



Concessão Pública Para Radiodifusão e Democracia: Um Assunto Que Interessa a Escola¹

Sandro Garcia²

Universidade Estadual da Paraíba

Priscilla Cabral Ramos³

Universidade Federal de Campina Grande

Silvania Karla de Farias LIMA⁴

RESUMO

O Brasil vive em um regime democrático desde 1988, ano da promulgação da constituição vigente no país atualmente. Mas, no apagar das luzes do regime ditatorial, houve a maior entrega de concessões públicas de rádio e TV da história do país, essa atitude criou um desequilíbrio entre os grupos poderosos da mídia e a população em geral. Uma proposta para equilibrar essa relação é levar essa discussão para as escolas, onde a sociedade civil terá espaço para discutir esse assunto, mas para isso, os professores devem estar preparados para gerirem essa tarefa, não ficando despercebidos de um assunto tão pertinente, inclusive para a educação. O que agrava essa questão é o fato de a lei máxima do país não ser respeitada na hora de distribuir as concessões.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Concessão Pública; Democracia; Escola.

¹Trabalho apresentado na divisão temática Comunicação, Espaço e Cidadania-Intercom Junior - XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de Julho de 2015.

² Graduando em Comunicação pela UEPB, E-mail: sandrors.gaucho@gmail.com

³ Graduando em Comunicação pela UFCG, E-mail: priscilacabralramos@gmail.com

⁴ Mestre em educação, pesquisadora em dinâmicas espaciais e territoriais pela UEPB, e-mail:

silvaniakarla@uol.com.br



Introdução

A comunicação remonta das primeiras organizações sociais, mensagens como as pinturas rupestres e outras formas de comunicação antes da escrita, nos mostram que o ser humano é um sujeito culturalmente comunicativo, essa condição faz com que a vida em sociedade aconteça de forma eficaz. Já nos primeiros agrupamentos humanos havia relações de trocas culturais, que demandavam envio e recepção de signos, esses fatores denunciam a forma de o ser humano se relacionar.

Assim, na evolução humana, a utilização dos registros impressos, sejam os pictogramas rupestres, sejam os primeiros símbolos literais dos fonemas, tornaram-se indispensáveis às relações sócio-econômico-culturais. (GOMES, 2015, pg. 2)

Podemos também perceber que a partir do desenvolvimento do ser humano, a comunicação também foi desenvolvendo e ganhando novas dimensões, a sociedade veio criando mecanismos para aperfeiçoar a comunicação no sentido de tornar essa tarefa cada vez mais eficiente para atender as necessidades das pessoas.

Por ter em sua gênese cultural comunicativa, o ser humano passou essa característica de pai para filho no decorrer dos tempos, condicionando assim as novas gerações a serem detentoras dessa prática. A técnica de se comunicar também passou se fazer cada vez mais necessária para a sobrevivência do ser humano e suas comunidades organizadas, o fato de estarem em contato com amigos ou negociar tréguas com inimigos, são exemplos de expressões comunicativas.

O internacionalismo social tem como primeira premissa estabelece que os seres humanos agem em relação ao mundo fundamentando-se nos significados que ele lhes oferece. A segunda premissa consiste no fato de que os significados de tais elementos mundanos são provenientes da ou provocados pela interação social que se mantém com as outras pessoas. A terceira premissa reza que tais significados são manipulados por um processo interpretativo (e por este modificados) utilizado pela pessoa ao se relacionar com os elementos com que entra em contato. (Rüdiger, 2004, p.33)

Visto pelo ângulo cultural, pode-se detectar a capacidade única do ser humano se relacionar através das mais variadas formas. Dessa maneira, a comunicação é algo indispensável na construção cultural das pessoas, e por ela os grupos se conhecem e se estranham, criando assim formas de aproximação ou distanciamento.



O avanço nas comunicações humanas e a sociedade moderna

Com o progredir da sociedade, as comunicações começaram a adquirir novas tecnologias que aumentaram o seu alcance e conseqüentemente a capacidade de influenciar um maior número de pessoas. Depois da invenção da escrita, máquina de imprensa de Gutenberg, foi sem dúvida o maior evento de transformação das sociedades através da comunicação, pois ela possibilitou pela primeira vez a repetição de impressos a partir dos tipos.

