

О ДІАРЕІТО АСНАДО ИА ЯЦА V. B

ІТАРОЦЌДО
САЇТІСА АО ДІАРЕІТО
Д СОРЦІІСАЌДО
Е Д ІНФОЯТАЌДО



ОАГАІІЗАДОАЕС

JOSÉ GERALDO DE SOUZA JUNIOR

MICHAEL CÉSAR RAMOS

ELEI CRISTINA GERALDES

FERNANDO OLIVEIRA RAUANO

JANARA SOUZA

HELGA MARTINS DE RAÇA

TALITA TATIANA DIAS RAMPINI

VANESSA NEGRAINI

O DIREITO ACHADO NA JACA

VOLUME B

**INTRODUÇÃO CRÍTICA AO DIREITO À
COMUNICAÇÃO E À INFORMAÇÃO**

ORGANIZADORES E ORGANIZADORAS

**JOSÉ GERALDO DE SOUZA JUNIOR • MIGUEL CÉSAR RAMOS • ELEN GERALDES • FERNANDO
OLIVEIRA RAUANO • JANAIA SOUZA • HELGA MARTINS DE RAUANO • TALITA RAMOS •
VANESSA NEGRAU**



О ДІЯЕІТО АСНАДО ІА ЯЦА V.В

**ІІТЯОДЦЅДО СЯІТІСА АО ДІЯЕІТО Д
СОПЦИІСАЅДО Е Д ІНФОЯПАЅДО**

O DIREITO ACNADO NA ЯЦА V.B

ИТЯРОЦЃЃО СЯІТІСА АО ДІЯЕІТО Д СОРЦІСАЃЃО Е Д ІНФОРМАЃЃО

ОРГАНИЗАДОРАС Е ОРГАНИЗАДОРАС

José Geraldo de Sousa Júnior, Murilo César Ramos, Elen Cristina Geraldес, Fernando Oliveira Paulino, Janara Kalline Leal Lopes de Sousa, Helga Martins de Paula, Talita Tatiana Dias Rampin, Vanessa Negrini.

АЦТОРАС Е АЦТОРАС

Alexandre Bernardino Costa, Ana Iris Nogueira Pacheco, Ana Maria Araújo Freire (Nita Freire), Angélica Peixoto, Antonio Escrivão Filho, Bárbara Lima Vieira, Bia Barbosa, Boaventura de Sousa Santos, Claudia Paiva Carvalho, Cristiano Paixão, Daniel Vitor de Castro, Delcia Maria de Mattos Vidal, Dirlene Santos Barros, Eduardo Gonçalves Rocha, Elizabeth Machado Veloso, Flávio Castro, Francisco Rocha, Gabriel Medeiro Pessoa, Geraldo Miranda Pinto Neto, Gisela Aguiar Wanderley, Gustavo Azevedo, Helena Martins, Humberto Góes, Ísis Menezes Táboas, Jacques de Novion, Janny Carrasco Medina, José Carlos Moreira da Silva Filho, Karenina M. Cabral, Leonardo Luiz de Souza Rezio, Letícia Pereira, Ludmila Cerqueira Correia, Luísa Guimarães Lima, Luísa Martins Barroso Montenegro, Marcela D'Alessandro, Marcelo Barros da Cunha, Marcos Urupá, Milton Carlos Vilas Bôas, Mônica Tenaglia, Natália Oliveira Teles, Olívia Maria de Almeida, Neuza Meller, Patrícia Vilanova Becker, Pedro Andrade Caribé, Roberto Lyra Filho, Rosângela Piovesan, Rosane Freire Lacerda, Sílvia Alvarez, Solange I. Engelmann, Thaís Inácio, Valéria Castanho, Vanessa Galassi, Viviane Brochardt.



Copyright © 2016 by FAC-UnB

Capas/Fotos Humberto Góes
Diagramação Vanessa Negrini
Revisão Elton Bruno Barbosa Pinheiro
Ficha Catalográfica Fernanda Alves Mignot (BCE-UnB)
Apoio Daniel Souza Oliveira, Guilherme Aguiar, Luísa Montenegro, Natália Oliveira Teles, Neila Pereira de Almeida, Pedro Ivo, Priscila Augusta Morgado Pessoa, Ricardo Borges Oliveira, Rosa Helena Santos
Imagens nas fotos Bárbara Amaral dos Santos, Guaia Monteiro Siqueira, Mel Bleil Gallo



FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – FAC-UNB
Endereço: Campus Universitário Darcy Ribeiro - Via L3 Norte, s/n - Asa Norte,
Brasília - DF, CEP: 70910-900, Telefone: (61) 3107-6627
E-mail: fac.livros@gmail.com

DIRETOR

Fernando Oliveira Paulino

VICE-DIRETORA

Liziane Guazina

CONSELHO EDITORIAL EXECUTIVO

Dácia Ibiapina, Elen Geraldês, Fernando Oliveira Paulino, Gustavo de Castro e Silva, Janara Sousa, Liziane Guazina, Luiz Martins da Silva.

