



EDUCOMUNICAÇÃO: em busca da democratização da comunicação e do exercício do direito à voz por parte dos jovens

Cláudia Regina Lahni* e Fernanda Coelho da Silva**

Além do uso histórico das concessões de rádio e TV como moeda política, o sistema de comunicação brasileiro é caracterizado ainda pela presença dominante de grupos familiares e pelos vínculos com as elites políticas locais e regionais. E, por mais que isso seja conhecido de toda a sociedade, há pouca (ou nenhuma) indicação de mudança. As autoridades, e até os próprios cidadãos, parecem se esquecer de que o que os concessionários têm é o direito de utilizar um meio por um período determinado. A comunicação é um bem público, não pode ser vendida ou submetida a interesses outros que não os do direito social à informação.

A lei brasileira restringe a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão por parte de pessoas jurídicas, sociedades anônimas e grupos estrangeiros. O objetivo disso, a exemplo do que ocorre em outros países, é tornar clara a identificação dos concessionários e proprietários e impedir o controle do setor pelo capital estrangeiro. Mas tal medida tem como consequência o controle do setor por pessoas físicas ou grupos familiares, o que pode se mostrar, por vezes, mais complicado.

Outro problema é que a lei que veta o proselitismo político, religioso ou de qualquer natureza parece ser ignorada. A comunicação é um bem público, um direito de todos. É preciso que algo seja feito, que haja um movimento mais amplo da sociedade em prol da democratização da comunicação. Não é mais possível tapar o sol com a peneira. Não dá mais para aceitar que, enquanto os Marinho, os Collor de Mello, os Jereissati, os Magalhães e outros falem, os Silva e Pereira, por exemplo, se calem.

Mídia e minorias

A concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos agrava a cobertura estigmatizante que a mídia, em geral, destina às minorias. Vale a pena, aqui, refletirmos sobre o conceito de minoria e maioria. No artigo *Cultura e Ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero*, Roso, Strey, Guareschi e Bueno (2002) utilizam o termo maioria para se referir a qualquer grupo de pessoas que controle a maior parte dos recursos econômicos, de *status* e de poder, estabelecendo, assim, relações injustas com as minorias sociais.



Comunicação nacional: bem de todos nas mãos de poucos

As minorias, por sua vez, são entendidas como segmentos das sociedades que possuem traços culturais ou físicos específicos, que são desvalorizados e não inseridos na cultura da maioria, gerando um processo de exclusão e discriminação. Sobre a forma com que as minorias são representadas os estudiosos apontam que

A construção das representações sociais sobre as minorias e o estabelecimento das relações sociais entre minorias e majorias não são consequência natural destes traços culturais ou físicos, mas, sim, uma construção social que é circunscrita por força de relações político-econômicas (BUENO et al., 2002, p. 77)

Ser minoria é pertencer a um grupo ao qual foi negada autonomia e responsabilidade, que não tem a confiança nem é reconhecido por outros grupos. Tal grupo não se reconhece nos sistemas existentes de poder e crença e ele não representa tal sistema para ninguém.

Os autores afirmam que ser minoria é pertencer a um grupo ao qual foi negada autonomia e responsabilidade, que não tem a confiança nem é reconhecido por outros grupos. Tal grupo não se reconhece nos sistemas existentes de poder e crença e ele não representa tal sistema para ninguém. Quando tentam, são depreciados e expostos ao ridículo.

Roso, Strey, Guareschi e Bueno acreditam que isso pode gerar uma relação de opressão em que, a partir do olhar da maioria, o outro (minoridade) se apresenta com uma conotação negativa, e a “maioria” com uma positiva. “As pessoas não podem ser como querem; têm que ser como a maioria (...) ou serão consideradas desviantes, inadaptadas ou marginais. Nessa relação de opressão os estereótipos surgem e se cristalizam” (BUENO et al., 2002, p. 78).

