque nos interessa discutir isso, mas precisamos tomar cuidado com as teles". Ou seja, eles começam a nos perceber também como atores.

No Brasil, e não sei se isso acontece também em outros países, os veículos de comunicação de radiodifusão estão enfraquecidos na disputa com os grupos de telecomunicação, que são dez, doze vezes maiores do ponto de vista econômico. Esses grupos querem entrar na produção e distribuição de conteúdos, querem, digamos, dividir a lojinha do pessoal que historicamente reina solitário. Por outro lado, também estão sendo atacados pelos novos produtores de comunicação que não podem mais ser ignorados: os blogs, os sites, as web-tvs e rádios.

Essa diversidade toda também está ocupando o espaço da audiência deles e está protagonizando uma disputa de pauta. Antes as grandes mídias não disputavam pauta, a verdade é essa. A gente viu dezenas de exemplos no último processo eleitoral, em que a pauta que eles trabalharam era destruída em uma ou duas horas por uma

manifestação imensa de novos atores. Estes mostravam, cada um com seus recursos, com seus exemplos e suas reportagens, que aquilo era falso.

No governo Dilma, sei que não vamos iniciar um novo jogo, mas talvez a outra fase do "campeonato" que a gente está disputando já faz algum tempo. Eu quero fazer uma avaliação para colocar na mesa e elaborarmos juntos.

**Os empresários e todos os segmentos sociais precisam entender que a regulação da mídia é necessária e está longe de significar censura**

Em todas as áreas a experiência do governo Lula pode ser descrita da seguinte forma: você dá com uma mão e tira com a outra. Fez assim com as políticas para a agricultura e para a reforma agrária. Então, se for tirar alguma coisa de um setor tem que tentar compensá-lo de alguma maneira. Ao invés de escolher pessoas antagônicas, como o governo Lula fez (Hélio Costa e Franklin Martins), agora escolheram a Helena Chagas e o Paulo Bernardo, que estão mais centralizados na política. A minha sensação é que a Helena está ali para fazer interlocução com os veículos.

A *TV Brasil*, por exemplo, também é importante de ser acompanhada. É uma discussão que vai depender da nossa ação. Tem várias coisas acontecendo e temos que perceber que este momento é especial. Primeiro porque conseguimos construir duas coisas que nunca tivemos: um processo organizativo e articulações de rede, aqui dentro e para fora. É a primeira vez que conquistamos tanto no movimento das comunicações, com os aliados possíveis. Hoje você chega a uma central sindical grande e discute com qualquer um. Se você ligar lá, somos atendidos e respeitados. Ou seja, nós temos a interlocução que não tínhamos antes porque eles acham que essa luta é importante. E isso se espalha para todas as outras áreas.

Além disso, de novo na última eleição presidencial, a mídia corporativa jogou muito pesado contra uma candidatura que foi vitoriosa. A gente tem que ficar lembrando isso o tempo todo para que se torne, também, um trunfo nosso. Então, na minha avaliação precisamos nos organizar mais no processo de ação para ir galgando alguns espaços que a gente ainda não tem. Por exemplo, acho que deve-



mos ter um espaço dentro do Ministério das Comunicações, escolher duas ou três áreas que achamos necessário ter gente nossa lá e indicar nomes. Devemos dizer: “Nós queremos aqui o representante fulano, do movimento social da comunicação”.

Precisamos ter coragem para fazer esse debate. O MST faz isso no *INCRA*, ele vai lá indica e disputa. Eu quero que o movimento da comunicação – vejam que não me refiro à imprensa – possa interferir e colocar lá seus aliados porque a mídia corporativa faz isso o tempo todo, há muito anos. E temos que começar a fazer esses debates para fazer valer as nossas políticas, não para tirar proveito pessoal ou próprio.

### Bia Barbosa

*Jornalista, integrante do Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e da Frente Paulista pelo Direito à Comunicação e à Liberdade de Expressão*

*FRENTEX – A Frente Paulista pelo Direito à Comunicação e à Liberdade de Expressão é um espaço construído com mais de sessenta entidades e que se reúne regularmente há mais de dois anos. Foram realizadas reuniões durante todo ano de 2009 para a construção e a participação na Conferência Nacional de Comunicação. A partir de 2010, as reuniões continuaram para manter as entidades organizadas em prol da implementação das resoluções da Confecom. Da FRENTEX não participam somente entidades, há militantes, jornalistas, radialistas, representantes de movimentos sociais. Participa quem quiser. Ela dialoga com a conjuntura e tem por pauta o que está em discussão nacionalmente, avaliando como as questões se apresentam no Estado e na cidade de São Paulo.*

Este debate acontece numa data simbólica. Hoje, 14 de dezembro de 2010, celebramos exatamente um ano da realização da *I Conferência Nacional de Comunicação*. É muito importante estarmos reunidos neste dia, discutindo este tema. No processo da *Confecom*, conseguimos dar um pouco de organicidade para o movimento pela democratização da comunicação no Brasil, que era muito fluido. Acho que ainda é. Ainda somos pouco organizados, pouco estruturados, mas o processo da *Confecom* serviu para além da construção de uma pauta comum de ação e da pactuação de prioridades, que foram as próprias resoluções da *Conferência*, para um reconheci-

mento dos atores que estão envolvidos nesta luta. Começamos a criar uma teia interessante para estas lutas e para enfrentar essa conjuntura.

