

## **Mídia e sujeitos: a busca pelas representações de agentes da rede de combate ao trabalho escravo<sup>1</sup>**

Flávia de Almeida MOURA<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

### **Resumo**

O trabalho proposto busca compreender a participação da mídia brasileira nas representações do trabalho escravo contemporâneo junto a um grupo de agentes de entidades governamentais e não governamentais que integram a rede de combate ao trabalho escravo contemporâneo no Maranhão e no Brasil. O estudo, em andamento, traz elementos de análise para a questão da representação dos sujeitos envolvidos a partir das representações midiáticas, principalmente da televisão. A partir do mapeamento das estratégias de comunicação das entidades envolvidas bem como suas relações com os aparatos midiáticos, a pesquisa traz à tona aspectos interessantes da temática, que é sociabilizada entre os agentes pesquisados e o grupo de pesquisadores envolvidos, descortinando produções de sentido sobre a condição da escravidão contemporânea bem como suas representações na mídia.

**Palavras-chave:** Mídia. Representações. Trabalho escravo. Movimentos sociais.

### **1. Introdução**

O presente artigo apresenta parte de uma etapa de pesquisa em curso que busca compreender a participação da mídia, e mais propriamente da televisão, nas representações (HALL, 2010; 2013) do trabalho escravo contemporâneo junto a um grupo de agentes de entidades governamentais e não governamentais que compõem a rede de combate ao trabalho escravo contemporâneo no Maranhão e no Brasil.

No momento, o estudo está sendo desenvolvido por intermédio de dois planos de trabalhos<sup>3</sup> que buscam mapear as principais estratégias de comunicação (BUENO, 2009) das entidades pesquisadas para analisarmos suas relações com as representações midiáticas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> É professora do Departamento de Comunicação Social da UFMA (Universidade Federal do Maranhão). Mestre em Ciências Sociais e doutora em Comunicação/PPGCOM/PUCRS. Email: flaviaalmeidamoura29@gmail.com

<sup>3</sup> A pesquisa em curso é financiada pela FAPEMA (Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Tecnológico do Maranhão) e trata-se de um desdobramento da pesquisa doutoral, finalizada em 2015, que realizou um estudo de recepção junto a um grupo de trabalhadores rurais maranhenses que foram submetidos a condições de trabalho escravo contemporâneo. Participam atualmente do projeto de pesquisa cinco alunos de iniciação científica quem cumprem, em conjunto, dois planos de trabalho – um para investigar entidades governamentais (MTE, MPT-MA e TRT-MA) e outro, não governamentais (CPT, Repórter Brasil e CDVDH/CB), descritas no decorrer deste artigo.

sobre o tema. Entendemos aqui como estratégias de comunicação o modo como emissores/receptores constroem e dispõem de efeitos de sentido na cadeia de comunicação. E essas estratégias têm como principal objetivo visibilizar a temática, formando a opinião pública sobre o assunto a partir da mídia.

Para esta reflexão, trazemos a contribuição de autores que discutem comunicação de forma abrangente, como é o caso de Cecília Peruzzo (1998) que entende a comunicação como um espaço de trocas mútuas, como ferramenta capaz de promover a democracia, como algo indispensável para mobilização de grupos envolvidos com causas sociais.

[...] a comunicação é mais que meios e mensagens, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social; está imbuído de uma proposta de transformação social e, ao mesmo tempo, de construção de uma sociedade mais justa; abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo. (PERUZZO, 1998, P.20-21).

Para a realização do estudo em curso, foram escolhidas três entidades governamentais e três não governamentais, que tem uma atuação na rede de combate ao trabalho escravo tanto no estado do Maranhão quanto no Brasil. Compõem o primeiro grupo a Superintendência Regional do Trabalho, órgão ligado ao MTE (Ministério do Trabalho e Emprego), o TRT-MA (Tribunal Regional do Trabalho) no Maranhão e o MPT-MA (Ministério Público do Trabalho) no Maranhão. A escolha dessas três entidades públicas se justifica pela atuação conjunta em ações de fiscalização do trabalho escravo com consequentes desdobramentos legais, como pagamento de verbas rescisórias e processos administrativos. Já para compor o segundo grupo -- de entidades da sociedade civil -- foram escolhidas três entidades, sendo duas com atuação nacional, a CPT (Comissão Pastoral da Terra) e a ONG Repórter Brasil; e uma com atuação estadual, o CDVDH/CB (Centro de Defesa da Vida e dos Direitos Humanos Carmen Bascarán), localizada no município de Açailândia (MA). Essas três entidades do movimento social apresentam atuação sistemática no combate ao trabalho escravo contemporâneo: a CPT, entidade que tem 40 anos e é ligada à igreja católica, desde os anos de 1970 denuncia condições de escravidão contemporânea no Brasil; já a Repórter Brasil, criada em 2001, é responsável por publicizar e pautar a grande mídia de temáticas relacionadas a trabalho escravo e meio ambiente e o Centro de Defesa de Açailândia, criado em 1996, denuncia questões relacionadas a violações de direitos humanos e, dentre eles, o trabalho escravo contemporâneo, e realiza um trabalho de

