



## DEZ IMPASSES PARA UMA EFETIVA CRÍTICA DE MÍDIA NO BRASIL

**Prof. MsC. Rogério Christofolletti**

Universidade do Vale do Itajaí (Univali)

Doutorando na ECA/USP

[rogeriochristofolletti@brturbo.com.br](mailto:rogeriochristofolletti@brturbo.com.br)

**“Uma sociedade sem crítica é uma sociedade morta”**

*Ciro Marcondes Filho  
Mediacriticism ou o dilema do  
espetáculo das massas*

Eram pouco mais de seis horas da tarde, quando a televisão começou a repetir uma, duas, três vezes as imagens de um policial em desespero, ameaçando suicídio. Com o rosto transtornado, a testa franzida e os lábios trêmulos sob o tímido bigode, o soldado da Polícia Militar paulista apontava o revólver calibre 38 contra a própria frente. Reinaldo Antônio Domingues, de 32 anos, gritava com os colegas que o cercavam e com o repórter do Cidade Alerta, da Rede Record, que cobria o fato. Todos tentavam impedi-lo de puxar o gatilho. Em vão. A quilômetros dali, na sede da Record, ninguém impediu que a emissora mostrasse exaustivamente a crônica daquela morte anunciada. Foram quase duas horas de repetições desnecessárias, de comentários desimportantes, de exploração do sofrimento alheio em cadeia nacional. Tudo para conquistar o terceiro lugar na audiência daquela quinta-feira, 10 de abril de 2003.

Esta não foi a primeira vez que o interesse público ficou atrás da curiosidade mórbida. Também não foi a última vez que os meios de comunicação fizeram um carnaval com a miséria humana. Embora deslizes como este irrite camadas cada vez mais numerosas da sociedade, ainda não vigora no país uma cultura de crítica dos media, que avalia a qualidade dos conteúdos veiculados e que cobra posturas mais dignas e cidadãs das empresas jornalísticas.



Até se observa que alguns esforços neste sentido começam a ganhar mais evidência na vida social brasileira, mas um efetivo ambiente de crítica dos meios ainda está longe de se experimentar no país. Campanhas exigindo qualidade na programação da televisão, organizações não-governamentais que defendem os direitos do consumidor de informação e iniciativas análogas são respostas da comunidade frente às derrapagens éticas dos meios de comunicação.

Entretanto, paralelamente à construção dessas práticas cidadãs e ao fortalecimento de uma consciência mais proativa (e não reativa) no consumo de jornalismo e entretenimento, devem ser também atacadas as causas do atual cenário da comunicação no país. Problemas estruturais mantêm o atual estado, congelando ações de resposta e causando um torpor que indisponibiliza qualquer mudança transformadora. A identificação desses empecilhos para uma efetiva crítica dos media é uma etapa importante para uma reconfiguração do panorama comunicacional no país.

#### Concentração e oligopólio

O mais nítido dos impasses para um sistema de comunicação mais democrático e ético no país está na superfície da sua estruturação como negócio: o mercado fica concentrado em poucas redes, controladas por escassos grupos empresariais. Com uma agravante: grande parte desses grupos são familiares, fato que faz prevalecer uma gerência do negócio público (comunicar) muito mais próximo do regime privado.

Calcula-se, hoje, que sete grupos controlem 80% de tudo o que é visto, ouvido e lido nos media brasileiros:

- A família Marinho detém a líder isolada na TV aberta (Rede Globo), o terceiro jornal em tiragem no país (O Globo), a maior operadora e distribuidora de TV a cabo (NET), um dos portais mais acessados da internet (Globo.com), uma importante produtora e distribuidora de cinema (Globofilmes), dezenas de emissoras de rádio FM e AM (incluindo a rede CBN) e um sistema de produção de canais para TV a Cabo (GloboSat).
- A família Civita detém a maior editora de revistas, fascículos e periódicos do país, com ramificações na América Latina (Abril), uma divisão de distribuição e produção de vídeos (Abril Vídeo), uma emissora de televisão (MTV), uma



operadora do sistema de TV a cabo (TVA), além de participação na DirecTV. São sócios do maior portal de conteúdo de língua não-inglesa do mundo (UOL).