Há organizações que há vinte ou trinta anos trabalham com mídia alternativa, educação para a mídia, comunicação comunitária. Algumas surgiram antes da ditadura militar e conseguiram sobreviver a este período. No jornalismo sindical, há inúmeros exemplos em relação a isso. Mas até pouco tempo atrás, não podíamos falar que havia um movimento de comunicação, algo como falamos do movimento de moradia, do movimento negro, do movimento de mulheres, de educação, de saúde. Ainda faltava um espaço que permitisse o reconhecimento desses atores. E acredito que a *Confecom* trouxe isso.

### O movimento das comunicações deve disputar espaço no governo, assim como fazem outros movimentos

Fazendo um histórico rápido do que foi o processo da *Confecom*, esta foi uma das últimas áreas do governo Lula a ter uma conferência nacional convocada. O Brasil já teve mais de cem conferências. Quase setenta nestes oito anos de governo Lula. A *Confecom* foi uma das últimas. Desde a década de 40 são realizadas conferências nacionais, a mais antiga é a de saúde. O *SUS (Sistema Único de Saúde)*, por exemplo, é resultado da *8ª Conferência Nacional de Saúde, que aconteceu na década de 80*. Na comunicação não tinha acontecido nada deste tipo.

O processo de reivindicação e de organização dos movimentos sociais para que esta *Conferência* fosse convocada durou mais de dois anos, e ela finalmente aconteceu em 2009. Não temos números precisos, mas há uma estimativa de mais de trinta mil pessoas em todo Brasil envolvidas no processo. Aconteceram conferências em todos os estados, dezenas de conferências municipais e regionais. Em São Paulo, houve conferências livres temáticas, puxadas pelas mulheres, pela juventude. Cerca de cinquenta municípios se envolveram no processo, até chegarmos à etapa nacional, que teve início exatamente há um ano, e aconteceu de 14 a 17 de dezembro de 2009, reunindo mais de dois mil delegados de todo o Brasil.

Foi uma *Conferência* atípica. Não havia necessariamente um



conjunto de organizações que representassem o conjunto do movimento. Havia aquelas entidades que, historicamente, puxavam o debate da comunicação, mas a interlocução dessas organizações com o conjunto da sociedade civil, de movimentos, de iniciativas coletivas e independentes, não era clara. Houve inclusive um processo de aprendizado da organização do movimento no âmbito dos estados, para constituir aquilo que chamamos de Comissões pró-Conferência. Eram articulações que foram criadas para reivindicar a convocação das etapas estaduais, que dependiam da vontade dos governadores para serem chamadas. Aqui em São Paulo, por exemplo, não tivemos a convocação da etapa estadual pelo Executivo<sup>1</sup>. Conseguimos garantir a realização da *Conferência Estadual de Comunicação* porque o Poder Legislativo acabou nos acolhendo.

Houve também um embate muito grande com o setor empresarial, no âmbito da comissão organizadora nacional da *Confecom*. Uma parte significativa dos empresários se recusou a participar do processo, porque achava, de antemão, que as resoluções ameaçariam a liberdade de imprensa e que necessariamente seriam aprovadas medidas contrárias à Constituição Federal. Assim, se recusaram a participar e abandonaram o processo. Mas, um setor importante dos empresários continuou e o governo manteve a *Conferência*, muito em função da pressão dos movimentos, que estavam articulados e organizados e queriam a sua realização.

Depois de um ano, olhamos para este processo e vemos que foi um aprendizado muito grande. Enquanto sociedade civil e aprendemos a fazer parte do jogo político, a fazer um debate democrático com nossas forças e debilidades. Para os empresários, acredito que também foi muito importante.

Tiveram que se submeter um pouco à democracia, já que historicamente, no Brasil, não precisavam passar por isso para fazer valer a sua opinião. Bastava bater na porta do Ministério das Comunicações. No processo da Conferência, ficou claro que eles precisavam dialogar com o conjunto da sociedade. Não necessariamente o resultado deste diálogo vai ser interessante para todas as partes; pode ser que eles continuem vencendo este debate, e é provável que continuem. Mas, os empresários que continuaram no processo da *Confecom* e participaram dela até a sua etapa final tiveram um aprendizado interessante.

Ao todo, a *Conferência* teve 672 resoluções aprovadas. Esta quanti-

dade enorme de resoluções é resultado, inclusive, de problemas que aconteceram no processo.