prevenção junto às famílias de trabalhadores na região de fronteira entre Pará, Tocantins e Maranhão há quase 20 anos.

Como o mapeamento das estratégias de comunicação dessas entidades está em curso, apresentamos nesta comunicação uma discussão teórica e metodológica que embasa esta etapa da pesquisa empírica e que acumulamos no decorrer dos estudos acerca das representações dos sujeitos a partir da mídia. E nas considerações finais, apontamos alguns caminhos sobre os olhares dos agentes das entidades investigadas acerca das representações midiáticas do trabalho escravo contemporâneo e os tratamos como resultados preliminares desta pesquisa em andamento.

## **2. Mídia como instituição social**

Vivemos em um mundo saturado pela mídia (SILVERSTONE, 2002) e a sua presença faz parte do processo social. Concebemos a mídia, portanto, como instituição social, constituinte da sociedade contemporânea.

Nesta perspectiva, entendemos a mídia como um tipo de instituição, capaz de formar uma rede que ocupa uma determinada posição na constituição da sociedade através da qual acessa o mundo social como um todo.

A mídia, portanto, faz parte da sociedade. É a partir desta perspectiva que a concebemos nesse estudo e entendemos ser mais interessante olharmos o fenômeno a partir dos sujeitos que o compõem. Dessa forma, entendemos a mídia como uma instituição constituinte da vida cotidiana desses sujeitos. (ESCOSTEGUY, 2013)

Neste momento, nos interessa considerar a partir de quais perspectivas tratamos a mídia, bem como explicitar quais pontos de partida traçamos para analisar o fenômeno midiático, que concebemos fazer parte do cotidiano dos sujeitos entrevistados.

Concordamos com Silverstone (2002) ao afirmar que a mídia, apesar de sua diversidade e sua flexibilidade, ainda se apresenta como uma forma dominante de comunicação, capaz de constringer culturas locais, mesmo que não as subjuguem. Acreditamos, neste sentido, que a mídia participa da constituição das representações sobre trabalho escravo contemporâneo junto ao grupo estudado. E esta participação tem relevância para esses sujeitos pesquisados, agentes de entidades governamentais e não governamentais, que compõem a rede de combate ao trabalho escravo no Maranhão e no Brasil.

É interessante pensarmos nesta perspectiva proposta pelo autor, uma vez que muitos grupos sociais acabam pautando suas vidas a partir do que a mídia oferece como notícia ou

mesmo como entretenimento. No caso da televisão, isso fica bem evidente principalmente devido à capilaridade que essas informações alcançam, uma vez que este veículo ainda lidera os *rankings* de audiência da cultura de massa. Por isso, buscamos entender antes as estratégias de comunicação dessas entidades que visam esse relacionamento com a mídia para, a partir daí, compreender as representações desses sujeitos a partir de materiais midiáticos, principalmente da televisão e em algumas experiências da internet.

Ao estudarmos a mídia, estamos lidando com seres humanos e suas comunicações, com linguagem e fala, com o dizer e o dito, com reconhecimento e mal reconhecimento e com a mídia vista como intervenções técnicas e políticas nos processos de compreensão (SILVERSTONE, 2002, p. 19).

O autor propõe estudar a mídia como dimensão social e cultural, mas também política e econômica; estudar sua onipresença e sua complexidade, como parte da “textura geral da experiência”. Procuramos entender como a mídia participa da vida social e cultural contemporânea. Investigamos quais as formas desta participação no caso das representações do trabalho escravo contemporâneo. E, para isso, examinamos a mídia como processo, “como uma coisa em curso e uma coisa feita”, isto é, como uma instituição capaz de constituir representações e também operar a partir de representações já construídas em outras instâncias sociais.

