

COMUNICAÇÃO E MILITÂNCIA NO CONTEXTO ÉTNICO-RACIAL BRASILEIRO



IV SICCAL

[GT 5 - CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA]

Alexandre Francisco Braga
Universidade Federal de Minas Gerais

[RESUMO ABSTRACT RESUMEN]

Este trabalho é um Resumo Expandido ao IV Simpósio Internacional de Cultura e Comunicação na América Latina, tendo como foco alguns apontamentos sobre a participação da militância negra na I CONFECOM (Conferência Nacional da Comunicação), realizada entre os dias 14 e 17 de dezembro de 2009, em Brasília. Mostraremos como se deram as articulações da sociedade civil e dos movimentos sociais para impulsionar o avanço dessa pauta junto aos governos não só para, viabilizar o evento, mas uma posterior implementação das resoluções ali aprovadas. Como método de análise, consultamos os sítios das entidades sociais que compuseram a Comissão Organizadora Nacional, os documentos de opinião política das organizações não governamentais e consulta às 672 propostas aprovadas na Plenária Final do evento. É possível inferir que o País avançou pouco desde a realização desta CONFECOM, pois nosso contexto comunicativo mantém-se hermético, concentrado e exclusivo nas mãos de famílias empresariais.

Palavras-chave: Comunicação. CONFECOM. Militância negra.

This research study is an expanded summary to the IV International Symposium on Culture and Communication in Latin America, focusing on some notes on the participation of black militancy in I CONFECOM (National Communication Conference) held between 14 and 17 December 2009, in Brasília. Show how to have the joints of civil society and social movements to drive forward this agenda with governments not only to, enable the event, but a later implementation of the resolutions adopted there. The analysis method, consult the sites of social entities that composed the National Organizing Committee, the political opinion documents of non-governmental organizations and consultation with 672 proposals approved at the Final Plenary of the event.

Keywords: Communication. CONFECOM. Black militancy.

Este trabajo es un Resumen Extendido al IV Simposio Internacional de la Cultura y Comunicación em Latinoamérica, teniendo como principal enfoque algunos apuntes sobre la implicación de la militancia negra em la I CONFECOM (Conferencia Nacional de la Comunicación), realizada em Brasília, entre los días 14 y 17 de diciembre de 2009. Presentaremos como se dieron las articulaciones de la sociedad civil y de los movimientos sociales para impulsar el avance de esa pauta junto a los gobiernos no solo para hacer posible el evento, todavia para una posterior implementación de las resoluciones allí aprobadas. Como método de análisis, consultamos los sitios de las entidades sociales que constituyen la Comisión Organizadora Nacional, los documentos de opinión política de las organizaciones no gubernamentales y consulta a las 672 propuestas aprobadas em la Plenaria Final del evento. Es posible decir que el país avanzó poco desde la realización de esta CONFECOM, pues nuestro contexto comunicativo se mantiene hermético, centrado y exclusivo em manos de familias empresariales.

Palabras clave: Comunicación. CONFECOM. Militancia negra.

Introdução

A realização de uma conferência dedica-se aos temas da comunicação social com sua posterior democratização, atende à demanda antiga e urgente da sociedade brasileira, cujo projeto de mudança chegou a ser possível pela viragem de opinião política empreendida pelo governo vinculado ao campo de esquerda e popular, capitaneado pelo ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva (2003-2010), eleito em 2002. Contudo, segundo Dantas [s.d.], citado por Melo (2015, p. 10):

Ao final do governo Lula, seu ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social, Franklin Martins, anunciou que estruturaria uma minuta de projeto de lei para regulamentar o capítulo V da Constituição, que trata da Comunicação Social. Em abril de 2011, já durante o governo Dilma Rousseff, o ministro das Comunicações à época, Paulo Bernardo, sinalizou que submeteria à sociedade uma consulta pública relativa ao novo marco regulatório para a radiodifusão (TVs e rádios). De acordo com entidades envolvidas com o tema, desde então nenhuma medida foi tomada por parte do poder público: as propostas aprovadas na Confecom teriam permanecido engavetadas, e nenhum debate teria sido estabelecido para se discutir uma nova Lei Geral das Comunicações no Brasil.

Em razão disso, embaraços no jogo de correlação de forças impediram os avanços esperados pelo conjunto da sociedade civil, em especial por aqueles que militavam politicamente pela entrada na cena nacional de políticas públicas

em prol dessa democratização, uma vez que as ações realizadas, anteriormente, seja pela Enecos (Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação), seja pelo FNC (Fórum Nacional Pela Democratização da Comunicação), ou outro movimento similar, não chegaram a ter ressonância na cúpula dos governos. Para Demarchi e Kerbauy (2017, p. 59):

Esse movimento pela democratização da comunicação é recente e adquiriu força principalmente com a redemocratização no país, no final da década de 1980. A concentração, a ausência de diversidade e pluralidade e a exclusão de setores subalternos da sociedade na definição das políticas para o setor são as principais reivindicações feitas junto ao poder público. Combatidos pelos grandes grupos de mídia, esses grupos criaram canais próprios de expressão e veiculação de suas ideias à margem do sistema dominante. Apesar da dificuldade em efetivamente conseguirem democratizar a mídia, o segmento criou articulações que contribuem para se compreender a comunicação, com publicações e ações ausentes do modelo comercial de radiodifusão. (DEMARCHI; KERBAUY, 2017, p. 59).