Com essa nova possibilidade, além dos livros, logo foi possível escrever jornais periódicos, que deu início ao que chamamos de “imprensa” hoje. É com o advento da imprensa que a comunicação passa a ser de massa, ou seja, feito para muitas pessoas, a partir daí passa-se a possibilitar o que posteriormente seria chamado de mídia.

Com a tipografia passou a ser possível os capitalistas financiarem as empresas para que pudessem produzir em escala, e dessa forma baratear os custos possibilitando o acesso aos livros e outros escritos para pessoas que antes não tinham possibilidade de ter contato com esse material. Foi a partir disso que a Europa passou a ter livros disseminados por toda a parte.

Foi através da tipografia e dos financiamentos dos bancos que no século XV foi possível a troca do controle dos saberes dos processos de se fazer livros para as mãos dos burgueses, que tinham uma grande necessidade de obter lucros com esta prática, além de sua vontade de educar e transformar um público anônimo e disperso. O que possibilitou a difusão do livro por toda a Europa, tornando possível para as pessoas que anteriormente não tinham a possibilidade de ter um livro pelo seu custo, agora de poder comprar e ler. Esta sim seria a revolução de Gutenberg, de possibilitar a reprodução em uma escala maior, barateando os custos do livro e tornando-os acessíveis. (Bragança, 2002)

Com o advento da sociedade moderna, a mídia foi se avolumando cada vez mais e interferindo de forma mais eficaz na formação e condução de nossas sociedades, demonstrando que a atividade da mídia foi se transformando em um lugar de poder. Torna-se assim um poder não só na condição de influência através da comunicação, mas também em arrecadação, ou seja, passa a ser um poder econômico, o que a torna a mídia uma importante aliada do capitalismo.



A partir disso, forma-se a sociedade de massa, onde os meios de comunicação têm participação ativa na promoção dessa nova forma de vivência entre as pessoas, pois os produtos, serviços e ideologias só podem ser massificados através da mídia. Com essa realidade, controla-se também a cultura de massa que agora também pode ser produzida em escala para a venda.

Mas o que mais tem avolumado a participação da mídia nesse tipo de sociedade é o fato de essa militar fortemente no campo das ideias, pois com esse viés, os meios de comunicação de massa passam a vender um modelo de sociedade que é massificado através de seus potentes meios de veiculação. O que de certa forma, torna-se uma tentativa de homogeneizar a sociedade, pois esse é um dos princípios da massificação.

A mídia é chamada e considerada o Quarto Poder, ou seja, o quarto maior segmento econômico do mundo, sendo a maior fonte de informação e entretenimento que a população possui. O poder de manipulação da mídia pode atuar como uma espécie de controle social, que contribui para o processo de massificação da sociedade, resultando num contingente de pessoas que caminham sem opinião própria. Subliminarmente, através da televisão, das novelas, jornais e internet, é transmitido um discurso ideológico, criando modelos a serem seguidos e homogeneizando estilos de vida. (Santos, 2012, p. 3)

Toda a informação que se recebe através dos meios de comunicação, sempre sofrerá as consequências da análise cultural dos receptores, sendo assim, percebe-se que em cada sociedade em que uma mesma informação chega, ela recepcionada de uma maneira diferente, motivada pela formação cultural da mesma.

Mas, por outro lado, é importante entender que as informações não chegam até nós com pureza de conteúdo, pois elas passam pelo filtro da empresa de comunicação que a veicula, notícias acontecem a todo o momento, mas nem todas vão ao ar. Na hora de decidir o que será levado até ao público é onde entra o poder de influência dos donos desses meios, esse poder de decidir o que é mais importante para ser noticiado, e claro, sempre obedecendo aos interesses dos donos do referido meio, o que é chamado de linha editorial.



A mediação e as concessões públicas

As orientações dos meios de comunicação funcionam como filtro das informações que chegam até ao receptor, e esse filtro é de extrema importância no âmbito da interposição entre os acontecimentos (realidade), e o que chega até o público interessado. Pois essa filtragem não é para eliminar impurezas, mas sim para descartar aquilo que não interessa a linha editorial, e nesse jogo, a realidade dos fatos é profundamente alterada antes de chegar ao público final, colocando a massa a mercê dos interesses desses manipuladores.