Tratamos nesse estudo de uma nova realidade midiática (e a mídia como espaço de repercussão e criação de acontecimentos), que “incide na configuração e dinâmica da realidade de nossa vida cotidiana, e na forma de convivência e atravessamento entre as múltiplas realidades que compõem o mundo da vida.” (Idem, p. 11).

(...) a mídia *faz parte* da sociedade, está inserida nela como estão os postos de saúde, as defensorias públicas, os estádios esportivos, por exemplo. É uma das instituições da sociedade, e congrega os múltiplos dispositivos através dos quais essa sociedade produz e faz circular suas informações e representações. De resto, a mídia constitui talvez a instituição que melhor caracteriza o cenário contemporâneo; a face da nossa sociedade, nosso comportamento, nossas ações são hoje o que são porque dispomos de tais meios, espaços, instrumentos para nos informarmos, nos exprimirmos, formatarmos nossas ações e nosso cotidiano. A mídia é o espaço privilegiado no qual a sociedade fala consigo mesma, a propósito de si mesma. (FRANÇA, 2012, p. 11-12).

Como nos aponta Silverstone (2002), a mídia depende do “senso comum”<sup>4</sup>. “Ela o produz, recorre a ele, mas também o explora e distorce”. (Idem, p. 21) Nos interessamos

---

<sup>4</sup> O conceito utilizado por Silverstone (2002) é de perspectiva gramsciana.

por esse senso comum, pensado como um contínuo, que requer nossa participação ativa, entendido tanto como expressão quanto como “precondição da experiência”. É no mundo mundano que a mídia opera de maneira mais significativa. Ela filtra e molda realidades cotidianas por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e a manutenção do senso comum. (SILVERSTONE, 2002, p. 20).

Entendemos, neste contexto, que a mídia pode participar do senso comum dos agentes investigados, uma vez que a concebemos como uma instituição social que contribui para a experiência dos indivíduos na sociedade, ou seja, uma instância capaz de propor representações de grupos sociais que consomem, de alguma forma, esses produtos midiáticos. A experiência, tanto a mediada quanto a da mídia, se exprime no social, nos discursos, nas representações, nas falas e nas histórias de vida cotidiana.

Concebemos, portanto, a mídia como um processo de mediação, que envolve o movimento do significado de um texto para outro; de um discurso para outro; de um evento para outro. Neste sentido, acreditamos que os receptores contribuem na produção e que mediação é tanto produção e sentido – pelo contexto cultural saturado de textualidades midiáticas em circulação – quanto tradução, relacionado à ação humana; a um posicionamento ativo.

A circulação de significado, que é a mediação, é mais do que um fluxo em dois estágios – do programa transmitido via líderes de opinião para as pessoas na rua -, como Katz e Lazarsfeld (1955) defenderam em seu estudo seminal, embora ela apresente estágios e realmente flua. Os significados mediados circulam em textos primários e secundários, através de intertextualidades infundáveis, na paródia e no pastiche, no constante *replay* e nos intermináveis discursos, na tela e fora dela, em que nós, como produtores e consumidores, agimos e interagimos, urgentemente procurando compreender o mundo, o mundo da mídia, o mundo mediado, o mundo da mediação. (SILVERSTONE, 2002, p. 34).

Martín-Barbero (1995) destaca a importância desses estudos da vida cotidiana reintroduzirem uma velha e importante categoria já tratada por nós neste trabalho. Trata-se da categoria gramsciana de “senso comum” no sentido de qualquer cidadão como sendo um filósofo, um intelectual, que faz perguntas porque pensa, duvida, questiona, no sentido diverso do senso comum. Neste ponto, chamamos a atenção para a importância de repensar a produção cotidiana de sentidos do ver, do gostar, do “sentido comum”.