- A família Abravanel controla a segunda rede de emissoras de televisão do país (SBT), mantém parcerias com produtoras e estúdios de cinema multinacionais, além de ter empreendimentos em outros setores da economia.
- Os Frias possuem o jornal mais lido do país (Folha de S.Paulo), um instituto de pesquisas de opinião pública (DataFolha), outros jornais menores, parte de um dos maiores provedores de acesso e informação do mundo (UOL), uma agência de notícias (Agência Folha) e parte de um dos mais influentes jornais de economia (Valor Econômico), em parceria com O Globo.
- A Igreja Universal é proprietária da terceira maior rede de TV do país (Record) e de outras emissoras menores, como a Rede Mulher e a Rede Família.
- A família Saad controla a Rede Bandeirantes, as emissoras da Rádio Bandeirantes AM e FM e detém ainda o Canal 21, de grande penetração e alcance na capital paulista.
- Os Mesquitas são proprietários da segunda maior circulação em jornais no país (O Estado de S.Paulo), dos tradicionais Jornal da Tarde e Rádio Eldorado FM, da Agência Estado e de uma emissora de televisão no Maranhão.

O alcance desses grupos impressiona. Para se ter uma noção do poder envolvido, notem-se alguns números relativos apenas ao negócio Televisão. No país, há 41,1 milhões de domicílios com aparelhos de TV, número superior aos lares com refrigeradores. Em média, há 1,25 televisor por domicílio, e o brasileiro fica cerca de 3 horas por dia em frente ao aparelho, de segunda a sábado, conforme apurou o DataFolha em setembro de 2000, quando do cinquentenário da TV no país<sup>1</sup>. Em 1999, números das próprias emissoras deram conta de que o faturamento bruto da TV de sinal aberto foi de R\$ 4,4 bilhões.

A concentração em poucas mãos dificulta a entrada de novas empresas, estilos e conteúdos no mercado. Pior: padroniza o noticiário e estandardiza o entretenimento.

---

<sup>1</sup> TV Brasileira: 50 anos – mudar para não mudar. *Folha de S.Paulo*, 16 de setembro de 2000.



Poderosos, os controladores são avessos à crítica e à contestação de seus procedimentos. No caso das emissoras de rádio e TV, que dependem de concessões públicas para operar, o caso é pior, já que a condição pública, os compromissos decorrentes da permissão de exploração e as contrapartidas sociais são simplesmente esquecidos.

### **Propriedade cruzada e domínio de conteúdo**

Brechas na legislação acentuam a concentração dos meios de comunicação em poucas mãos e tornam mais aguda a situação no sistema: a possibilidade de propriedade cruzada. Isto é, grupos que controlam emissoras de televisão podem muito bem ser proprietárias de jornais e revistas e de portais na internet.

Essa permissão – proibida em muitos países e limitada em outros – faz com que o noticiário produzido em um veículo seja apenas reproduzido em outro da mesma cadeia, muitas vezes, ignorando as características do próprio meio. Possibilita ainda que opiniões, valores, símbolos e versões de fatos que interessem aos grupos empresariais detentores sejam distribuídos de maneira perene e uniforme por diversas vias, dando mais força à difusão de tais idéias, aumentando seu alcance e sua penetração.

A propriedade cruzada é um catalisador do processo de concentração, facilitando a expansão desses negócios e dando ao consumidor uma impressão de poderio financeiro, onipresença e credibilidade informativa. É uma estratégia de multiocupação de espaços no imaginário do cidadão, uma tentativa de preenchimento dos tempos do consumidor de informação e entretenimento.