Se é verdade que o receptor (enunciário/enunciador), mobiliza o seu universo cultural para interpretar o que aparece nos meios de comunicação, seja de que gênero for, também é verdade que temos de levar em conta em nossas reflexões a mediação, o filtro que antecede o que ele está vendo, ouvindo ou lendo: a mediação no campo da produção. Ele só interpretará o que foi escolhido, no âmbito da produção, levando em conta vários aspectos, sobretudo a orientação da empresa detentora daquela mídia. (BACEGA, 2003, p. 26)

Pra se prestar qualquer serviço em nosso país, é preciso que se tenha legalmente a autorização para que isso aconteça como exemplo se pode citar o direito de vender serviços de energia elétrica, prestar serviços de manutenção de estradas, com a devida cobrança de pedágio, entre outros. A comunicação não é diferente, para poder transmitir pelas ondas magnéticas de qualquer país democrático do mundo, inclusive no Brasil, é preciso que os proprietários usem dos direitos de uma concessão pública emitida pelo governo federal.

Mas no Brasil as empresas de rádio e TV, não se comportam como quem deve prestar contas de um direito de transmissão, pois elas têm esse direito, no caso do rádio por 10 anos, e no caso da televisão por 15 anos. O problema é que a lei existe no país, é constitucional, mas não está regulamentada, o que gera margens para todo o tipo de interpretações, além de deixar essa área tão importante para a democratização sem critérios definidos para a sua atuação.

Em tese, rádio e televisão estão na mesma categoria que os serviços de energia elétrica, de navegação aérea, de transporte ferroviário e rodoviário, por exemplo. No entanto, diferentemente destes serviços, a radiodifusão opera sem critérios claros e com privilégios estranhos a um sistema democrático. Para que se tenha uma idéia, a lei que define as concessões públicas vale para todas as modalidades de serviço, menos para a radiodifusão. As emissoras de TV recebem a concessão

por 15 anos e as de rádio, por 10 anos, e durante todo esse período os detentores das concessões não têm que prestar contas a ninguém sobre o uso que fazem delas. (Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2007, p. 3)

O que mais atrapalha o processo de discussão desse tema é o fato de a sociedade estar bastante distante dessa realidade, pois ela não é promovida por nenhum meio de comunicação, portanto, ela deveria partir dos entes da sociedade civil. Quando isso não acontece, deixa os donos da grande mídia cada vez mais a vontade para promoverem as suas desordens, apenas preocupados com os seus lucros tratando as suas emissoras como meras empresas responsáveis pelo seu enriquecimento.

Outro motivo de preocupação nessa questão é o fato de terem vários políticos donos de emissoras de rádio e TV, o que é terminantemente proibido pela constituição de nosso país. Segundo (Nonato, Bortoloti, 2009), no Brasil existem 271 políticos que são sócios ou diretores de 348 emissoras de radiodifusão (rádio e TV). 147 são prefeitos (54,24%) 48 (17,71%) deputados federais; 20 (7,38%) senadores; 55 (20,3%) deputados estaduais; um é governador.

Os empresários e políticos representantes das elites reinam sozinhos, ditam as regras e não cumprem nem o pouco que a lei prevê. Não há participação da sociedade no debate sobre a concessão e renovação das outorgas, que acontece sem responder a nenhum critério público. O processo é lento e sem transparência. Também não há fiscalização por parte do poder público, o que permite que haja emissoras em funcionamento com outorgas que já venceram há quase 20 anos. (Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2007, p. 3)

Na Constituição, que é a carta magna da República Brasileira está claro que Senadores e deputados não estão aptos a exercerem o cargo de diretores ou serem proprietários de qualquer tipo de empresa que presta serviços à população na condição de usuária de concessão pública. Dessa forma, é flagrante o desrespeito às leis da constituição do país em que esses políticos atuam.

O fato de essa lei está presente na constituição é para dar equilíbrio democrático às relações da política e dos políticos para com os meios de comunicação. Seria muito óbvio que se um meio de comunicação tem como proprietário um concorrente a cargo público, que tenha a sua disposição um meio de comunicação de massa, claro que esse político irá usar desse meio para se promover.