Os estereótipos, como propõem os autores a partir de Hall (1997), fazem parte da manutenção da ordem social e simbólica, estabelecem uma fronteira entre o “normal” e o “desviante”, o que “pertence” e o que “não pertence”. “Estereotipar reduz, essencializa, naturaliza e conserta as ‘diferenças’, excluindo tudo aquilo que não se enquadra, tudo aquilo que é diferente” (BUENO et al., 2002, p. 78). O que vemos, frequentemente, é que a mídia, que tem potencial para exercer o papel de conscientizar os indivíduos, na verdade contribui para a manutenção da ordem social e simbólica. Com os jovens, a situação não é diferente. Inseridos nessa lógica, os adolescentes, em especial os moradores das periferias, são alvos fáceis da estereotipia da mídia.

Identidade juvenil e mídia

A mídia atua de forma decisiva na construção da identidade juvenil. Essa atuação tem ainda maior poder quando nos referimos à juventude pobre. Em seu artigo *Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais*, a pesquisadora Denise Cogo (2004) aponta três cenários para reflexão sobre mídia e identidades culturais. O primeiro deles é o das mídias como matrizes configuradoras das identidades culturais, o segundo refere-se às estratégias e políticas de visibilidade midiática das experiências identitárias dos movimentos sociais e o último deles é o cenário das demandas por cidadania. No primeiro desses três cenários, das mídias como matrizes configuradoras das identidades culturais, Cogo aponta que:

Mais do que meros dispositivos técnicos, mídias como a televisão, o rádio ou a internet passam a atuar como instâncias que atribuem visibilidade às ações de outros campos sociais e instituições e propõem e asseguram modos próprios de existência e estruturação de realidades pertinentes a esses campos (COGO, 2004, p.43)



A partir da colocação da pesquisadora podemos inferir o poder que a mídia tem em relação àqueles que não são agentes dela. A juventude pobre enquadra-se bem nesse perfil. Os jovens moradores de periferias viram notícia, na maioria das vezes, apenas sob o pano de fundo da violência. Se a primeira ligação que a sociedade faz em relação aos jovens das favelas e periferias é com a violência, a miséria econômica e cultural, isso em muito se deve à mídia. Para Silva (2007), no texto *A violência da mídia*, esta contribui, mais do que qualquer outra instituição, para a consolidação e a difusão de conceitos estereotipados.

De acordo com o professor Jaílson de Souza e Silva, que foi morador da favela da Maré no Rio de Janeiro e hoje é integrante do CEASM (Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré), é preciso atentar para o processo de construção e reconhecimento da identidade

A mídia atua de forma decisiva na construção da identidade juvenil. Essa atuação tem ainda maior poder quando nos referimos à juventude pobre.

do jovem na cidade, assim como os pressupostos “adultocêntricos” dos discursos, que tratam a juventude, em especial a pobre, apenas sob a ótica do “problema social” e, portanto, como *objeto da ação* do Estado ou das instituições sociais. Processo este alimentado, em grande medida, pelos meios de comunicação.

O jovem oriundo das classes menos favorecidas, além de tantos direitos não respeitados, também não tem acesso ao direito à comunicação. Não se vê nos meios massivos (salvo em casos de violência, tráfico de drogas e outros restritos) e tão pouco tem acesso à produção de informação.

Diante da falta de espaço que a mídia oferece às minorias e da cobertura, por vezes preconceituosa, dos temas relacionados a ela, torna-se cada vez mais premente lutarmos pela democratização da comunicação. Acreditamos que esse seja um caminho indispensável para construirmos uma sociedade mais plural e polifônica.

A democratização da comunicação

Democratizar a comunicação significa garantir o acesso de todos à recepção e à emissão de produtos de comunicação. Desde 1960, a Unesco já trata do direito à comunicação. Na década de 70, ressalta-se que o direito à comunicação seria um direito humano e um avanço democrático.