### **Coronelismo eletrônico**

Para além de grupos empresariais e familiares, as maiores empresas de comunicação no país concentram-se também nas mãos da classe política. Deputados e senadores, governadores e prefeitos detêm concessões públicas de emissoras de rádio e TV, controlam jornais e não poucas vezes usam esses meios para amplificar suas vozes junto ao eleitorado, ampliar seu poder na sua zona de influência.



Levantamento da Folha de S.Paulo, de 2001, revelou que 24% das empresas de radiodifusão são de políticos. Significa dizer que a cada quatro emissoras, uma está sob as asas de algum detentor de mandato. Os números impressionam mais ainda com os dados de um estudo empreendido pelo Partido dos Trabalhadores (PT), divulgado há dois anos. Segundo a pesquisa, de 1999 a 2001, foram outorgadas 3315 concessões para exploração de sinal no país e 77,6% delas beneficiaram políticos: 37,5% para filiados ao PFL, 17,5% para os do PMDB, 12,5% para o PPB, 6,3% para o PSDB e 3,8% para o PDT. A distribuição indica que as concessões foram – mais uma vez – usadas como moeda de barganha política entre os partidos que davam sustentação ao governo no Legislativo. Para obter os dados, foram cruzadas mais de 33 mil informações do Ministério das Comunicações, da Agência Nacional de Telecomunicações e do Tribunal Superior Eleitoral. A pesquisa revelou que cinco governadores e que 47 dos 513 deputados federais eram proprietários diretos de emissoras de rádio e TV.

Em algumas regiões do país, o domínio político dos meios de comunicação é condição fundamental para manter a hegemonia de grupos e de oligarquias. Isso se dá com nitidez no Norte e Nordeste:

- Na Bahia, Antonio Carlos Magalhães tem emissoras de televisão que retransmitem a programação da Rede Globo, estações de rádio e jornais na capital e no interior do estado.
- No Ceará, Tasso Jereissati detém participação majoritária na afiliada à Rede Bandeirantes.
- Em Alagoas, os Collor de Mello têm a retransmissora da Globo, rádios em Maceió e interior e o maior jornal.
- No Pará, Jader Barbalho retransmite a programação da Band em sua emissora de TV, além de controlar jornais e rádios.
- Em Sergipe, Albano Franco domina o cenário mediático.
- No Maranhão, a situação mais grave: Edison Lobão tem nas mãos a afiliada do SBT, jornais e emissoras de rádio. Os Sarney detêm o maior jornal, além da TV Mirante (Globo) e mais 38 concessões de rádio e TV em cinco cidades.



Num terreno minado como este, o espaço para a crítica é ínfimo, quase inexistente. A política coronelística, que impunha o chamado “voto de cabresto” nas primeiras décadas do século 20, agora se reedita apoiada em mais tecnologia: via satélite, pela internet ou em publicações de qualidade gráfica e técnica. Através do simbolismo e do imaginário, as consciências são conquistadas e a autonomia de pensamento – e por conseguinte a crítica - é anulada.

### **Dial restrito**

A concentração dos meios e quase nenhuma brecha para a entrada de novos grupos na exploração do negócio da comunicação tem outro fator restritivo no modelo nacional: a inexistência de uma política para as rádios livres e comunitárias. Com debilidades na legislação, ineficiência na fiscalização dos padrões técnicos e dos conteúdos, e lobbies de grandes e médias emissoras, o dial torna-se um terreno reservado quase que exclusivamente para as rádios comerciais.

Tradicionalmente o meio de maior penetração e alcance no território nacional, o rádio se converte num clube de poucos associados, com verbas publicitárias magras, programação pasteurizada e – o que é pior – muito mais próximo dos interesses dos grupos controladores, em detrimento das comunidades.