Art. 54. Os Deputados e Senadores não poderão:

I – desde a expedição do diploma:

c) firmar ou manter contato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer as cláusulas uniformes; (CONSTITUIÇÃO, 1988)

Todas as coisas que existem para afrontar as leis deixam seus rastros, no caso das leis das concessões, pode ser citado o governo José Sarney, que aliado a alguns coronéis da política nacional, promoveu a maior distribuição de concessões da história brasileira. Esse governo atuou em um período que empiricamente pode ser chamado de Inter constitucional, pois foi o primeiro governo civil após 21 anos de ditadura militar, mas atuou três anos sem a promulgação da Constituição vigente.

Usando desse “vácuo legal”, Sarney, aliado a Antônio Carlos Magalhães, chefe político da Bahia, distribuíram mais de mil outorgas de concessão para a radiodifusão, isso ente os anos de 1985 a 1988. A distribuição dessas outorgas serviu para arraigar apoios políticos locais, pois empresários, e até mesmo políticos, como foi o caso do próprio ACM e Sarney, receberam essas outorgas.

Além do mais, quase toadas as concessões de TVs ficaram sendo afiliadas de emissoras de cunho nacional, passando assim a serem meras retransmissoras da programação. Isso contraria um outro artigo da constituição que prevê 90% da programação deve ser local, e apenas 10% nacional ou de rede, denotando a partir disso outro flagrante de desrespeito a lei nessa questão.

Com a instalação da Constituinte, a partir de 1987, Sarney e ACM encontraram nas concessões uma maneira de agradar os seus aliados políticos e utilizaram-nas para troca de favores. Em três anos e meio – de 15/03/85 a 5/10/88 –, Sarney distribuiu 1.028 outorgas, sendo 25% delas no mês de setembro de 1988, que antecedeu a promulgação da Constituição. O Diário Oficial da União do dia 29/9/88, seis dias antes de promulgada a Constituição, trouxe 59 outorgas em um só dia, todas assinadas na noite anterior. (Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2007, p. 6)

Diante dessa realidade, fica evidente que a participação da sociedade é primordial para que as leis de comunicação desse país sejam devidamente postas em prática. Nota-se dessa maneira que ter leis não basta, é necessário que haja uma ação efetiva da sociedade civil para que as leis sejam postas em prática, somente com a



pressão popular é que os poderosos da mídia e da política, nesse caso atuando lado a lado, irão ceder.

O que os professores pensam sobre o assunto?

Essa Pesquisa se deu com os professores da Escola Estadual de Ensino Fundamental de Camará, localizada no Sítio Camará, município de Matinhas, estado da Paraíba. Matinhas fica a 135 km de João Pessoa a capital do Estado, é um município de vocação rural, onde aproximadamente 80% da população vive da agricultura, os alunos da escola são todos oriundos de famílias rurais.

A pesquisa foi feita no turno da tarde, onde estudam 125 alunos que cursam o ensino fundamental II (de sexto a nono ano). Ministram aulas nessas turmas 10 professores, sendo que dois não responderam o questionário, e o outro é um dos autores desse trabalho, totalizando dessa forma, 70% dos professores que ensinam nesse educandário no turno da tarde.

O questionário que foi respondido pelos professores contava com cinco questões abertas que instigou os mesmos a responderem sobre questões relacionadas à mídia, a concessão para o seu funcionamento e a relação da mídia com as pessoas que exercem cargos públicos.

As perguntas ficaram assim formuladas:

Questões sobre as concessões públicas para a mídia, com os professores da Escola Estadual de Camará, Matinhas-PB