Em 2001, na cidade de Genebra, esse debate é retomado com a criação da Campanha CRIS (*Communication Rights in the Information Society*), que no Brasil ficou conhecida como Direito à Comunicação na Sociedade Informacional (Peruzzo, 2004). O principal objetivo da CRIS é convocar a sociedade civil para essa discussão. Seu auge foi em 2003, ano em que esse tema é resgatado com muita força pela academia e pelos movimentos sociais.

Atualmente as discussões sobre direitos humanos no Brasil passam por mudanças. Eles deixaram de se limitar à questão da violência e da segurança pública. As organizações da sociedade civil começam a trazer os direitos humanos econômicos, sociais e culturais para o seio das discussões de direitos humanos tradicionais. Avança-se no sentido de resgatar a Conferência de Viena (1993), que afirmou a indivisibilidade e universalidade dos direitos.

Dessa forma, tratar os direitos civis e políticos como direitos de primeira geração e os direitos econômicos, sociais e culturais como de segunda geração passou a ser algo visto como um erro conceitual, propiciando, sobretudo, a construção de um novo discurso e a possibilidade de um olhar sobre os direitos humanos no Brasil.

Dentre os direitos socioeconômicos mais negligenciados no país está o direito à comunicação. O direito à informação é assegurado pela Declaração Universal dos Direitos Humanos e pela Constituição Brasileira de 1988, e o direito à comunicação é garantido por acordos internacionais, pela Declaração Universal dos Direitos Humanos e – quanto à liberdade de expressão – também pela Constituição. Mas, muitas vezes, esses direitos se limitam à teoria.

Dentre os direitos socioeconômicos mais negligenciados no país está o direito à comunicação.

Para Círcia Peruzzo (2006) os meios de comunicação a serviço de interesses populares têm importância para a mobilização, visando à transformação social. Ao divulgar novas fontes de informação, o cidadão comum é colocado como protagonista do processo, exercendo sua cidadania.

Peruzzo considera que a prática da cidadania não reside apenas no acesso à informação, mas também no acesso ao *poder de comunicar*, sendo uma condição para ampliação da cidadania. Nesse sentido, a educomunicação aparece como uma alternativa para deslocar os adolescentes do papel de meros receptores para o de emissores, exercendo, assim, sua cidadania.

Educomunicação

A educomunicação, embora já utilizada por Mario Kaplún, apenas recentemente ganha mais destaque. Para Kaplún o termo, cunhado nos anos 1970, pode ser entendido como a Leitura Crítica dos Meios. Segundo o teórico, o sentido e a aplicação da comunicação é muito maior do que o modelo de massa ao qual os países da América Latina são expostos. Kaplún, ao enxergar que a comunicação não procede senão em um diálogo, foi ainda mais fundo e esboçou o que seria uma rede de comunicação, assim como sua eficiência.



Ao longo de sua trajetória como teórico e defensor da educomunicação, Kaplún percebeu a intensa ligação entre essas duas ciências (educação e comunicação), que são interdisciplinares e indissociáveis.

Para o pesquisador, a comunicação tem o papel de formar e organizar as pessoas. Essa organização e essa formação são parte do processo de educar. Desse modo, ao longo de sua trajetória como teórico e defensor da educomunicação, Kaplún percebeu a intensa ligação entre essas duas ciências (educação e comunicação), que são interdisciplinares e indissociáveis.