Portanto, era uma necessidade histórica e absoluta da população que houvesse uma conferência de caráter governamental para posicionar o País diante do tema que vinha sendo reivindicado por várias gerações de ativistas sociais, cobrando políticas públicas para o setor de comunicação, haja vista sua ausência de pluralidade, sua exclusão das massas populares e sua concentração nas mãos de apenas nove famílias empresariais. Dessa forma, desde

a redemocratização do Brasil, no final dos anos de 1980, havia uma demanda para que o tema da comunicação fosse tratado na esfera do governo central, visando alterar esse monopólio midiático. Nesse sentido iniciar o processo de democratização dos meios de comunicação nacionais tornou-se imperativo para a consolidação dos avanços sociais e passou a ação de fundamental importância para a própria democracia, uma vez que setores apoiadores do golpe empresarial militar de 1964 abocanharam significativa porção desses meios, concentrando em poucas mãos a radiodifusão, a televisão, os jornais impressos e o controle das redes sociais. Ou seja, a distensão que aconteceu no campo político não foi reproduzida no campo comunicativo. Assim, era mais que justificada uma atividade para não só repensar esse domínio, mas, também, para desconcentrar, democratizar e reposicionar os veículos de comunicação de massa no Brasil, projeto que veio na esteira da 1ª Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM), de 2009.

A comissão preparativa da CONFECOM

Por meio do Decreto S/N, de 16 de abril de 2009, o Governo Federal do Brasil convocou a realização da 1ª Conferência Nacional de Comunicação, com etapas nos âmbitos estaduais e municipais, inclusive com modalidades livres, ambas realizadas entre os dias 14 e 17 de dezembro de 2009. Em algumas unidades da Federação foram compostas Comissões Estaduais Pró-Conferência de Comunicação,

como nos casos de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, entre outros locais. Na esfera nacional, foi criada a Comissão Organizadora Nacional (CON), representada pelo Poder Público, empresarial e Sociedade Civil, com a seguinte divisão de tarefas: a) Subcomissão de Infraestrutura e Logística; b) Subcomissão de Metodologia e Sistematização; e c) Subcomissão de Divulgação. Sendo que o Poder Público foi representado por: 1) Casa Civil da Presidência da República; 2) Ministério das Comunicações; 3) Ministério da Ciência e Tecnologia; 4) Ministério da Cultura; 5) Ministério da Educação; 6) Ministério da Justiça; 7) Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; 8) Secretaria-Geral da Presidência da República; 9) Senado Federal; e 10) Câmara dos Deputados. Já os demais setores, dos empresários e dos movimentos sociais ligados à temática da comunicação social, ficaram representados pelas entidades: 11) ABCCOM – Associação Brasileira de Canais Comunitários, 12) ABEPEC – Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais, 13) ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, 14) ABRA – Associação Brasileira de Radiodifusores, 15) ABRAÇO – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária, 16) ABRANET – Associação Brasileira de Provedores Internet, 17) ABTA – Associação Brasileira de TV por Assinatura, 18) ADJORI BRASIL – Associação dos Jornais e revistas do interior do Brasil, 19) ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas, 20) ANJ – Associação Nacional de Jornais, 21) CUT – Central Única dos Trabalhadores, 22) FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas, 23) FITERT – Federação Interestadual dos Trabalhadores de Empresas de Radiodifusão e Televisão, 24) FNDC – Fórum Nacional

pela Democratização da Comunicação, 25) INTERVOZES – Coletivo Brasil de Comunicação Social e 26) TELEBRASIL – Associação Brasileira de Telecomunicações.

A CON teve como papel central propostas que versassem sobre três eixos: Produção de Conteúdo; Meios de Distribuição e Cidadania; Direitos e Deveres.