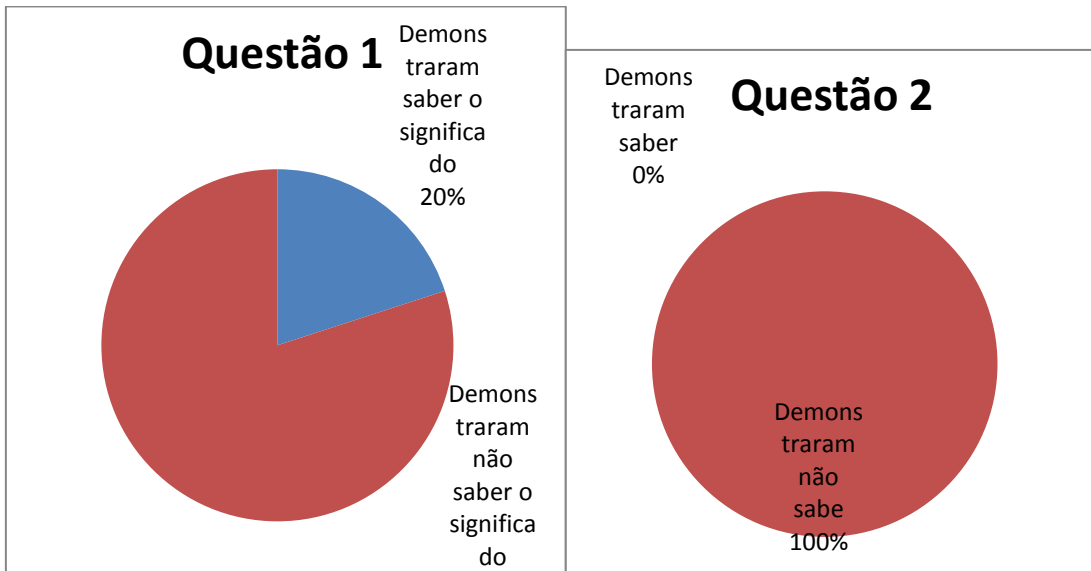
1. Você sabe o que significa concessão pública para a rádio difusão?
2. Na sua opinião, quais os pré-requisitos para que uma pessoa ou grupo possua uma emissora de rádio ou de TV.



3. Tu achas que as rádios e TV comerciais devem cumprir algumas funções sociais?
4. Você acredita que a constituição brasileira fala sobre esse assunto?
5. Político e familiares podem ser proprietários de emissoras de rádio e TV?

A pesquisa aconteceu entre os dias 11 e 15 de maio de 2015, e os docentes responderam as questões da seguinte maneira:

Respostas das questões sobre as concessões públicas para a mídia, com os professores da Escola Estadual de Camará, Matinhas-PB