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO (NACIONAL)

César Bolaño (UFS), Círcia Peruzzo (UMES), Danilo Rothberg (Unesp), Edgard Rebouças (UFES), Iluska Coutinho (UFJF), Raquel Paiva (UFRJ), Rogério Christofolletti (UFSC).

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO (INTERNACIONAL)

Delia Crovi (México), Deqiang Ji (China), Gabriel Kaplún (Uruguai), Gustavo Cimadevilla (Argentina), Herman Wasserman (África do Sul), Kaarle Nordestreng (Finlândia) e Madalena Oliveira (Portugal).

I61 Introdução crítica ao direito à comunicação e à informação/
organizadores, José Geraldo de Sousa Junior... [et al.] – Brasília: FAC-
UnB, 2016.
455 p.: il.; 21x30cm.
(Série o direito achado na rua, v.8)

ISBN 978-85-9-3078-06-4

1. Direito - Comunicação. 2. Liberdade de informação. 3.
Comunicação de massa. 4. Direito Constitucional. 5. Direitos
Humanos. I. Série. II. Sousa Jr., José Geraldo de.

CDU: 34:301

DIREITOS DESTA EDIÇÃO CEDIDOS PARA A FAC-UNB. Permitida a reprodução desde que citada a fonte e os autores.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	8
---------------------------	---

PARTE I	9
----------------------	---

Conceitos e categorias para compreensão do Direito Humano à Comunicação e à Informação sob a perspectiva do Direito Achado na Rua	9
---	---

Introdução Crítica ao Direito à Informação e à Comunicação na Perspectiva de “O Direito Achado na Rua” José Geraldo de Sousa Junior, Helga Maria Martins de Paula e Talita Tatiana Dias Rampin	10
---	----

O Direito Humano à Comunicação e à Informação: em busca do tempo perdido Elen Gerales, Murilo César Ramos, Janara Sousa, Fernando Paulino, Vanessa Negrini, Luiza Montenegro e Natália Teles	20
---	----

A Constituinte e a Reforma Universitária Roberto Lyra Filho (in memoriam)	31
--	----

A Democracia difícil: é possível um novo contrato social? Boaventura de Sousa Santos	44
---	----

Acesso à Justiça e a pedagogia dos vulneráveis Ana Maria Araújo Freire (Nita Freire)	69
---	----

Ciência, comunicação, relações de poder e pluralismo epistêmico Alexandre Bernardino Costa e Eduardo Gonçalves Rocha	78
---	----

Comunicação como exercício da liberdade Antonio Escrivão Filho e Ísis Menezes Táboas	88
---	----

PARTE II	98
-----------------------	----

Reflexões e trajetórias de luta pelo Direito Humano à Comunicação e à Informação	98
--	----

MARCO LEGAL	99
--------------------------	----

Sociedade da Informação, Direitos Humanos e Direito à Comunicação Marcos Urupá	100
---	-----

As mudanças no marco regulatório das telecomunicações no Brasil Elizabeth Machado Veloso	111
---	-----

Rádiodifusão comunitária: das barreiras do processo de outorga à criminalização da prestação irregular do serviço Gisela Aguiar Wanderley e Marcelo Barros da Cunha	137
--	-----

A TV Brasil e o debate conceitual em torno do Artigo 223 da Constituição Federal de 1988 Natália Oliveira Teles	144
--	-----

Os direitos autorais como expressão de liberdade seletiva no audiovisual | **Pedro Andrade Caribé**
..... 151

COMUNICAÇÃO E GOVERNO..... 158

O discurso democrático entre governo e esfera pública digital: a construção do portal Dialoga Brasil
| **Karenina M. Cabral e Francisco Rocha**..... 159

O Direito à Comunicação nos *sites* de rede social: análise das interações mútuas na página do
Humaniza Redes no *Facebook* | **Leonardo Luiz de Souza Rezio** 172

Os *sites* governamentais na era da transparência e da interatividade: um estudo de caso sobre o
site do Senado | **Valéria Castanho** 183

O acesso à cultura e o reconhecimento dos direitos culturais: experiência cubana | **Janny Carrasco
Medina** 192

DIREITO À INFORMAÇÃO..... 204

Direito de informar: a participação do cidadão comum | **Delcia Maria de Mattos Vidal**..... 205

Jornalismo e Direitos Humanos: o papel do jornalista na concretização do acesso à informação |
Angélica Peixoto e Marcela D'Alessandro..... 216