- **Eixo Produção de Conteúdo:** conteúdo nacional; produção independente; produção regional; garantia de distribuição; incentivos; tributação; financiamento; fiscalização; propriedade das entidades produtoras de conteúdo; propriedade intelectual; órgãos reguladores; competição; aspectos federativos; marco legal e regulatório.
- **Eixo Meios de Distribuição e Cidadania:** neste eixo, foram debatidas propostas nas áreas de televisão aberta; rádio; rádios e TVs comunitárias; internet; telecomunicações; banda larga; TV por assinatura; cinema; mídia impressa; mercado editorial; sistemas público, privado e estatal; multiprogramação; tributação; financiamento; responsabilidade editorial; sistema de outorgas; fiscalização; propriedade das entidades distribuidoras de conteúdo; órgãos reguladores; aspectos federativos; infraestrutura; administração do espectro; publicidade; competição; normas e padrões; marco legal e regulatório.
- **Eixo Cidadania, Direitos e Deveres:** democratização da comunicação; participação social na comunicação; liberdade de expressão; soberania nacional; inclusão social; desenvolvimento sustentável; classificação indicativa; fiscalização;

órgãos reguladores; aspectos federativos; educação para a mídia; direito à comunicação; acesso à cultura e à educação; respeito e promoção da diversidade cultural, religiosa, étnico-racial, de gênero, orientação sexual; proteção a segmentos vulneráveis, como crianças e adolescentes; marco legal e regulatório da área comunicacional brasileira.

Destarte a esta composição, houve divergências programáticas durante os processos de construção da CONFECOM que resultaram em fissuras provocadas pelas opiniões emitidas pelo setor da sociedade civil empresarial, principalmente oriundas da Associação Brasileira de Empresas de Rádio e Televisão (ABERT) e da Associação Nacional de Jornais (ANJ), que juntas boicotaram a participação na Conferência. De acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ):

Certamente muitas divergências persistem e prosseguirão sendo alvos de intensas disputas entre os setores que participaram. Mas o enfrentamento coletivo e aberto destas divergências numa esfera pública de debates já se mostrou saudável para a sociedade e para a democracia. Nociva é a tentativa dos donos dos veículos de comunicação hegemônicos de esconderem ou maquiarem a realidade. (FENAJ, 2009, online).

Em que pesem as divergências e disputas dentro da Confecom, em sua etapa nacional em Brasília participaram quase duas mil pessoas (1.684 delegados/as – sendo 40% do empresariado, 40% da sociedade civil organizada e 20% do governo –, além de 300 observadores/as), dos 26 estados e Distrito Federal (DF), o que resultou na aprovação de 672 propostas nos 15 grupos

temáticos; destas 601 foram aprovadas nos grupos com mais de 80% dos votos, e 71 foram decididas na Plenária Final.

Por exemplo, ainda em agosto, logo após a divulgação em rede nacional convocando o evento, seis dos oito grupos de empresários se retiraram da Comissão Organizadora: ABERT (Associação Brasileira de Empresas de Rádio e Televisão), ABRANET (Associação Brasileira de Internet), ABTA (Associação Brasileira de TV por Assinatura), ANER (Associação Nacional de Editores de Revistas), ADJORI (Associação Nacional de Jornais do Interior do Brasil) e ANJ (Associação Nacional de Jornais). Na Comissão Organizadora só ficaram a Abra (Associação Brasileira de Radiodifusores), à qual são vinculadas a TV Bandeirantes e Rede TV!, e a Telebrasil, entidade representativa das empresas da área de telecomunicações. Isto porque:

Obviamente, as duas entidades que permaneceram tinham interesses comerciais envolvidos na regulamentação do setor, em função de conflitos dentro da própria classe empresarial. A ala das telecomunicações visa modificar o sistema tributário na área em troca da ampliação da cobertura do sinal e da banda larga, objetivando, também, a distribuição de conteúdo, da mesma forma que as empresas de radiodifusão. Quanto à Abra, interessa principalmente à Bandeirantes e à Rede TV, as únicas a não se retirarem do processo da conferência, quebrar a quase hegemonia da Rede Globo na área de TV a cabo[...] (MULHERES DE PAZ, 2009, p. 1).

Mas, “de qualquer maneira, a permanência dessa parcela do empresariado garantiu a pluralidade, com certa margem de participação democrática, pois incluiu representantes

dos três setores,” concluiu a organização não governamental Mulheres da Paz”, de São Paulo. Mulheres de Paz (2009, p. 1).

Tensões e limites de uma conferência comunicativa

A realização da 1ª Conferência Nacional de Comunicação aumentou, justificadamente, as expectativas dos movimentos de luta pela democratização da comunicação, devido à histórica concentração midiática e do chamado “coronelismo eletrônico,” seja na radiodifusão, na teletransmissão ou na distribuição de pacotes de aplicativos para as redes sociais. Em seu conjunto, as articulações populares para mudar o panorama de dominação empresarial, parlamentar e religiosa da comunicação brasileira, evidenciaram a sagaz luta de classes nesta pauta, na medida em que desnudou um poderoso núcleo de poder com grandes amarras para impedir o acesso democrático aos instrumentos midiáticos. Dessa forma, a tensão veio, principalmente, dos setores mais reacionários e mais refratários a qualquer possibilidade de alteração neste ciclo de dominação, cujos interesses refletem aqueles ligados aos dos agentes dos conglomerados do capital econômicos, cultural e político (FRANCO; LEMOS, 2013, p.1). Nesta perspectiva, o Sistema Brasileiro de Comunicação (SBC) foi caracterizado como antidemocrático e antipopular no 11º Encontro Nacional dos Estudantes de Comunicação realizado pela Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social, em julho de 1987, em Piracicaba,

interior de São Paulo. (ENECOS, 1987). No entanto, apesar de uma longa tradição nas trincheiras de enfrentamento ao aparato dos donos do quarto poder, pouca coisa resultou para diminuir esta dominação.