Por exemplo, um dos vetos feitos pelos empresários na comissão organizadora foi dado à possibilidade de votar propostas nas etapas estaduais, o que necessariamente facilitaria uma definição de prioridades para a etapa nacional. Fizeram isso pelo fato de temerem a baixa representatividade que o setor teria no âmbito estadual. De fato, quando se capilariza a participação para 27 etapas estaduais, o controle fica mais difícil. Então os empresários vetaram as votações estaduais e essa regra criou um diferencial na metodologia da *Confecom*.

Também houve uma reserva de vagas, *a priori*, para a representação do segmento empresarial na etapa nacional. Assim, 40% dos delegados da etapa nacional seriam de representantes do segmento empresarial, 40% da sociedade civil e 20% do poder público, independentemente da participação de cada segmento nas etapas estaduais.

Houve uma última aberração na metodologia, algo que ficou chamado de "questão sensível". Se algum tema polêmico fosse colocado em discussão, qualquer um dos segmentos poderia solicitar que esse tema fosse tratado como uma "questão sensível". A partir daí, qualquer resolução dentro desta questão não dependeria de maioria simples para ser aprovada, mas sim de um quórum qualificado, que era 60%. Isso acabou gerando um poder de veto aos segmentos. Afinal, se um segmento tinha 40% dos votos, poderia praticamente vetar qualquer questão sensível. Este mecanismo emperrou, inclusive, alguns debates na *Conferência*. Impediu, por exemplo, que o termo "controle social dos meios de comunicação" fosse utilizado. O setor empresarial, com o apoio do Governo Federal, tirou essa expressão de todas as resoluções. Somente uma resolução afirmando a importância do controle social foi aprovada na plenária final, porque os empresários não solicitaram que ela fosse tratada como uma "questão sensível" e ela acabou aprovada por 51% dos delegados presentes.

Acredito que ganhamos algumas votações na plenária final porque o voto dos delegados era feito via um equipamento eletrônico e não levantando crachás, como de costume. Assim, funcionários que estavam lá, em teoria representando os empresários e o poder público, puderam votar secretamente. Não tendo necessariamente que responder à ordem dos órgãos que representavam, votaram

<sup>1</sup> Na ocasião, José Serra era o governador de São Paulo, que renunciou ao mandato para se candidatar à presidência da República, em 2010.

muitas vezes com a sociedade civil. Acredito nisso porque não tínhamos 50% do plenário. E em muitas votações nossas propostas obtiveram mais do que metade do plenário.

Essas características diferenciadas da *Confecom* revelam, na prática, a correlação de forças que está colocada na sociedade no debate da comunicação. Se fossemos um movimento mais organizado, mais massificado, com mais influência política, talvez não tivéssemos entrado tão frágeis para este jogo.

Mas, saímos fortalecidos desse processo. Um ano depois, começamos a ver algumas das resoluções aprovadas na *Conferência* começando a sair do papel. É o caso da criação dos Conselhos Estaduais de Comunicação e do próprio debate sobre um novo marco regulatório para as comunicações. De fato, temos indicativos para dizer que estamos em um momento positivo para organizar a nossa luta.

Até o fechamento desta publicação, a proposta de anteprojeto do novo marco regulatório das comunicações não havia sido tornada pública pelo governo Dilma. O ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, chegou a anunciar que seria aberta uma consulta pública sobre o tema, para ouvir as diferentes posições da sociedade brasileira. No entanto, até agora não há data definida para a consulta.

Ainda temos debilidades. Muitas redes estaduais criadas no processo da Conferência não estão funcionando. Em São Paulo, temos conseguido, a trancos e barrancos, garantir reuniões periódicas da *FRETEX*, fazer ações e intervir em diferentes pautas, como o Plano Nacional de Banda Larga, o debate sobre mídia e eleições, entre outras. Temos conseguido, de alguma forma, manter a discussão viva. Mas, isso não acontece em todos os estados. Se pensarmos que houve comissões organizadoras que envolveram a sociedade civil em 27 estados, vemos que hoje o movimento se fragilizou. É natural: sempre que há uma disputa institucional colocada – e isso não acontece apenas na área da comunicação – os movimentos se envolvem mais. Quando isso não está colocado, cada um precisa cuidar de suas prioridades políticas. Isso é legítimo, mas precisamos retomar a organicidade do movimento.

Avançamos também no reconhecimento da pauta por outros setores que não estão diretamente envolvidos com a comunicação. Conseguimos sair da crítica para uma ação conjunta dos diferentes movimentos em torno desta pauta. Quando comecei a militar pela

democratização da comunicação, quinze anos atrás, a crítica era a de que "a mídia criminaliza os movimentos sociais", "olha a cobertura que a imprensa faz das greves"... e a coisa parava aí. No processo da *Confecom*, conseguimos avançar em termos de formulação, mostramos que a sociedade civil tem o que dizer em relação à regulação e à regulamentação das comunicações, e em relação às políticas públicas. Muitas vezes achamos que a solução do problema vai ser via leis. Mas, na verdade, temos percebido cada vez mais que existe um conjunto enorme de iniciativas que podem ser tomadas pelo Poder Executivo, desde o âmbito municipal até o federal, para efetivar o direito à comunicação.