Acreditamos, por outro lado, que sujeitos ordinários, e aqui nos referimos aos próprios trabalhadores que são submetidos a condições de trabalho escravo contemporâneo<sup>5</sup> são capazes de produzir suas próprias representações, bem como as representações sobre o trabalho escravo e, conseqüentemente, produzir sentidos distintos de como a mídia os aborda, embora possam se identificar com alguns pontos tratados. Entendemos que, nestes casos, os sentidos podem variar também de acordo com a forma de abordagem das reportagens. Por exemplo, quando há uma narrativa jornalística que destaca as dificuldades de acesso aos locais fiscalizados. Para muitos trabalhadores, estradas de terra e precárias condições de transporte fazem parte de uma rotina e, dessa forma, essas condições podem ser menos enfatizadas na perspectiva desses sujeitos em detrimento da mídia.

Neste ponto, temos de levar em consideração sempre o contexto de quem está recebendo as informações. Para Martín-Barbero (1995), a recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação. Trata-se de um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa em Comunicação; de onde devemos pensar todo o processo de comunicação. Para ele, a proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio transmite ao receptor. Assim, concordamos quando o autor defende “a recepção como um espaço de interação”.

Essas considerações nos alertam para não idealizarmos o grupo social estudado e tentarmos trazer as suas representações como “reais” ou “verdadeiras”, em detrimento de outras “forjadas” ou “falsas”, encontradas na mídia. O que nos propomos estudar a partir da mídia diz respeito a um modo mais amplo de interagir não só com as mensagens, mas com a sociedade, com outros atores sociais, e não só com os aparatos midiáticos. Estamos interessados, dessa forma, mais com a circulação da significação do que com a significação do texto televisivo como estrutura, como linguagem, por si mesmo.

Neste contexto, o conceito de mediações<sup>6</sup> (MARTÍN-BARBERO, 2001) nos interessa, uma vez que trata de um conjunto de influências que estrutura, organiza e reorganiza a percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. As mediações produzem e reproduzem os

---

<sup>5</sup> O relato da pesquisa doutoral sobre olhares de trabalhadores rurais maranhenses acerca do trabalho escravo a partir da mídia pode ser encontrado nos Anais do INTERCOM 2015, sob minha autoria.

<sup>6</sup> A obra “Dos Meios às Mediações”, publicada em 1987, é revisitada pelo autor no ano de 1997; momento em que ele propõe que o título seja invertido, resultando em “Das Mediações aos Meios”, indicando a necessidade, a partir da perspectiva econômica-cultural das novas tecnologias, de que os meios sejam levados em conta na constituição das políticas culturais, a fim de que se enfrente o efeito dessocializador do neoliberalismo e se insira a indústria cultural no contexto econômico e político das regiões dos países latino-americanos.

significados sociais, sendo o “espaço” que possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção. (JACKS, 1996).

Pensar as mediações neste trabalho é deslocar a atenção dos estudos das mensagens (como o caso de propor técnicas de análises de textos midiáticos para entender a representação da televisão sobre o trabalho escravo) para os significados sociais das mesmas junto ao grupo de agentes sociais investigados.

Interessamo-nos pela socialidade (ou sociabilidade) que Martín-Barbero (2001) trata como uma das “entradas” para as mediações<sup>7</sup>, uma vez que diz respeito às relações cotidianas, nas quais se baseiam as diversas formas de interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades. Ela conecta a tradição cultural com a forma como os receptores se relacionam com a cultura massiva.

### 3. Televisão como forma cultural

No mesmo sentido em que concebemos a mídia como uma instituição social, compreendemos a televisão como uma tecnologia e como uma forma cultural, nos termos de Raymond Williams (1997). A televisão é, portanto, uma construção social no sentido de que se desenvolve em um contexto econômico, social e cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação. Ela não se configura somente a partir de possibilidades tecnológicas, mas na sua combinação com as condições históricas, sociais, econômicas e culturais.