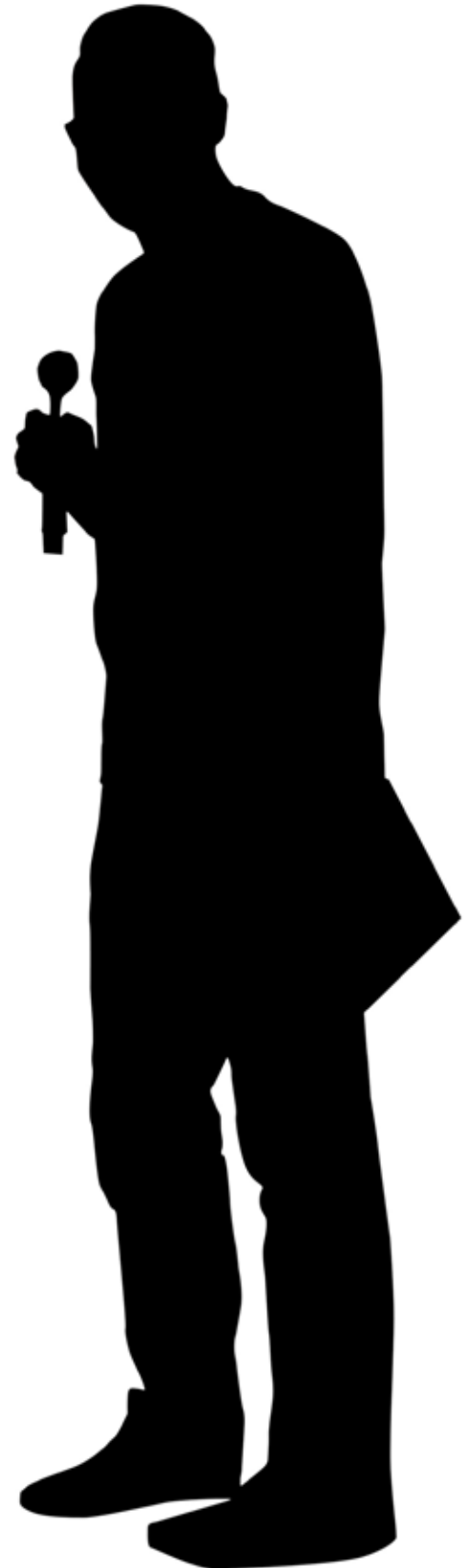
Este texto aspira a converter-se em un instrumento de trabajo de aquellos comunicadores y estudiantes animados por una inquietud educativa; de quienes ven la Comunicación no sólo como una profesión y un medio de vida sino como algo más: como un servicio a la sociedad. Una práctica profesional así entendida no sólo requiere conocer y dominar los recursos mediáticos; necesita sustentarse en una pedagogía comunicacional (KAPLÚN, 1998, p.6)

O teórico critica o modelo de comunicação predominante. Modelo este que não concede aos movimentos populares a característica de diálogo plural e constante. O modelo “emissor - receptor”, de acordo com o pesquisador, soa falso. Não estabelece uma forma de comunicação, apenas transmite uma informação. “La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un preceptor-recipientes que escucha, sino por dos seres o comunidades humanas que dialogan (aunque sea a distancia y a través de medios artificiales)” (KAPLÚN, 1984, p.14).

O mesmo acontece com o modelo de educação tradicional. O educador é quem detém a palavra e o conhecimento, a ser dividido e escutado pelos estudantes. É o que Paulo Freire (1977), no seu livro *Pedagogia do Oprimido*, chamou de educação bancária. “Na educação bancária, o aluno é o banco onde o mestre deposita o seu saber que vai render largos juros, em favor da ordem social que o professor representa. Esta educação é um dos aspectos, e fundamental, da sociedade” (FREIRE, 1977, p.16). Quanto a esse modelo de educação Paulo Freire foi enfático:

Há que erradicá-la da face da terra, o mais rápido possível. Nesta educação vertical, hierárquica, autoritária, tudo se processa para imposição de um saber, pois que o professor sabe tudo e o aluno nada sabe e assim aceita, sem pestanejar, as normas que o Poder impõe. Procura-se, deste modo, desacreditar, extinguir, nos jovens, o espírito crítico, de liberdade e de responsabilidade e até a consciência da cultura e da identidade nacionais (FREIRE, 1977, p.17)

Paulo Freire tornou sua prática pedagógica um ato político e destacou, reiteradas vezes, que a prática de ensinar deve ser sobretudo uma comunicação, um diálogo. Para Freire, a prática de ensinar não deve ser considerada transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados.