No final da década de 70 surgiram as primeiras propostas de organização de um movimento nacional de luta pela democratização da comunicação. Eram formulações imbuídas, principalmente, de um enfoque meramente contrapositivo, oposicionista e “negativo”, privilegiando as denúncias em detrimento das proposições e identificação de novas possibilidades. Prevalcia, entre setores de esquerda – e mesmo entre setores liberais que se preocupavam com as questões da comunicação no Brasil – a concepção de que, em última instância, só a “conquista do Estado” proporcionaria os meios necessários para a profundidade das transformações pretendidas que, aliás, nunca eram claramente formuladas. A luta precedendo a “conquista do Estado”, portanto, era caracterizada como um simples momento de contraposição. A prática da denúncia, ainda que desprovida de projeto, satisfazia por seu contorno “heroico”. (FORUM NACIONAL DE DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO, 1994, p. 2).

Daí em diante, as denúncias do monopólio foram acrescentadas com propostas nos campos legais e normativos de iniciativas populares para diminuir a concentração midiática, e a CONFECOM aglutinou o conjunto de aspirações com esses objetivos, por isso, sua importância para desarranjar os aparatos antipovo e antidemocráticos (Enecos, 1987) sob um cenário em que o próprio Parlamento agia para manter a situação

inalterada. Esse contexto bélico refletiu-se durante as atividades da Plenária Final da CONFECOM de 2009. Com preocupações de serem atropelados pelos delegados e delegadas representantes dos setores dos movimentos sociais, os donos da mídia brasileira exigiram que todos os Grupos de Trabalhos (GT's) fossem proporcionalmente divididos em 40% de delegados empresariais, 40% de delegados não empresariais (capitaneado pela representação dos movimentos sociais) e 20% de delegados dos governos (instâncias federal, estadual ou municipal). Com esta regra, os empresários tentavam não só manobrar para que seus interesses fossem aprovados, mas também para que a gigantesca mobilização social em torno do tema da pauta democrática dos meios de comunicação fosse disputada em “pé de igualdade” nos GT's, na medida em que os temas considerados sensíveis exigia-se votação mínima de 60% dos votos dos delegados e delegadas e com pelo menos um voto em cada um dos três segmentos. Por questão sensível entendia-se aquelas cujo segmento assim o atribuía por 50% dos seus membros. Consequentemente ao acordo para as votações, duas entidades, a Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT), liderada pela Rede Globo, e a Associação Nacional dos Jornais (ANJ), boicotaram o evento, nos quais as discussões e tensões foram travadas em 15 GT's (DANTAS, 2010):

- GT 1) Produção de Conteúdo: produção independente, produção regional, garantia de distribuição;
- GT 2) Produção de Conteúdo: incentivos, fiscalização;
- GT 3) Produção de Conteúdo: financiamento, competição, tributação, órgãos reguladores, marco legal e regulatório;

- GT 4) Produção de Conteúdo: conteúdo nacional, propriedade das entidades produtoras de conteúdo, propriedade intelectual, aspectos federativos;
- GT 5) Meios de distribuição: rádio, rádio e TVs comunitárias;
- GT 6) Meios de distribuição: internet, telecomunicações, banda larga, infra-estrutura;
- GT 7) Meios de distribuição: televisão aberta, TV por assinatura, cinema, multiprogramação, mídia impressa, mercado editorial, responsabilidade editorial, publicidade;
- GT 8) Meios de distribuição: sistema de outorgas, fiscalização, propriedade das entidades distribuidoras de conteúdos;
- GT 9) Meios de distribuição: sistemas público, privado e estatal, tributação, financiamento, competição;
- GT 10) Meios de distribuição: órgãos reguladores, aspectos federativos, administração do espectro, normas e padrões, marco legal e regulatório;
- GT 11) Cidadania: direitos e deveres: democratização da Comunicação, participação social na Comunicação, liberdade de expressão;
- GT 12) Cidadania: direitos e deveres: soberania nacional, desenvolvimento sustentável, educação para a mídia, acesso à cultura e à educação;
- GT 13) Cidadania: direitos e deveres: classificação indicativa, órgãos

reguladores, aspectos federativos, marco legal e regulatório;

- GT 14) Cidadania: direitos e deveres: inclusão social, direito à comunicação, fiscalização, e
- GT 15) Cidadania, direitos e deveres: respeito e promoção da diversidade cultural, religiosa, étnico-racial, de gênero, orientação sexual, proteção a segmentos vulneráveis, como crianças e adolescentes.