### **Concessões infinitas**

Embora as concessões de radiodifusão sejam figuras de caráter público, com prazos definidos para a exploração e com contrapartidas sociais de seus beneficiários, a sua cassação é um evento raríssimo no sistema nacional, quase inexistente<sup>2</sup>. A regra geral aplicada é a renovação automática das concessões para as emissoras, gerando períodos infinitos de domínio de algumas redes no espaço audiovisual.

---

<sup>2</sup> O caso mais recente é o que envolveu o apresentador Gugu Liberato em outubro de 2002. Gugu teria comprado canal em Cuiabá antes do prazo legal. Talvez a transação passasse despercebida caso o apresentador não fosse o âncora do programa eleitoral gratuito do candidato governista à presidência da república, José Serra. À época, reportagem da Folha de S.Paulo trouxe a denúncia, causando alarde e quase que obrigando o ministro das



A legislação contribui para este estado de coisas, bem como a ineficiência do estado na fiscalização e controle dos concessionários. Não há cobrança governamental pela qualidade da produção e do conteúdo. A sociedade pouco se manifesta sobre isso. Um exemplo recente que destoa é a campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados, que vem se preocupando com o acompanhamento de programas televisivos de sinal aberto. Embora ainda incipiente na abrangência e de pouca visibilidade junto ao grande público, a campanha já tem elaborado um conjunto de pareceres sobre a grade de algumas emissoras, com base em denúncias de cidadãos e instituições. Até 13 de abril de 2003, mais de 800 manifestações haviam chegado à Comissão de Direitos Humanos, queixando-se de abuso na exibição de cenas consideradas impróprias para o horário, de sensacionalismo, apelo sexual e incitação à violência<sup>3</sup>. Apoiado no trabalho da campanha, o Ministério Público de São Paulo entrou com representação no Ministério da Justiça contra o Programa do João Kleber (Rede TV) pedindo a mudança do seu horário de exibição.

A campanha faz o levantamento dos piores programas televisivos para depois desestimular os anunciantes a patrocinarem tais iniciativas. A idéia é secar as fontes de financiamento de certos conteúdos, impondo novos padrões de qualidade para a programação. A iniciativa pode se converter num eficiente indicador para uma reavaliação das concessões na TV brasileira.

### **Lei de imprensa caduca**

Em vigor desde 1967, a Lei nº 5250, que trata dos ditos abusos no exercício da liberdade de manifestação do pensamento, há décadas é contestada na sua necessidade e na sua atualidade. Primeiro porque os chamados “crimes de imprensa” – por calúnia, infâmia ou injúria – já estão previstos no Código Penal, o que dispensaria um dispositivo legal específico para disciplinar as práticas de jornalistas e afins. Depois porque a ação do tempo corroe

---

Comunicações, Juarez Quadros, a anular a concessão de Tv à Pantanal Som e Imagem, empresa adquirida por Gugu.

<sup>3</sup> Com base nas denúncias, foram escolhidos onze programas: Domingo Legal (SBT), Canal Aberto e Eu vi na TV (Rede TV), Programa do Ratinho (SBT), Big Brother Brasil (Rede Globo), Domingão do Faustão (Rede



algumas referências financeiras, morais e de contexto histórico que sustentavam a lei na época de sua edição, em pleno regime militar.

Embora contestada, a lei não foi revogada, nem substituída. Diversos projetos de lei tramitam no Congresso Nacional para dar roupagem mais atual à legislação, mas sempre emperram nas comissões internas ou nos interesses intestinais de lobbies empresariais e mesmo de políticos-proprietários de meios.

Com uma legislação deficiente na área, o setor de comunicação encontra poucas condições de normatização interna e raras brechas para um debate mais amplo. Quiçá espaço para crítica e autocrítica.