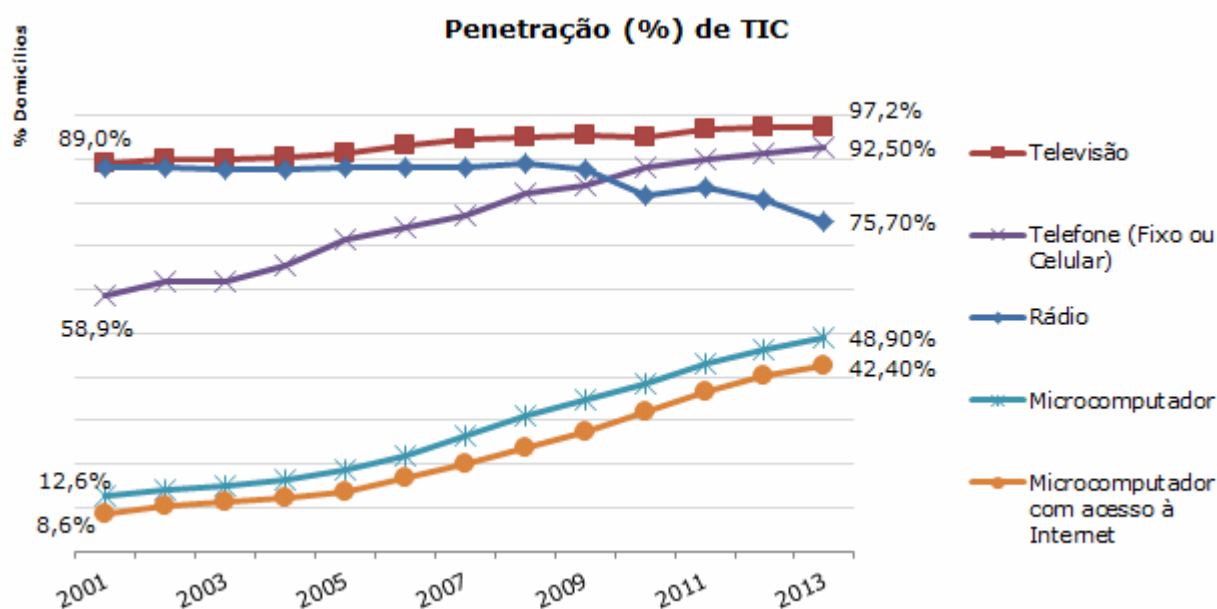
Neste sentido, falar de televisão no Brasil é falar da própria cultura brasileira. Ortiz (2001) afirma que a televisão se concretiza como veículo de massa no país em meados dos anos 60, consolidando um mercado de bens simbólicos e culturais. Para o autor, o desenvolvimento da televisão é o que melhor caracteriza o advento e a consolidação da indústria cultural no país. E, se há um lugar no qual se configura a circulação mundializada da cultura e, simultaneamente, o crescimento das afirmações locais, este lugar é o da televisão.

---

<sup>7</sup>Para o autor, a “entrada” para esses três lugares de práticas sociais; as *mediações*, pode se dar pela socialidade (ou sociabilidade), ritualidade e tecnicidade. A primeira diz respeito à apropriação cotidiana da existência fora da ordem da razão institucional, cuja dinâmica tem a capacidade de fissurar o sentido hegemônico através da multiplicidade de modos e sentidos que se dão nas interações sociais. A segunda trata da forma que adquire a sociabilidade para garantir a repetição e a operacionalidade, na busca do sentido. A terceira, a tecnicidade, é o “organizador perceptivo” que articula as inovações à discursividade nas práticas sociais, cuja dinâmica têm materialidade histórica. Isto é, a técnica é dimensão constitutiva da comunicação, a qual transforma as práticas sociais originando novas formas de sociabilidade. (JACKS, 1996).

Mais de cinquenta anos depois, em meio a tantas transformações tecnológicas com a internet e as possibilidades de transformação da comunicação de massa com as outras telas, a televisão se porta ainda como o principal veículo de informação e entretenimento para grande parcela da população brasileira. Segundo a PNAD (Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílio), realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2013, 97,2% das residências brasileiras possuíam aparelhos de televisão, conforme pode ser visto em gráfico e quadro abaixo:

**Gráfico 1 - Domicílios Brasileiros (%) com acesso às TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação)**



Fonte: PNAD/IBGE, 2013.

**Quadro 1 – Evolução da penetração das TICs por ano**

-	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Televisão	94,5%	95,1%	95,6%	95,0%	96,9%	97,2%	97,2%
Telefone (Fixo ou Celular)	77,0%	82,1%	84,1%	87,9%	89,9%	91,2%	92,5%
Rádio	88,1%	88,9%	87,8%	81,4%	83,4%	80,9%	75,7%
Microcomputador	26,6%	31,2%	34,6%	38,3%	42,9%	46,4%	48,9%
Microcomputador com acesso à Internet	20,2%	23,8%	27,3%	N.D.	36,5%	40,3%	42,4%



Total de Domicílios (milhares)	55.770	57.557	58.566	57.324	61.292	63.768	65.130
--------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Fonte: PNAD/IBGE, 2013.