De acordo com Dantas (2010), as tensões e impasses nas votações das propostas dos GT's para mudar o panorama de dominação da comunicação vieram, principalmente, dos setores que, justamente, eram os próprios proprietários de canais de televisão, rádio, jornais impressos e de hospedagens de sítios, entre os quais parlamentares do Congresso Nacional e líderes de seitas religiosas. Ainda que o formato das votações igualava a disputa meio a meio para o setor da sociedade civil, 40% para os empresários e 40% para os representantes dos movimentos sociais pró- democratizações dos meios de comunicação, a disputa mostrou uma assimetria sob a bandeira da "liberdade de imprensa," já que os donos da mídia mobilizou um aparato gigantesco contra qualquer possibilidade de controle social destas mídias. Este controle social foi aprovado no GT 1, que propôs a criação do Conselho Nacional de Comunicação¹ com a presença de membros dos governos e sociedade civil para acompanhar a execução das políticas públicas dos direitos humanos

¹ Atualmente, foram aprovados a criação de similares estaduais em Alagoas, Bahia, Distrito Federal, Minas Gerais, Paraíba, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul, cada qual com determinado grau de dificuldade de funcionamento.

no âmbito da comunicação. Esta proposta foi complementada com a da criação de um Plano Nacional de Comunicação, aprovado no GT 11. No entanto, no GT 15, a proposta de adoção das cotas de 50% para negros e negras nos meios de comunicação não foram aprovadas, sugerindo apenas a proporcionalidade da população em cada região, conforme Dantas (2010, p, 15). O autor sintetiza o resultado da 1ª CONFECOM da seguinte forma: *“pode-se dizer, num primeiro exame, que as teses aprovadas buscam aperfeiçoar, numa direção liberal-democrata, o sistema brasileiro de comunicações”* (DANTAS, 2010, p. 15).

Contexto étnico-racial da conferência comunicativa

Ainda que tenha um perfil liberal-democrata, consideramos vitoriosa a série de resoluções da 1ª CONFECOM, na medida em que trouxe o debate da necessidade da democratização dos meios de comunicação para a arena pública. E pontuou o perigo da acumulação das plataformas comunicativas em poucas mãos, em detrimento dos interesses nacionais e educativos. Desta forma, a CONFECOM ajudou a evidenciar o grau do impacto dos veículos de mídia e das redes sociais nos processos democráticos e na formulação dos projetos políticos e ideológicos, para beneficiar determinadas linhas políticas e prejudicar outras, notadamente de caráter popular. Portanto, a dominação midiática é elemento para se compreender a luta de classes e o jogo pelo poder político de manutenção de interesses empresariais, religiosos e pessoais que foram claramente debatidos durante as etapas municipais e estaduais da 1ª CONFECOM.

Com relação aos interesses da população negra, destacamos que houve ganhos

que precisam ser efetivados nos marcos regulatórios e na execução das políticas públicas, tanto no Poder Executivo quanto no Poder Legislativo, o que ainda hoje é uma demanda a ser realizada, principalmente com a aprovação das propostas de apoiar a produção de conteúdos na perspectiva de gênero, raça, etnia e orientação sexual, de garantir nas redes públicas de comunicação, espaços para a produção independente da juventude com diferentes conteúdos que contemplem a diversidade étnico-racial, de gênero, orientação sexual e identidade de gênero, de acessibilidade e religiosa, distribuídos em toda grade de programação, de defender e estimular a produção de conteúdos destinados ao público infanto-juvenil por meio de políticas públicas de fomento para a produção de conteúdos com recursos de fundos públicos e privados, por uma perspectiva de diversidades cultural, regional, de igualdade, de gênero, raça, etnia, orientação sexual, pessoa com deficiência (PCD); além de campanhas para estimular a produção que viabilizem a veiculação em todos os meios de comunicação, por meio de aulas, programas e campanhas voltadas para a construção da cidadania e o combate ao analfabetismo, ao racismo, à homofobia, à intolerância religiosa e a todas as formas de discriminação.

Ainda no contexto étnico, foi aprovada e garantida a laicidade na exploração dos serviços de radiodifusão e regulamentação da Rede da Cidadania Digital, prevista no Decreto 5.820/2006, assegurando a gestão destes canais pelas prefeituras e a participação das comunidades por meio de organismos colegiados e representativos, principalmente com foco nos direitos humanos. Outra proposta com este teor foi a de desenvolver estratégias de qualificação de comunicadores – em parceria com

universidades, centros de pesquisa, organizações da Sociedade Civil e empresas de comunicação – com o objetivo de capacitar estes profissionais para a veiculação responsável e ética de imagens que respeitem a identidade de crianças e adolescentes, idosos e pessoas com deficiências e que combatam a violência de gênero, o racismo, a homofobia e a intolerância religiosa.