**O projeto do governo de marco regulatório das comunicações contém deliberações aprovadas na Confecom. A sociedade civil precisa ser legitimada em suas propostas**

Acaba de ser anunciado que um novo projeto de marco regulatório das comunicações será apresentado para a presidenta Dilma. O ministro [à época] Franklin Martins, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, coordenou um grupo que trabalhou neste projeto. Pelo que sabemos, há coisas muito interessantes no texto. Por exemplo, a criação de uma agência reguladora das comunicações, com a previsão de regulação de conteúdo para a proteção do direito das crianças e dos adolescentes e de grupos vulneráveis e minorias. Ainda não tivemos acesso ao documento e as informações são genéricas. Mas o projeto também prevê a realização de audiências públicas para a renovação das concessões de rádio e TV, o que temos reivindicado há anos: fala de limitação da propriedade cruzada, aponta para o impedimento de políticos serem concessionários, e tenta dar conta da questão da convergência na disputa entre as empresas de telefonia e os radiodifusores.

A avaliação do documento por esta fonte é a de que o texto ainda é limitado e está muito aquém do desafio que temos para atualizar o nosso marco regulatório. Mas, estes elementos citados são resoluções que aprovamos na *Confecom*. Tudo isso era reivindicação do movimento e, se for concretizado, já vai ser um grande avanço. Não muda tudo, mas muda muito.

Sabemos que esta é a visão do ministro Franklin Martins, que é uma pessoa mais à esquerda dentro do governo. Não sabemos no que o projeto vai se transformar ao chegar às mãos do novo ministro das Comunicações, Paulo Bernardo. Nem qual será a correlação de forças no Congresso para o projeto caminhar. O que temos reivindicado é que a sociedade civil seja ouvida. Protocolamos uma carta para a presidenta Dilma solicitando que ela receba o movimento de comunicação, e queremos abrir uma interlocução também com o ministro Paulo Bernardo.

**Reivindicações históricas importantes: limitação da propriedade cruzada, impedimento de políticos serem concessionários, limitação do poder das grandes redes**

Essa é uma luta histórica nossa. A Confecom só aconteceu porque gritamos que queríamos ser ouvidos. E neste processo a sociedade civil também precisa ser ouvida, seja com a abertura de uma consulta pública ou com audiências públicas para discutir o texto, seja depois, quando isso, de fato, for enviado ao Congresso Nacional, para que a Câmara e o Senado abram debates com a sociedade. Temos uma pauta extensa colocada pela frente e, se tratarmos apenas do Plano Nacional de Banda Larga e da discussão do marco regulatório, já teremos muito trabalho. Organizemo-nos então para a luta!

**Laurindo Lalo Leal Filho**

*Jornalista, professor da USP, ouvidor da EBC – Empresa Brasileira de Comunicação, apresentador do programa Ver TV, na mesma emissora.*

Quero me referir à postura geral e histórica do poder dos meios de comunicação de massa no Brasil, o poder dos donos da mídia, que apenas muito recentemente, posso dizer nos últimos dez ou quinze anos, começou a ser incomodado.

Nos anos 80, para não falar antes, os partidos políticos brasileiros, inclusive o glorioso partidão, trabalharam por dentro das redações, ocupando espaços. E hoje, o crescimento do movimento de comunicação e a realização da Confecom devem-se à combinação de alguns fatores.

O primeiro é o acúmulo de forças, que resultou em um aumento de sua participação na sociedade. Isso aconteceu por três razões: sua articulação, sua expansão e sua organicidade. Organizou-se

inclusive fora das redações e até por fora dos partidos, mesmo do PT, que também não teve muita preocupação com a questão da comunicação.

**Qualquer ação que tente levar uma discussão sobre a democratização dos meios de comunicação é sempre acusada de tentativa de censura**

O segundo é o fator tecnológico. As mudanças tecnológicas permitiram que esses movimentos tivessem uma expressão fora dos grandes meios. Antes você precisava conseguir espaço na *Folha de São Paulo*, no *Estadão* para colocar suas ideias. Ou então conhecia um jornalista que, vinculado a um determinado grupo político, podia repercuti-la. Enfim, a tecnologia ajudou a criar outros espaços de debate além da grande mídia.

E o terceiro fator, que permitiu a ampliação deste movimento, foi, sem dúvida alguma, o governo Lula, apesar da dívida que este governo ainda mantém com a comunicação, pois poderia ter feito muito mais. No entanto, só o fato de ter aberto alguns canais de diálogo e ter sido responsável por duas iniciativas concretas – a Confecom e a criação da *Empresa Brasileira de Comunicação*, cujo objetivo é gerir e implantar canais públicos, distintos dos canais estatais –, nos permite considerar que ele foi responsável por ações emblemáticas, que não encontra nada equivalente nos outros governos. Isso por que os anteriores não tinham esta visão da importância que os meios de comunicação exercem sobre os fundamentos da democracia no Brasil. Esses três fatores mudaram o quadro existente.