Esta realidade também é encontrada em municípios do interior do Maranhão, local de origem e residência dos trabalhadores submetidos a condições de escravidão contemporânea e também de agentes sociais que compõem a rede de combate ao trabalho escravo no estado. Segundo a PNAD (2013), o estado do Maranhão, embora seja um dos maiores em extensão territorial do nordeste brasileiro, destaca-se pela baixa aquisição de bens duráveis em relação aos outros estados da mesma região. Entretanto, em 2013, 87,3% dos domicílios maranhenses possuíam aparelhos de televisão.

De acordo com o Anuário de Mídia (IBOPE, 2009<sup>8</sup>), a participação de audiência entre as redes de televisão de sinal aberto no Brasil, em relação ao total de aparelhos ligados, aponta que 47,92% dos brasileiros estão mais ligados na Rede Globo; enquanto 15,70%, no SBT; 14,33%, na Record; 5,19%, na Rede Bandeirantes 2,45%, na Rede TV; 1,90% , em redes públicas; sendo 12,51%, em outras emissoras.

A média por estados da federação acompanha a mesma lógica e, segundo dados da Telecom (2010), os dois primeiros canais que aparecem no *ranking* de audiência, Globo e SBT, estão presentes nos 27 estados brasileiros e no Distrito Federal. Enquanto a Record está presente em 21 estados; a TV Bandeirantes, em 20; a TV Cultura, em 12, e a Rede TV, em 11 estados brasileiros. No Maranhão, as quatro principais emissoras líderes de audiência possuem afiliadas e/ou emissoras locais que transmitem parte da programação nacional.

No Brasil, o sistema central de mídia é estruturado a partir das redes nacionais de televisão. Mais precisamente, os conglomerados que lideram as cinco maiores redes privadas (Globo, Band, SBT, Record e Rede TV) controlam, direta e indiretamente, os principais veículos de comunicação no país. Este controle não se dá totalmente de forma explícita ou ilegal<sup>9</sup>.

Em relação à penetração de audiência por meios, a TV aberta continua liderando, com 95,8%. O rádio surge na segunda posição, com 71,3%, seguido pela internet, com 60,4%. Na quarta, quinta e sexta posições, temos, respectivamente, TV paga (44,4%), jornal (40,4%) e revista (31,6%)<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> As informações foram retiradas do site do IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística). Disponível em [www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br). Acesso em: 11/11/2014.

<sup>9</sup> Disponível em: [www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br) Acesso: 11/11/2014.

<sup>10</sup> Dados do Ibope Media – Target Group Index – ano 14, jul. 12-ago. 13, retirados do Anuário OBITEL (Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva), 2013.

Talvez a sedução pela imagem pontue e mobilize, de muitas formas, a vida e as ações de milhares de pessoas. “A televisão faz parte, enfim, da vida nacional. Ela está presente na estruturação da política, da economia e da cultura brasileiras” (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010).

Partimos do pressuposto de que a televisão tem inúmeras faces e guarda estreita relação com a vida social, da qual, aliás, faz parte e de cuja dinâmica participa.

Fazendo parte do tecido social, e como uma de suas instâncias, a TV acompanha seus movimentos e tendências, é instrumento de veiculação de suas normas e valores, mecanismo de reprodução e manutenção da ordem dominante. Instância ativa, lugar de expressão e circulação de vozes, do **cruzamento de representações** e constituição de novas imagens, a televisão é também um vetor de dinamismo e modificação do seu entorno. (FRANÇA, 2012, p. 30, grifos nossos).

Mais do que tratar de modelos de televisão, nosso interesse versa em perceber traços, tendências e características que estão na televisão e estão na vida da sociedade, conforme apontado pela autora. Buscamos aqui, ao justificar a escolha pela televisão dentre as outras mídias para a realização deste estudo, problematizar as relações que existem entre esse texto televisivo escolhido e os sujeitos pesquisados, inseridos no contexto da realidade brasileira, que se apresenta com uma cultura voltada para o consumo da televisão.

Segundo John Fiske (1991) em *Television Culture*, por ser popular, o texto da televisão tem que ser lido e apreciado por uma diversidade de grupos sociais, de modo que seus significados sejam capazes de serem flexionados em um número de maneiras diferentes.