Quanto ao quesito orçamentário, foi feito o estímulo para que o Governo Federal crie o Fundo Nacional de Comunicação para a formação de comunicadores populares em favelas e periferias de cidades e em comunidades tradicionais, como quilombolas, caiçaras, ribeirinhas e indígenas, de modo a garantir a autonomia comunicativa desses segmentos sociais, com a constituição de Comissões sobre Violações dos Direitos Humanos, a fim de receber reclamações e denúncias e encaminhar sugestões de reparação ou punição aos órgãos responsáveis pela aplicação de sanções aos prestadores de serviços, estimulando os veículos de comunicação e operadoras de telecomunicações para a criação e aplicação de Planos de Promoção da Igualdade Racial, assegurando desde o ingresso de profissionais negros nas empresas ao devido tratamento dos entrevistados negros/indígenas e das questões étnico-raciais, até a inclusão na pauta diária de reportagens sobre racismo, igualdade racial, homofobia, sexismo, religiosidade africana, população e culturas negra/indígena.

Para o setor de Educação, os delegados e delegadas da 1ª CONFECOM aprovaram a promoção, nas faculdades e universidades de Comunicação Social, de eventos, como a Semana pela Diversidade Racial, Religiosa e Gênero, concurso de reportagens (entre

alunos e entre profissionais) que veiculem denúncias contra racismo, intolerância religiosa, sexismo, lesbofobia, homofobia, transfobia, biofobia e machismo, ou que promovam um olhar crítico e construtivo sobre o panorama da diversidade racial no Brasil, seminários e debates que explorem datas como o 20 de Novembro, 21 e 29 de Janeiro, 17 de Maio, 28 de Junho e 8 de Agosto, 8 e 21 de Março, ou episódios da História do Brasil relacionados aos negros e aos índios, com o registro e a disseminação da produção científica brasileira nos meios de comunicação, especialmente sobre os indicadores socioeconômicos das populações negras e indígenas, dando visibilidade aos estudos realizados por pesquisadores negros e indígenas, além da aplicação dos princípios e das diretrizes no âmbito da comunicação, da igualdade racial, das diversidades étnico-racial, cultural e de gênero previstas na Conferência Mundial contra o Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Formas Correlatas de Intolerância, nas conferências nacionais de Igualdade Racial, de Políticas para as Mulheres, Direitos Humanos e de Saúde, e do Plano Nacional de Políticas de Promoção de Igualdade Racial (PLANAPIR).

Como por exemplo:

Prioridade para a política de comunicação considerando a perspectiva de gênero para diferentes frentes: 1) ampliar o debate nas esferas do Estado e da sociedade sobre a representação das mulheres na mídia e os significados dessa representação para a construção de uma sociedade mais solidária e igualitária. 2) contribuir para a formulação de um marco regulatório do sistema de comunicação do país, com propostas para o enfrentamento

de abordagens preconceituosas e discriminatórias com relação a gênero, raça/etnia e orientação sexual, bem como de mecanismos institucionais que estimulem a produção e a veiculação de mensagens e discursos visuais e sonoros não discriminatórios. As medidas devem ser definidas com a participação do movimento de mulheres e feminista, e sua implementação deve ser garantida num prazo máximo de seis meses, a partir da realização da 1ª Conferência Nacional de Comunicação. (1ª CONFECOM, 2009).

Como ação efetiva desta proposta, a Plenária Final da 1ª CONFECOM deixou clara a necessidade de revisão dos livros didáticos e outras categorias de materiais informativos oficiais com relação às imagens da mulher negra, na questão da etnia e raça e à orientação sexual com vistas à eliminação gradual da discriminação e/ou dos estereótipos, cuja base foi o cumprimento dos dispositivos da Lei 10.639/2003 (sobre o ensino da História Africana e Afro-Brasileira nas escolas).

Contudo, é possível dizer que mesmo diante da enorme fonte de dados, resoluções, recomendações e acordos celebrados, a comunicação social brasileira, no contexto étnico-racial, não alterou a produção de imagens e enlatados da indústria cultural, em que negros e negras são tratados como cidadãos de segunda classe, sob estereótipos racistas nas novelas, peças publicitárias, entre outros produtos televisivos, e em postagens de redes sociais. A comunicação social brasileira mantém, mesmo diante das lutas identitárias, uma matriz que fomenta o racismo e o preconceito. Portanto, as normativas da 1ª CONFECOM ainda não deram os primeiros resultados

para dirimir e trazer uma nova imagética positiva do homem e da mulher negra no Brasil. Ainda que algumas ações governamentais tenham possibilitado o funcionamento do Conselho de Comunicação do Senado Federal, o Marco Civil da Internet e as operações do conglomerado liderado pela EBC (Empresa Brasil de Comunicação), de excelente qualidade, a comunicação de massa no Brasil é hermética, concentrada e exclusiva de famílias empresariais, que muitas vezes congrega espaços no Parlamento e em denominações confessionais.