Se lembrarmos o início dos anos 90, temas como televisão pública, radiodifusão pública, não estavam na pauta nacional, mas hoje estão. Por outro lado, temos também, uma reação bastante violenta dos empresários da comunicação, mostrada na mídia todos os dias. Qualquer ação que tente levar uma discussão como a que estamos fazendo aqui sobre a democratização dos meios de comunicação é sempre acusada de tentativa de censura. Isso, diariamente.

Há, na sociedade, atualmente, um jogo de forças que não existia, um jogo de forças entre dois grupos: um ainda altamente poderoso, que detém o capital financeiro e industrial, e outro formado pelos movi-



mentos sociais, que ganharam algum espaço nos últimos anos. Nós vivemos um momento muito rico na sociedade brasileira. Por isso, meu discurso é otimista. Sem dúvida, nós avançamos. Quem viveu estas últimas décadas percebe que avançamos muito neste debate. O que podemos esperar daqui para a frente? Eu acho que houve uma curva ascensional no governo Lula. Começou com o freio muito puxado nesta área, mas aí tomou dois baques – no episódio do “mensalão” e, em 2006, quando a mídia conseguiu levar um candidato como o Alckmin para o segundo turno com o Lula. O presidente da República estava se recandidatando, e um candidato fraquíssimo foi levado ao segundo turno graças aos meios de comunicação.

Aliás, a criação da *EBC* foi, em grande parte, resultado desse impacto que o Lula sofreu. Com relação aos meios de comunicação, na primeira gestão do governo Lula a política era, de alguma forma, estabelecer relações por cima com empresários da grande mídia. O governo achava que isso podia acontecer. É impressionante a ingenuidade que predominou naquele período, de que era possível estabelecer acordos com os donos dos meios de comunicação para evitar que eles interferissem de maneira radical, como acabaram interferindo nos momentos mencionados e na campanha para a eleição da presidenta Dilma.

E aí eu quero chegar no seguinte ponto: acho que este movimento todo vai dar uma parada. A *Confecom* foi um marco, e se não houver um esforço muito grande da sociedade, nosso, dos articuladores, não sai fácil a segunda *Confecom*. Não será iniciativa do governo. Ele não tomará esta iniciativa e eu concordo.

**O controle remoto em si não democratiza o consumo, os produtos veiculados são praticamente os mesmos, não adianta mudar de canal, é preciso interferir no conteúdo produzido**

É preciso lembrar o que aconteceu com a *UNESCO* na década de 80: ela vinha investindo bastante em uma nova ordem mundial da comunicação e da informação. Foi atropelada pelos Estados Unidos, que retiraram essa bandeira da *UNESCO*. O que ela fez quando perdeu essa bandeira? Foi tratar de tecnologia, de oferecer recursos para os africanos estabelecerem redes de comunicação de rádio e recuou na questão da democratização da mídia, dos meios de comunicação.

Não vou exagerar e dizer que vai acontecer a mesma coisa com o Ministério das Comunicações, no Brasil. Mas penso que a tendência

é esta: que a implantação da banda larga avance bastante e as questões diretamente ligadas à democratização dos meios, aos marcos regulatórios, não avancem como gostaríamos. Muito embora neste ponto haja uma ambiguidade que veremos como vai se resolver na prática: a presidenta eleita tem clareza de que sofreu um bombardeio da mídia, e parece que não esperava. Apesar de fazer parte do governo Lula, de ter sofrido o mesmo bombardeio, aparentemente ela tinha ainda a mesma ilusão do primeiro governo Lula. Dilma tem usado nos discursos atuais e mesmo na campanha a expressão “controle remoto”, ela acha engraçado o jogo de palavras, copia o que o Jô Soares falou há dois ou três anos. Na ocasião ele afirmava que quando se discute a necessidade de a sociedade exercer um controle sobre os meios de comunicação a resposta dos donos da mídia, e dos funcionários que têm voz nas empresas e nos veículos que representam, é de que o único controle que deve existir é o controle remoto.

Infelizmente a presidenta eleita tem repetido esta expressão. E isso desqualifica o debate, pois tira a possibilidade de se discutir, por exemplo, o que é a apropriação sobre o espectro eletromagnético. Tira a possibilidade de discutir como esse espectro é apropriado por essas empresas que oferecem à população conteúdos que praticamente não se diferenciam. O que derruba a ideia do controle remoto. E mesmo que fosse possível ter o controle remoto como uma real forma de democratizar o consumo, nem assim isso aconteceria porque os produtos veiculados são praticamente os mesmos, não há diversidade. Não adianta mudar de canal, é preciso interferir no conteúdo produzido.