O texto da televisão é, portanto, mais polissêmico e mais aberto do que os teóricos anteriores permitiram. (...) Isso significa que a leitura não é uma coleta dos significados do texto, mas é um diálogo entre o texto e o leitor socialmente situado<sup>11</sup>. (FISKE, 1991, p. 66)

No contexto brasileiro, esse “leitor socialmente situado”, ao qual o autor se refere, consome mais televisão em detrimento de outras mídias, conforme o indicado anteriormente em dados atualizados, apresentados pelo IBGE.

A inclusão de novos temas na televisão, a partir dos anos 90, como o caso estudado nesta pesquisa, com a temática do trabalho escravo contemporâneo, põe em movimento outras mediações da recepção, entendidas como diferentes instâncias culturais em que o

---

<sup>11</sup> “The television text is therefore more polysemic and more open than earlier theorists allowed for. (...) This means that reading is not a garnering of meanings from the text but is a dialogue between text and the socially situated reader”.

público das mídias produz e se apropria do significado e do sentido do processo comunicativo. (MARTÍN-BARBERO & REY, 2001).

Nesta perspectiva, Orozco (1996) entende as mediações como um “processo estruturante”, que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência com a televisão como a criação por eles do sentido desta interação. No caso estudado, acreditamos que a temática do trabalho escravo vista pela televisão pode ser capaz de colocar os sujeitos investigados neste estudo em situações mais próximas à sua cotidianidade.

As temáticas dos direitos humanos, em geral, ganham força na mídia brasileira a partir dos anos 90, principalmente influenciadas pela pressão de movimentos sociais de publicização das questões de violação de direitos e as consequentes respostas do governo. Notamos este fato nas questões do trabalho escravo, principalmente a partir do reconhecimento do então presidente Fernando Henrique Cardoso, em 1995, de que no país havia escravidão contemporânea. Neste mesmo ano, o MTE (Ministério do Trabalho e Emprego) iniciou uma ação de fiscalização rural específica para trabalho escravo, criando o grupo móvel e envolvendo auditores fiscais de vários estados da federação numa espécie de força - tarefa numa tentativa de repressão desta prática.

A Constituinte de 1988 e os seus desdobramentos nas questões de cidadania, bem como na concepção da dignidade da pessoa humana também fazem parte desse processo, como, por exemplo, da criação do ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente), em 1992, que versa sobre trabalho infantil, indicando caminhos de repressão desta violação de direitos também de crianças e adolescentes.

A contribuição da mídia nesse processo de ressignificação dos direitos humanos no Brasil pode ser exemplificada pelo próprio tratamento dado a esses temas em coberturas jornalísticas televisivas, dando sentido a um processo comunicativo capaz de criar instâncias culturais de recepção, como afirmam Martín-Barbero e Rey (2001).

Segundo relatório da OIT (2011), nos anos 2000 houve um aumento considerável do tema trabalho escravo na imprensa brasileira. Segundo o estudo, este aumento não é apenas quantitativo, mas a mídia tem impacto direto no combate ao trabalho escravo, tanto no sentido de conscientizar para o problema quanto de defender os agentes que lutam para erradicar essa prática.

#### 4. Considerações finais

Buscamos entender nesse estudo de que formas a mídia, e mais propriamente a televisão, participa das representações dos agentes da rede de combate ao trabalho escravo no Maranhão e no Brasil. E para isso, buscamos analisar primeiramente as estratégias de comunicação dessas entidades governamentais e não governamentais para, depois, relacioná-las com as representações midiáticas sobre a temática. Para isso, iremos escolher um *corpus* documental formado por, no máximo, dez reportagens veiculadas em canais comerciais e abertos da televisão brasileira nos últimos cinco anos.

Sabemos que representantes dessas entidades são as principais vozes que aparecem na mídia sobre o tema. Em conversas informais durante trabalho de campo com alguns agentes de entidades da sociedade civil, como o caso do Centro de Defesa de Açailândia, em geral, eles afirmaram que as reportagens televisivas dão visibilidade ao problema e, de alguma forma, legitimam o trabalho de denúncia realizado pelo movimento social.