A experiência comunicativa da UNEGRO

A Unegro (União de Negras e Negros Pela Igualdade) é uma organização do Movimento Negro fundada em 14 de julho de 1988, em Salvador/BA, e possui 12 mil filiados nos 25 estados da Federação e no Distrito Federal (DF), com presença regular em conselhos nacionais de governo (juventude, cultura, assistência social, igualdade racial e saúde, articula políticas públicas antirracistas e pela promoção da igualdade racial, bem como na defesa dos direitos humanos, na luta contra a violência de gênero, LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros), e contra o extermínio da juventude negra brasileira, entre outras pautas políticas. Em 2009, a Unegro participou de comissões organizadoras pró-Conferência de Comunicação em vários estados, tendo sido eleitos delegados e delegadas de Amapá, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais, Pernambuco, Rio Grande do Norte,

Rio de Janeiro, Rondônia e São Paulo, para participarem da Plenária Final, em Brasília, em 2009. No bojo das discussões em torno das resoluções da 1ª CONFECOM, a Unegro passou a fazer parte do Fórum Nacional Pela Democratização da Comunicação (FNDC) e empreendeu a construção de um sítio na internet no endereço <<http://www.unegro.org.br>> para comunicar com seus filiados e militantes. O sítio da Unegro tornou-se um espaço noticioso de pequeno porte, com reprodução de notícias dos principais órgãos congêneres, com exibição de vídeos, fotos, links com demais entidades, associações e entidades dos movimentos sociais, artigos de opinião dos principais colunistas da imprensa nacional, assim como de comentaristas políticos das mais variadas áreas do conhecimento. Ressaltando, portanto, a importância de uma mídia negra para a democratização da comunicação.

Dentre essa histórica e necessária regulamentação constitucional da mídia brasileira, é preciso destacar que enquanto isso não acontece de fato, articulações provenientes dos movimentos sociais vêm jogando peso para acelerar esse processo, como é o caso da ação da Unegro junto ao Ministério Público da Bahia, que tramita na 2ª Vara dos Sistemas Especiais da Fazenda Pública, em Salvador, pela qual a entidade negra exige da Rede Globo de Televisão maior inclusão de atores e atrizes negros em seu *casting*. Por meio da Ação Pública²,

² Cf.: A Ação Civil Pública é de número 8003021-97.2018.8.05.0001 e tramita na 2ª Vara dos Sistemas Especiais da Fazenda Pública, em Salvador. Outras emissoras, como SBT e TV Record, também foram acionadas pela ausência de negros nas grades em ação da Coordenadoria Nacional de Promoção

a Unegro cobra da emissora a inserção de negros no elenco da novela *Segundo Sol*,³ uma vez que não expressa a realidade da sociedade soteropolitana e baiana, já que a imensa maioria dos atores e atrizes da trama global é formada por brancos, ao passo que em Salvador, onde a novela é ambientada, é composta por 85% de negros e negras. Caso a empresa não cumpra eventual decisão judicial, poderá ser multada em R\$ 1 milhão por dia, valor a ser revertido em inserções de publicidade de caráter educativo sobre a questão racial a serem exibidas nos intervalos da novela e produzidas pela própria Unegro.

Ou seja, a Unegro consolidou uma ação comunicativa em prol não só da liberdade de expressão, mas acionou um instrumento em prol do avanço da luta contra o racismo, o sexismo e a lgbtfobia, cujo lugar de fala lhe dá condições de pleitear uma mudança radical no formato comunicativo do País.

Considerações finais

A 1ª Conferência Nacional de Comunicação deixou uma demanda ímpar para a diminuição da assimetria e da desconcentração midiática brasileira. No entanto, em que pesem as 672 propostas aprovadas pela Plenária Final, pouco se produziu de concreto nesta direção democrática,

de Igualdade de Oportunidade e Eliminação da Discriminação no Trabalho (Coordigualdade) do Ministério Público do Trabalho (MPT).

³ O último episódio da trama foi ao ar em 9/11/2018.

seja devido ao jogo de poder que apresenta uma correlação de forças que não favorecem uma empreitada para a liberdade, seja porque nenhum governo até nossos dias teve como opção política encarar esta pauta popular. Com isso, o panorama dos meios de comunicação do Brasil continua inalterado cujo contexto étnico e racial apresenta um quadro de propulsão do racismo, do estereótipo e de uma série de preconceitos às claras nas grades de programação e no receituário das peças publicitárias e nos produtos televisivos, por exemplo. Com isso, as demandas pela democratização da comunicação continuam atuais, e nem precisa uma nova conferência temática, mas que governos e sociedade civil retomem o tema e a necessidade urgente de superá-lo. Isto é, de iniciar uma ação de fato para incluir outros sujeitos e sujeitas em lugares de fala mais humanizados e humanizadores, uma vez que nosso padrão comunicativo atual não permite. ■

[ALEXANDRE FRANCISCO BRAGA]

É estudante de graduação em Ciências do Estado na Faculdade de Direito da UFMG e Presidente da Unegro (União de Negras e Negros Pela Igualdade) em Minas Gerais.
E-mail: bragafilosofia@yahoo.com.br.