Não sei que rumos a presidenta irá tomar em relação a esta questão. Eu acho que com a ida do Paulo Bernardo para o Ministério das Comunicações, sem dúvida alguma nós vamos ter um avanço em relação ao que era o Hélio Costa. Eu acho que aquela história dos diretores da *Rede Globo* circularem ali, quase que como membros do próprio Ministério, tende a se reduzir. Não acredito que grandes mudanças sejam feitas pelo menos no início do governo. Tudo vai depender do apoio que ela terá para implementar medidas que vão tocar no nervo da sociedade.

Acho que são duas as áreas mais delicadas e mais sensíveis à luta política no Brasil. É a questão da terra e a questão dos meios de comunicação.

Costumo dizer que há três bancadas no Congresso Nacional: a do

céu, que é a dos evangélicos; a da terra, que são os ruralistas; e a do ar, que são os radiodifusores.

Essas três bancadas são poderosíssimas e essa disputa vai continuar existindo. De nossa parte, temos que olhar bem que caminhos tomar para saber que tipos de aliados os movimentos devem ter. Inclusive dentro do próprio governo, porque é novamente um governo de grande frente.

É isso, essas são as questões que coloco para o debate. E impossível fazer futurologia, mas não acredito que iniciativas imediatas sejam tomadas pelo próprio governo.

**Além das bandeiras prioritárias, é importante discutir também o espaço para a produção independente nas TVs**

**Antonio Martins**

*Jornalista, editor do site Outras Palavras*

Tudo que foi apresentado aqui forma um conjunto de elementos muito favoráveis. Por outro lado, uma articulação deveria ainda acontecer, mesmo que não fosse à altura das possibilidades. As possibilidades são bem maiores do que a nossa capacidade de ocupar o espaço. Falta discutirmos com mais frequência e talvez com mais profundidade para sabermos que bandeiras defendemos, para qual comunicação lutaremos nos próximos cinco anos. Podemos falar que são as 672 deliberações da *Confecom*. Mas isso é muito vago, se não tivermos algum sentido de prioridade e algum sentido, principalmente, de compartilhamento de múltiplas prioridades.

Imagino que banda larga seja de fato uma prioridade, mas como vamos interferir nas decisões sobre esse tema? Tem a história da *Telebrás*, tem a história dos produtores de conteúdo. Junto com a banda larga pode vir a política de incentivo a quem produz conteúdo de modo descentralizado, se houver pressão da sociedade. Se não houver, a banda larga pode ser, como diz o Savazonni, “um encanamento por onde passa muita coisa”. Mas, e o conteúdo?

O fim da propriedade cruzada, a regulação, a limitação do poder das grandes redes também são prioridades, mas junto com isso não é importante discutirmos, por exemplo, os espaços para produção

independente nas TVs, numa nova regulamentação? Ou é simplesmente a gente limitar propriedades tão grandes como a da *Globo*?

Será que não é o momento de começarmos a introduzir a veiculação de conteúdo independente? Não há, talvez, a possibilidade de explorar melhor a contradição entre as teles e as TVs que está estabelecida hoje? A publicidade institucional do Estado não é um tema para ser debatido também? O mesmo com as rádios comunitárias?

**Isis de Palma**

*Educomunicadora, coordenadora da Aliança Internacional de Jornalistas – Polo Brasil*

Neste momento em que estamos procurando fortalecer o movimento pela democratização da comunicação, pergunto como fazer uma articulação política mais eficaz? Um dos nossos desafios é fazer um diálogo sobre todos esses temas com os cursos de comunicação, sobretudo os cursos de jornalismo, para levar nossas pautas para dentro deles. Muito do que ouvimos aqui ainda não é discutido nos cursos de comunicação, no Brasil.

**Sérgio Gomes**

*Jornalista, diretor do Oboré Projetos Especiais em Comunicação e Arte*

Essa é uma questão: a ausência das escolas de comunicação. Onde estão estes alunos que serão os profissionais futuramente? O ambiente universitário está vazio de iniciativas próprias, eles não se articulam. As escolas não estão formando bem e, por outro lado, as empresas estão criando suas próprias escolas. A *Rede Globo* está fazendo isso, e conseguiu montar uma *ETEC – Escola Técnica Estadual*, próximo a sua sede, em São Paulo.

Em função de tudo o que aconteceu nas eleições [*refere-se à cobertura da mídia nas eleições presidenciais de 2010*], seria necessário criar um espaço de discussão, chamar o *Instituto de Estudos Avançados da USP* para dar ainda mais garantias que fosse um terreno neutro para os debates. Então poderíamos fazer estudos de casos, veículo por veículo, como cada um se comportou durante o processo eleitoral, se realmente agiu de forma equilibrada. Seria importante fazer estudos de casos onde os próprios protagonistas participem.

## Nas universidades, muitos professores estão assumindo os cursos com uma visão puramente mercadológica

### Laurindo Lalo Leal Filho

A iniciativa de produzir um documento que possa ser levado às universidades é importantíssima. Acabou a possibilidade da discussão mais crítica do que são os meios de comunicação porque muitos professores estão assumindo os cursos com uma visão puramente mercadológica.