### **Inoperância dos conselhos de comunicação**

Mesmo previsto na Constituição Federal desde 1988, e regulamentado por lei em 1991 (nº 8389), o Conselho de Comunicação Social só foi composto e passou a operar em 2002. Funciona como um órgão auxiliar do Congresso Nacional e, portanto, é consultivo, não delibera, não define políticas para o setor. Esta natureza fragiliza o órgão, limitando seu alcance e seu poder de atuação. A sociedade, representada pelos 13 membros constituintes do Conselho e seus respectivos suplentes, encontra poucas condições reais de intervir no sistema de comunicação e de apontar novas orientações para uma reestruturação.

Nos estados – exceto em Alagoas -, não há iniciativas semelhantes. Com isso, políticas públicas de comunicação são abstrações ainda. Nos municípios - também unidades da federação e, portanto, passíveis de comportar esses órgãos -, sequer são conhecidos os mecanismos para a instalação de conselhos locais de comunicação.

A pouca efetividade dos conselhos de comunicação contribui para a manutenção de uma camada impermeável a críticas na estrutura comunicacional brasileira.

---

Globo), Sérgio Malandro (Rede TV), Hora da Verdade (Band), Cidade Alerta (Record), Sabadaço (Band) e Noite Afora (Rede TV).

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Jornalismo**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.





## **Arcaísmo no empresariado**

No ramo das comunicações, paralelo ao apego às inovações tecnológicas e à implementação de modernas técnicas de reengenharia, ainda impera o anacronismo na concepção de uma nova natureza e papel para o empresariado na sociedade. Assim, uma cultura de responsabilidade social ainda é muito incipiente. Poucos são os setores que despertaram para esta necessidade com iniciativas ainda distantes do ideal.

No mercado, por exemplo, o comportamento padrão é o empresário considerar que não deve satisfações públicas do seu negócio. Dessa forma, no ramo da radiodifusão, o permissionário simplesmente ignora a natureza pública da concessão que detém e os compromissos sociais decorrentes desta situação. No ramo impresso e na internet, mesmo que independentemente da legislação exigir tais preocupações, o entendimento geral é de que os assuntos são sempre corporativos, desinteressantes a outras camadas da sociedade, e desnecessários de um debate público.

Uma preocupação com a crítica dos media e práticas semelhantes são impensáveis num ambiente tão refratário.

## **Categoria não pode cassar profissionais faltosos**

Também resistentes a uma discussão mais ampla do papel dos meios de comunicação e da qualidade dos conteúdos veiculados, os profissionais da área<sup>4</sup> – mesmo que quisessem – têm limitações para regulação do próprio mercado de trabalho. Diante dessa porosidade, chegam às redações, estúdios e bastidores toda sorte de indivíduos, muitas vezes desabilitados a exercer a profissão e sem qualquer formação deontológica.

Diferente dos médicos, engenheiros e advogados, os jornalistas não podem cassar os registros dos maus profissionais, zelando assim pela qualidade mínima dos que estão atuando no mercado. Quem fornece os registros é o Ministério do Trabalho, instância que pode também suspendê-los, fato raro. A categoria tenta reverter esta situação passando a

---

<sup>4</sup> Partindo de um caso isolado de reflexão pública sobre a conduta do jornalista, Muniz Sodré se pergunta se existe uma consciência ética na imprensa. “... o jornalismo, embora alardeando por meio de seus representantes institucionais a defesa dos antigos valores da liberdade de expressão, assiste ao desaparecimento do interesse público e do horizonte ético” (2002: 196)



prerrogativa a um órgão classista legítimo, como a Ordem dos Advogados do Brasil para os causídicos. Para isso, foi elaborado projeto de lei para criação do Conselho Federal de Jornalismo, cuja agilidade na tramitação congressual depende de articulação dos jornalistas e de camadas sociais que se preocupam com o assunto.

Com flancos por onde bons e maus profissionais podem penetrar indistintamente, o mercado de trabalho jornalístico segue quase sem regras. Sem regulação, essa terra-de-ninguém não tem estabilidade para permitir o desenvolvimento de qualquer crítica ou avaliação mais consistente.