Referências

1ª CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO. **Caderno da 1ª Conferência Nacional de Comunicação**. Ministério das Comunicações, FGV Projetos, unidade da Fundação Getúlio Vargas. Edição: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Disponível em: file:///C:/Users/CAR/Downloads/confecom-14_10_2010.pdf .Acesso em: 02 out.2018.

ANDRADE JÚNIOR, Jacks de Mello; FOSTER, Eugênia da Luz Silva. **O negro na comunicação, estereótipos racistas**. Disponível em: <http://revistaleph.uff.br/index.php/REVISTALEPH/article/view/626>. Acesso em: 02 out.2018.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Decreto S/N, de 16 de abril de 2009**. 1ª Conferência Nacional de Comunicação. Convoca a 1ª Conferência Nacional de Comunicação e dá outras providências.

BRASIL. lei nº10.639, de 09 de janeiro de 2003. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996[...]. Brasília, **Diário Oficial**, 10 jan.2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.639.htm. Acesso em: 24 out.2018.

BRASIL. Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre implantação do SBTVD-T[...]. Brasília, **Diário Oficial**, 30 jun.2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm. Acesso em: 24 out.2018.

DANTAS, Marcos. **Resultados da Iª Confecom**: uma avaliação preliminar. COMPÓS- Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: http://compos.com.puc-rio.br/media/g6_marcos_dantas.pdf. Acesso em: 24 out. 2018.

DEMARCHI, Carlos Henrique; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. O movimento pela democratização da comunicação no Brasil e a luta por políticas públicas na área: aproximações com a Folkcomunicação. RIF, **Revista Nacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 15, n. 34, p. 58-68, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/2206/1526>. Acesso em: 22 out.2018.

DIÁRIO DE JUSTIÇA DO ESTADO DA BAHIA. **Informações do processo 8003021-97.2018.8.05.0001**. Disponível em: <https://www.escavador.com/processos/80735702/processo-8003021-9720188050001-do-diario-de-justica-do-estado-da-bahia>. Acesso em: 03 nov.2018.

ENECOS - EXECUTIVA NACIONAL DOS ESTUDANTES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Resoluções Finais**. 16º Enecom. Piracicaba, 19-25, julho de 1987. Disponível em: https://issuu.com/enecos/docs/1987_-_resolu_es_finais_-_xi_enecom. Acesso em: 25 out.2018

FENAJ – FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **1ª Confecom foi espaço de definições sobre políticas de comunicação no Brasil**, 18 de dezembro de 2009. Disponível em: <http://fenaj.org.br/1a-confecom-foi-espaco-de-definicoes-sobre-politicas-de-comunicacao-no-brasil/>. Acesso em: 24 out. 2018.

FORUM NACIONAL DE DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO (FNDC). **Bases de um Programa para a Democratização da Comunicação no Brasil**. 1994. Disponível em: <http://fndc.org.br/documentos/documentos-historicos/>. Acesso em: 25 out. 2018.

FRANCO, Ana Carolina Farias; LEMOS, Flávia Cristina Silveira. **Algumas interrogações sobre o sistema de comunicação no Brasil**: mídia e relações de poder, saber e subjetivação. Barbaroi n°38 Santa Cruz do Sul, p.60-78, jan-jun.2013. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-65782013000100005. Acesso em: 25 out. 2018.

MARTINS, Carlos Augusto de Miranda. **Negro, publicidade e o ideal de branqueamento da sociedade brasileira**. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51157>. Acesso em: 02 out. 2018.

MELLO, Maria Goés de. **Movimentos Sociais em luta pela democratização da comunicação**: da ConfeCom ao projeto de Lei da Mídia Democrática (2009-2013). 2015. Dissertação. (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília Faculdade de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília. Disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/18342/1/2015_MariaGoesdeMello.pdf. Acesso em: 22 out. 2018.

MULHERES DE PAZ. **1ª Conferência Nacional de Comunicação no Brasil (ConfeCom)**. Disponível em: <http://www.mulherespaz.org.br/1a-conferencia-nacional-de-comunicacao-no-brasil-confecom/>. Acesso em: 24 out. 2018.

ROGERIO, Paulo. **Avaliação da Unegro sobre a ConfeCom**. Correio Nagô, Salvador, 20 dez. 2009. Disponível em: <http://correionago.ning.com/profiles/blogs/avaliacao-da-uneegro-sobre-a>. Acesso em: 02.nov.2018.