Adestram, mesmo, os estudantes para as empresas, formando profissionais na medida exata que as empresas necessitam, sem nenhum senso crítico. O senso crítico que os alunos adquirem vem por meio de outras informações, não pelo currículo.

Ouvi um professor da *USP* dizer: “Aqui é um curso de linha norte-americana”. Uma fala como esta tenta sofisticar a ideia que se está formando profissionais para o mercado, exclusivamente, salvo algumas exceções. Isso explica a dificuldade que nós na *EBC* encontramos para contratar profissionais diferenciados para o serviço público.

As pessoas entram na redação e repetem exatamente aquilo que faziam nas empresas comerciais, ou o que aprenderam na universidade: o mesmo que fazem as empresas comerciais. Há absurdos, pessoas que estão pautadas pela *Veja*, pelo *Estadão*, pelo *G1* e isto é que acaba determinando suas próprias pautas. Não se buscam visões alternativas, leituras alternativas para uma radiodifusão diferenciada. Isso é urgente, é fundamental discutir algo que vá além da instrumentalização que esses cursos estão promovendo.

O estudante precisa aprender a fazer, mas deve saber aonde ele vai fazer, em que mecanismo vai se integrar. Discutir o que é a *ANJ – Associação Nacional de Jornais*, como um dos grandes articuladores políticos nacionais e internacionais e que, em última instância, se apresenta e age como um partido político. Essa é uma discussão que o estudante precisa ter na universidade, ele tem que saber aonde vai pisar, mas isso está fora da realidade atual, com raríssimas exceções. Por tudo isso, é fundamental que se leve essas discussões para as universidades.

No que se refere ao currículo dos cursos, foi elaborado um documento por uma comissão, designada pelo MEC, sobre como deveriam ser os cursos de jornalismo, daqui para a frente, para atender as necessidades da área. Foi um trabalho complexo que resultou em um relatório enviado para o MEC. Esse documento existe, circulou pouco e mereceria ser mais discutido.

### Terezinha Vicente

*Jornalista, integrante da Rede Mulher e Mídia e da FRENTEX*

Não são só as escolas de jornalismo que estão formando para o mercado. E há também uma outra questão. Voltando ao projeto do Franklin Martins, no que se refere à imprensa informativa, a coisa mais importante é a criação de uma agência de notícias. Qual é o problema da criminalização dos movimentos ou da invisibilização de pessoas, ideias e movimentos? É não termos o outro lado da história, para cada um produzir o seu próprio ponto de vista.

Nós tentamos, na década de 70, ter um jornal, várias outras tentativas vieram depois. A ideia era ter um canal de comunicação que unisse quem luta pela transformação da sociedade. E nunca conseguimos fazer. Não é a toa que aparece, agora, como prioridade, a proposta de controle social da mídia no que diz respeito às crianças e adolescentes. Quem é mãe, avó e está na luta faz tempo sabe o que os meios de comunicação têm feito para a deformação de nossas crianças, da nossa cultura, com a banalização da violência e de todos os valores que defendemos.

A *Rede Mulher e Mídia* foi criada há cinco anos porque decidimos mover um processo a respeito dos conteúdos veiculados pela mídia. Coube a nós a responsabilidade. Temos que ter prioridades e a comunicação compartilhada é uma delas. Se quisermos ter o outro lado da história, temos que criar uma agência que seja disponível para as rádios comunitárias e todos os outros meios.

### Sérgio Gomes

Falando em prioridade, a discussão da banda larga não é uma delas? Quais são os setores que precisariam dela, não apenas com um propósito genérico de democratização da comunicação, mas para exercer bem a sua atividade e melhorar a vida do povo? Não é a área da saúde, a área da educação?

Seria importante verificar se na conferência de educação, por exemplo, apareceu a reivindicação da banda larga como uma necessidade de melhorar a comunicação das escolas e entre elas.

### Bia Barbosa

Está sendo construída nacionalmente a campanha pela banda larga. A *FRENTEX* também faz parte da campanha *Banda Larga é direito seu!*. Em março de 2010, a *Frente* organizou uma plenária que

reuniu 150 pessoas e escolheu, dentre as 672 resoluções da *Confecom*, quinze prioridades de ação para o movimento em São Paulo. Essas prioridades foram apresentadas em uma plataforma para os candidatos, no último processo eleitoral [Refere-se às eleições de 2010. Nas eleições de 2012, na cidade de São Paulo esse mesmo procedimento foi adotado, com a elaboração de uma plataforma adequada às questões locais.].

Para pressionar o Governo Federal e mobilizar a população em prol de um novo marco regulatório, o movimento de comunicação construiu em 2011 uma plataforma da sociedade civil, a partir das resoluções da *Confecom* consideradas prioritárias. Também foi lançada, em agosto de 2012, a campanha "Para expressar a liberdade – Uma nova lei para um novo tempo", coordenada pelo FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, com a participação de dezenas de organizações nacionais. Mais informações em [www.paraexpressaraliberdade.org.br](http://www.paraexpressaraliberdade.org.br).