Para Raquel Paiva (2005), configura-se cada vez mais um ambiente em que as lutas sociais são norteadas pelas premissas da aparição midiática. A espetacularização assume estatuto panfletário. Portanto, para existir é preciso aparecer. A hibridação, nesse caso, parece a única saída possível, e algumas tentativas têm sido feitas nessa direção.

Paiva acredita que o imenso esforço que a comunidade científica faz em direção ao entendimento de educação e mídia deve ser considerado. Segundo ela, muitas são as tentativas, geralmente norteadas pela máxima de ensino à distância, premissa realizável graças ao desenvolvimento tecnológico, que não substitui, sob nenhum aspecto, o ensino presencial nem o que se espera do propósito educacional, mas pode complementá-lo. Entretanto,

Várias iniciativas, norteadas pelos princípios da educomunicação, buscam a democratização da comunicação. Tais iniciativas são realizadas em especial entre os jovens, com o objetivo de contribuir para ampliar a sua capacidade de ler criticamente os produtos midiáticos.

há muito ainda que pensar e tentar com relação às outras mediações. E o momento reivindica todos nós com urgência nesse exercício.

Atualmente, várias iniciativas, norteadas pelos princípios da educomunicação, buscam a democratização da comunicação. Tais iniciativas são realizadas em especial entre os jovens, com o objetivo de contribuir para ampliar a sua capacidade de ler criticamente os produtos midiáticos. Isso, feito a partir da prática. Ao fazer um fanzine, um programa de rádio, um vídeo, o jovem fica mais

atento para aquilo que é feito por outros e, potencialmente, se posiciona mais diante da comunicação massiva. Faz a comunicação do seu grupo e recebe de maneira mais crítica as demais. Assim, passa a tomar em suas mãos um direito de todos, o direito à voz. 

* CLÁUDIA REGINA LAHNI é jornalista, professora do Mestrado e da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

** FERNANDA COELHO DA SILVA é jornalista, mestranda em Comunicação na UFJF e bolsista Fapemig.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BUENO, Sandra M., et al. "Cultura e Ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero". In: *Psicologia & Sociedade*, jul./dez.2002, 14 (2): 74-94.

COGO, Denise. "Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais". In: PERUZZO, Círcia Maria Krohling. *Vozes cidadãs - Aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo: Angellara, 2004, v. 1, p. 41-56.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

KAPLÚN, Mario. *Comunicación entre grupos – El método de cassette-foro*. Bogotá: Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, 1984.

_____. *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

LAHNI, Cláudia Regina. "Educomunicação e cidadania: um estudo sobre o rádio no Território de Oportunidades e identidade juvenil". In: LAHNI, Cláudia Regina e PINHEIRO, Marta Araújo (orgs). *Sociedade e comunicação: perspectivas contemporâneas*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008, p. 67-82.

LAHNI, Cláudia Regina e COELHO, Fernanda. "A comunicação a serviço da cidadania e identidade de adolescentes". In: FUSER, Bruno (org). *Comunicação para a cidadania: caminhos e impasses*. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p. 209-226.

LIMA, Venício A. de. *Direito à Comunicação: Agenda impreterível para o novo governo*. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em 12 abril, 2008.

PAIVA, Raquel. "Mídia e Política de Minorias". In: Raquel Paiva de Araujo Soares; Alexandre Barbalho (orgs). *Comunicação e Cultura das Minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. "Comunicação como Direito". In: *IV Encontro Regional de Comunicação*. Palestra. Juiz de Fora: 2006.

_____. "Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania". In: OLIVEIRA, Maria José da Cosa (org). *Comunicação pública*. Campinas: Alínea, 2004, p. 49-80.

SILVA, Jailson de Sousa e. "A violência da mídia". In: PAIVA, Anabela; RAMOS, Sílvia. *Mídia e violência: novas tendências de cobertura de criminalidade e segurança no Brasil*. Rio de Janeiro: CESeC, 2007. Paginação irregular.