Entendemos essas afirmativas aqui como algo preliminar, que será analisado e sistematizado no decorrer das entrevistas de pesquisa. Mas trazemos aqui algumas impressões desses sujeitos. Na ocasião da conversa, realizada em dezembro de 2015, eles relataram o caso de um trabalhador que, após ter assistido a uma reportagem sobre trabalho escravo, tomou coragem e denunciou as condições similares em que viveu em fazenda de gado em Açailândia (MA).

A principal crítica dos representantes do movimento social feita em relação às representações midiáticas sobre o trabalho escravo está na superficialidade com que são tratados os casos, em geral, de forma pontual, nos momentos de fiscalização. Segundo eles, não há discussão de questões estruturais, como as fundiárias e judiciais, isto é, as causas e as consequências do problema, que para eles centram-se na ausência de políticas públicas básicas para os trabalhadores e na impunidade dos que cometem o crime de trabalho escravo, no caso do Maranhão, principalmente, os latifundiários.

Os agentes da CPT e da ONG Repórter Brasil também apontaram recortes feitos na edição de algumas reportagens veiculadas em televisão comercial aberta em 2015. Neste sentido, segundo eles, as informações tendem a ser “genéricas”. Como eles já foram muito entrevistados, afirmaram que sempre ficam com a sensação de que a “imprensa não aborda os fatos como eles são”; principalmente porque “recolhem um grande número de informações que depois não são aproveitadas”. Um exemplo recorrente é com relação à vida dos trabalhadores após o resgate, bem como seus anseios e sonhos em dar continuidade

a uma trajetória de trabalho de forma digna, enfrentando problemas de (re)inserção no mercado de trabalho devido tanto a questões estruturais como a falta de políticas públicas; como pessoais, como é o caso dos sujeitos que sofrem sequelas físicas e psicológicas decorrentes do trabalho escravo e que, muitas vezes, não são indenizados por isso.

Os dados preliminares que trazemos para esta comunicação são de agentes de entidades da sociedade civil. Sobre as entidades públicas, ainda não tivemos a oportunidade de conversar pessoalmente com seus representantes a respeito de suas relações com a mídia, mas pelo levantamento preliminar (documental) da pesquisa, esses sujeitos são as principais vozes que aparecem na mídia, principalmente em reportagens que tratam da fiscalização realizada por auditores fiscais do MTE e procuradores do trabalho do MPT. Em trabalhos anteriores, constatamos que essas vozes são as mais legitimadas hoje pela televisão para falar sobre a temática, além de serem os principais mediadores entre o Estado e os trabalhadores que são submetidos a condições de trabalho escravo contemporâneo.

## 5. Referências Bibliográficas

- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90**. In MACHADO, J; LEMOS, A; SÁ, S (orgs) *Mídia.BR*, Porto Alegre: Sulinas, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Representações, mediações e práticas comunicativas** In PEREIRA, GOMES, FIGUEIREDO, Comunicação, representação e práticas sociais. RJ, PUC-Rio, Aparecida, Ideias e Letras, 2004, p 13-26.
- FISKE, John. *Television Culture*. London: Routledge, 1991.
- FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e Recepção: A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media**. Rio de Janeiro, E-papers Serviços Editoriais. 2004.
- \_\_\_\_\_. **Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero**. In Revista FAMECOS, v. 18, nº 1, Porto Alegre, jan/abril 2011, p. 111-130.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

\_\_\_\_\_. **El trabajo de la representación.** In Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Perú/Colômbia/Ecuador, 2010.

\_\_\_\_\_. **Quem precisa de identidade?** In SILVA, Tomaz Tadeu. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo, Editora SENAC, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva.** São Paulo: Editora SENAC, 2001.

ORTIZ, Renato (org.). **Sociologia - Bourdieu.** Editora Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39. São Paulo, 1983.

\_\_\_\_\_. **A moderna tradição brasileira.** São Paulo: Brasiliense, 2001.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marcos (org). **História da televisão no Brasil.** Do início aos dias de hoje. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SOUSA, Mauro Wilton de. **Recepção e comunicação: a busca do sujeito.** In SOUSA, M. W. (org) Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis, 14<sup>a</sup> ed., RJ: Vozes, 2013.

#### **Sites consultados:**

[www.agenciabrasil.ebc.com.br](http://www.agenciabrasil.ebc.com.br)

[www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br)

[www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br).

[www.reporterbrasil.org.br](http://www.reporterbrasil.org.br)