Vários candidatos assumiram e alguns foram eleitos. Agora estamos em um processo de retorno das eleições para cobrar dos eleitos o compromisso que assumiram.

Há uma série de coisas acontecendo e uma conquista importante foi manter a *Frente* funcionando em São Paulo. A ponte com a *Aliança Internacional de Jornalistas* é importante e o caminho para desaguar as iniciativas é via o grupo de São Paulo. Então podemos propor às entidades da *Frente* a união com a *Aliança*, mas sem criar mais um espaço de articulação, porque não há energia para tanto.

### Isis de Palma

Ao lançar esta publicação pretendemos avançar no diálogo com as universidades. Para requalificar a formação dos jovens e aprofundar o tema da responsabilidade dos jornalistas, precisamos trazer algumas lideranças das universidades e dos cursos de jornalismo para esse diálogo com a *FRENTEX* e a *J-Aliança*.



### Participaram dos Diálogos J-Aliança

Antonio Chastinet, Antonio Gaudério, Antonio Martins, Bia Barbosa, Douglas Mansur, Florestan Fernandes Júnior, Francisco Antonio de Miranda Neto, Gilberto de Palma, Guto Camargo, Hamilton Faria, Hélio Rubens de Arruda Miranda, Hermes de Souza, Heródoto Barbeiro, Isis de Palma, José Domingos T. Vasconcelos, Julio Wainer, Juvenal Pereira, Laurindo Lalo Leal Filho, Luanda Nera, Mara Ribeiro, Maria Eugênia Sá, Marco Piva, Marisa Greeb, Marta Molina, Mauricio Lima, Michael Ende, Miriam Duailibi, Oriana White, Paulo Cannabrava, Paulo Lima, Rachel Trajber, Renato Rovai, Rita Ronchetti, Roberto Cattani, Romilda Haddad, Sérgio Gomes, Sérgio Millete, Suzie Marra, Terezinha Vicente, Toni Pires, Vera Salles, Verônica Goyzueta, Vinicius Souza, Virginie Villemin, Wilfrid Estève

### Apoiaram a realização dos Diálogos

Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, Departamento de Jornalismo da PUC/SP, FNAC Pinheiros, Instituto Pólis, Livraria da Vila Jardins e Pinheiros, SESC SP, SESC Vila Mariana, Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo, TV Itapetininga

### Parceiros da J-Aliança no Brasil

ACE – Associação dos Correspondentes Estrangeiros, Altercom – Associação de Empresas e Empreendedores da Comunicação, Alampyme Capítulo Brasil – Associação Latinoamericana de Micro Pequenas e Médias Empresas, Apijor – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual dos Jornalistas Profissionais, Ciranda Brasil de Comunicação Compartilhada, Departamento de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, Fórum Nacional de Mídia Livre, FRENTEX – Frente Paulista pelo Direito à Comunicação e a Liberdade de Expressão, Imagens Educação, Instituto Ágora em Defesa do Eleitor e da Democracia, Instituto Ecoar para a Cidadania, Instituto Pólis, Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social, IPAZ – Agência Internacional pela Paz, Jornal ROL, Movimento Psicodrama da Cidade, Oboré Projetos Especiais em Comunicação e Arte, Outras Palavras – Ponto de cultura, jornalismo e mídias livres, Rede Mulher e Mídia, Rede Nossa São Paulo, Revista Fórum, Sesc São Paulo, Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo, TV Itapetininga, TV PUC – Departamento de Jornalismo PUC/SP.



**Apoio técnico e financeiro**

Alliance Internationale de Journalistes

FPH – Fundação Charles Léopold Mayer para o Progresso Humano  
(França)[www.alliance-journalistes.net](http://www.alliance-journalistes.net)**Coordenação Internacional**

Manola Gardez

**Coordenação Polo Brasil**

Isis de Palma

[isis@educ-imagens.com.br](mailto:isis@educ-imagens.com.br)**Imagens Educação**

Telefone 55-11-3167-2575

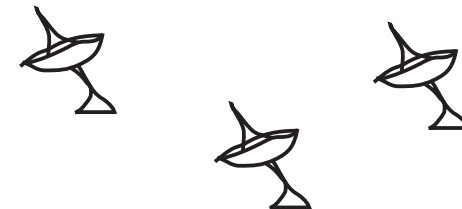
**Instituto Ágora em Defesa do Eleitor e da Democracia**

Telefone 55-11-3898-0123

[agora@agoranet.org.br](mailto:agora@agoranet.org.br)

Av. 9 de Julho, 5966, cj. 52

CEP 01406-200, São Paulo, SP

**Sítio web J-Aliança**[www.alianca-jornalistas.net](http://www.alianca-jornalistas.net)



## Realização



## Colaboração