### **Autismo na sociedade**

De olho ainda nos impasses que impedem a criação e disseminação de uma cultura preocupada com a crítica dos media, falta apontar o papel da sociedade consumidora de informação. E neste aspecto, o que se percebe de imediato é que – em largos setores – não há uma cultura de controle e fiscalização pública. Isto é, o cidadão pouco cobra seus direitos, porque muitas vezes os desconhece<sup>5</sup>. O contribuinte não tem o entendimento de que a coisa pública não é do Estado, mas pertence à coletividade. O consumidor ainda se movimenta pouco para exigir o cumprimento das normas que o defendem de abusos, de injunções e de omissões deliberadas.

O telespectador brasileiro – como qualquer outro no planeta - se queixa da programação da televisão, mas apenas em âmbito doméstico. O eco de suas reclamações chega rouco às autoridades competentes, que, por conseguinte, pouco acionam de seu poder constituído. É raro o leitor nacional cancelar sua assinatura em protesto à queda de qualidade da publicação a que ajuda a sustentar. A crítica aos media é frágil e generalizada. Sem endereçamento, cai no rol das demais queixas, dilui-se.

Recentemente, num relato sobre a terceira edição do Fórum Social Mundial, a professora Regina Festa (Universidade de S.Paulo) apontava a necessidade imediata de se criar uma discussão internacional sobre os meios de comunicação e aquilo que chamou de

---

<sup>5</sup> Prova disso é a geral ignorância da Lei nº 10359, de 27 de dezembro de 2001, que obriga os novos aparelhos de televisão a conter dispositivo que possibilite o bloqueio temporário da recepção de programação inadequada. Aprovada durante o segundo mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso, a lei tem ainda pouca visibilidade para o cidadão comum. E a partir disso, pouca vigência na vida pública nacional.



“limites da mercantilização da vida humana por intermédio dos sistemas de comunicação”. A idéia não é nova e mesmo em Porto Alegre, onde se deu o FSM, o editor do *Le Monde Diplomatique* Ignácio Ramonet conclamava os interessados a constituir um Media Watch Global, instância lançada na ocasião. Todos os esforços focados na direção da ampliação de um canal maior de discussão sobre os media são bem-vindos, dada a carência nacional.

Há indícios de uma tímida, embora crescente, disposição pública para pensar o impacto dos veículos de comunicação na sociabilidade contemporânea. A retomada do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação e websites como o Monitor de Mídia, Observatório da Imprensa, Instituto Gutenberg e S.O.S. Imprensa<sup>6</sup> são alguns sintomas claros desta preocupação.

A crítica dos media precisa ser entendida não como pichação deliberada, censura, mutilação ou depredação de conteúdos e programações. A crítica não é modelo, é método, instrumento. Conjunto de dispositivos sem os quais se dissolvem os critérios para uma leitura mais aprofundada da realidade. Se os meios de comunicação refletem a vida contemporânea e dela fazem parte, criticá-los é focar a própria vitrine das atividades humanas.

---

<sup>6</sup> <http://www.cehcom.univali.br/monitordemidia> , <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>, <http://www.igutenberg.org> e <http://www.unb.br/fac/sos> , respectivamente.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Jornalismo**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



## Referências Bibliográficas

TV Brasileira: 50 anos. Mudar para não mudar. Folha de S.Paulo, 16 de setembro de 2000

LOBATO, Elvira. Gugu obtém concessão de TV durante 1º turno. Folha de S.Paulo, 20 de outubro de 2002

MARCONDES FILHO, Ciro. Mediacriticism ou o dilema do espetáculo de massas. IN: PRADO, José Luiz Aidar (org.) Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas. Hacker Editores: São Paulo, 2002

SODRÉ, Muniz. Existe uma consciência ética na imprensa? IN: PAIVA, Raquel. Ética, cidadania e imprensa. Mauad: Rio de Janeiro, 2002