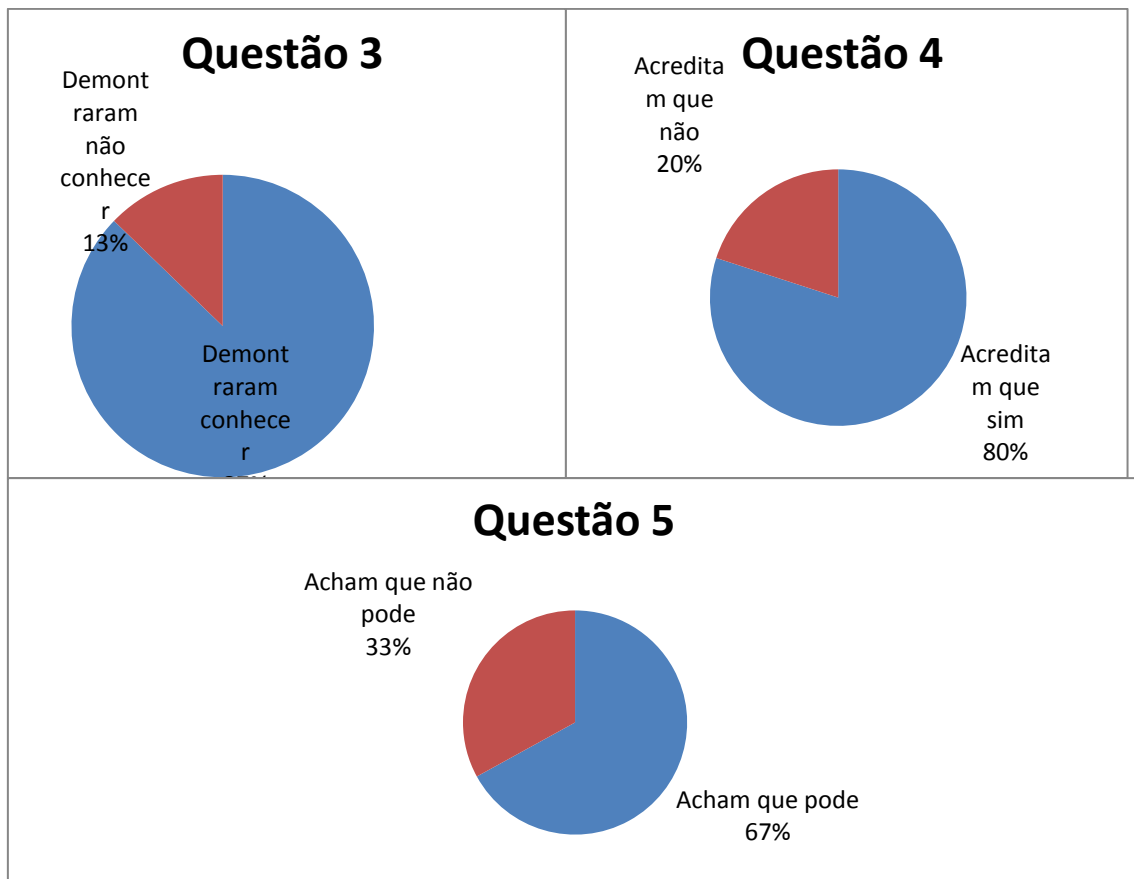


Gráfico 1: respostas dos professores em porcentagem

Podemos observar na análise desse gráfico que a grande maioria dos professores não compreende a contento como acontece o processo de pedidos e concessão para o funcionamento de rádio e TV. Na verdade, esses profissionais têm uma ideia bastante superficial sobre o que concessão, e como se deve proceder para que uma empresa ou grupo de pessoas possam ter acesso a esse benefício.

É necessário que a escola se mobilize no sentido de melhorar as suas relações com os meios de comunicação, pois mesmo que a comunidade escolar não queira, a influência desses está invadindo os educandários. A compreensão dos docentes na tarefa de compreender como acontecem as nuances para que os meios de comunicação funcionem, é de extrema valia nessa discussão.

Enquanto a escola continua com sua retórica pedagógica, conservadora, ocupando todo o tempo de sala de aula com esse discurso, o discurso dos meios de comunicação está presente nos



corredores, nos intervalos, nas conversas informais, tanto de professores quanto de alunos. É urgente que esse discurso outros saiam da clandestinidade e passem a constituir parte dos diálogos que deveriam ocorrer em sala de aula. (Bacega, 2003, p. 61)

A escola nesse sentido tem um papel preponderante a cumprir, pois ela forma cidadãos, pessoas que integrarão a sociedade, ela formará uma nova geração de intelectuais, e para tanto devem estar preparados para tratarem de assuntos relevantes como esse. As concessões públicas para a rádio difusão devem fazer parte das preocupações das salas de aula.

Considerações finais

Entende-se a partir desse trabalho que o ser humano sendo um sujeito culturalmente comunicativo, depende dessa prática para viver em comunidade, por outro lado, em uma sociedade democrática, os meios de comunicação devem estar disponíveis para que haja interação da comunidade com esses. Também foi possível compreender que há no Brasil um flagrante desrespeito para com as leis constitucionais relacionadas às concessões públicas para que essas emissoras funcionem.

Para que haja uma nova condição para entendermos a comunicação como parte integrante da vida cotidiana, é preciso que a sociedade tome partido dessa tarefa, e participe propondo uma regulamentação das leis já existentes no país. Somente com os meios de comunicação devidamente democratizados uma sociedade pode garantir a liberdade de expressão.



Referências bibliográficas

- BACEGA, Maria Aparecida: **Televisão e escola: uma mediação possível?** –São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003
- BRAGANÇA, Aníbal. **Porque foi, mesmo, revolucionária a invenção da tipografia? O editor-impressor e a construção do mundo moderno.** In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Salvador/BA, 1 a 5 setembro, 2002. Disponível em: <http://ww.intercom.org.br/>. Acessado em: 13/05/2015
- BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.
- GOMES, Eduardo de Castro. **A escrita na História da humanidade**, disponível em: http://dialogica.ufam.edu.br/PDF/no3/Eduardo_Aspectos_da_escrita_na_Historia_da_humanidade.pdf, Acesso em: 11/05/2015
- INTERVOZES. São Paulo: Coletivo Brasil de Comunicação Social, São Paulo, novembro de 2007.
- LIMA, Nonato, BORTOLOTTI, Plínio. **Mídia e poder político na atualidade brasileira.** Fortaleza, EDUECE, 2009.
- RÜDIGER, Francisco. **Introdução à Teoria da Comunicação: problemas, correntes e autores.** 2.ed. São Paulo: Edicon, 2004.
- SANTOS, Suely Emilia de Barros. **O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade.** Disponível em: <http://www.abrapso.org.br/> . Acessado em: 13/05/2015