As verdades da e na gestão pública: uma leitura da lei de acesso à informação e da comissão
nacional da verdade | **Dirlene Santos Barros e Mônica Tenaglia**..... 224

Direito à Verdade e Comissões da Verdade: direito de informação sobre graves violações de direitos
humanos | **José Carlos Moreira da Silva Filho** 235

Direito à informação sobre transgênicos e agrotóxicos | **Viviane Brochart**..... 252

COMUNICAÇÃO E MINORIAS 265

Educação Jurídica Popular e Direito à Comunicação e à Informação: experiências de loucura e
cidadania | **Ludmila Cerqueira Correia e Olívia Maria de Almeida** 266

TV Universitária e o direito à comunicação e à informação | **Neuza Meller e Flávio Castro**..... 280

Políticas públicas de comunicação e de cultura em uma perspectiva multicultural: desafios para a
diversidade racial e étnica | **Luísa Martins Barroso Montenegro** 297

Ciberfeminismo e o “Direito Achado na Rede”: o ciberespaço como plataforma de inteligência
coletiva e enfrentamentos na luta feminista | **Patrícia Vilanova Becker** 306

Rádiodifusão Sonora Comunitária em Terras Indígenas: os obstáculos da colonialidade na legislação
de RadCom | **Rosane Freire Lacerda**..... 317

COMUNICAÇÃO E GOLPE	324
Mídia e a nova metodologia de golpe na América Latina: o caso de Honduras Sílvia Alvarez e Jacques de Novion	325
Cultura, política e moral: as diversas faces da censura na ditadura militar brasileira Cristiano Paixão e Claudia Paiva Carvalho	336
Comunicação e democracia: o impacto da cobertura televisiva nas manifestações de março no Brasil Vanessa Negrini, Elen Geraldes e Janara Sousa	349
COMUNICAÇÃO ACHADA NA RUA	365
O Intervenções e a luta dos movimentos sociais pelo direito à comunicação Bia Barbosa e Helena Martins	366
Histórico da comunicação popular e contra-hegemônica do MST Solange I. Engelmann e Ana Iris Nogueira Pacheco	383
Entre Ocupar e Invadir: a disputa midiática sobre o Direito Geraldo Miranda Pinto Neto	396
Resistência e Arte: o teatro do Movimento de Mulheres Camponesas Ísis Menezes Táboas, Letícia Pereira e Rosângela Piovesan	415
Fotografia Achada na Rua: dialética e práxis sob o foco de uma câmera Daniel Vitor de Castro	423
A relação entre a luta sindical e a pauta pela democratização da comunicação Vanessa Galassi	434
AS ORGANIZADORAS E OS ORGANIZADORES	445
AS AÇTORAS E OS AÇTORES	446
AS ILUSTRAÇÕES E AS FOTOGRAFIAS	451

PARTE II

TRAJETÓRIAS

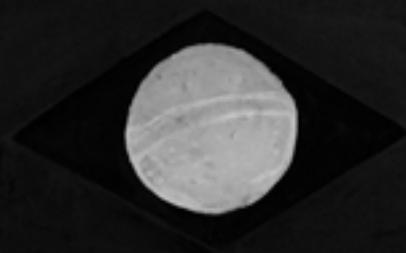
REFLEXÕES



**DE LUTA PELO DIREITO HUMANO
A PARTICIPAÇÃO E A INFORMAÇÃO**

COMUNICAÇÃO E MÍDIAS

Nº 16



O QUE ELES
FALAM DO SEU
POVO?

Direito à comunicação e infância no Brasil: mapeamento da oferta de programação infantil na TV aberta

Luísa Guimarães Lima

Resumo

Este trabalho busca analisar como o direito à comunicação na infância tem sido afirmado ou negado pelas práticas midiáticas, pelos movimentos da sociedade civil e pela produção acadêmica, no período de 1990 a 2014. A escolha do objeto se deve ao entendimento de que a pesquisa sobre o esvaziamento da programação infantil em televisão comercial aberta deve ser aprofundada tendo em vista os embates entre as partes envolvidas.

Palavras-chave: Políticas de comunicação e de cultura. Audiovisual. Televisão. Infância.

Introdução

Depois de quase três décadas superpovoando a programação matutina brasileira com apresentadoras loiras, crianças e personagens animados¹, a Rede Globo de Televisão anunciou, em abril de 2012, que restringiria aos sábados a exibição de programas destinados às crianças. O leitor que acompanhasse as discussões travadas sobre a péssima qualidade educativa do conteúdo televisivo nacional infantil na Globo (RUBERTI; IBARRA, 2006) poderia achar que era o caso de respirar aliviado, ao menos até se deparar, no próprio texto, com a estratégia enunciada por ninguém menos que o então diretor da Central Globo de Comunicação, Luis Erlanger: "O segmento infantil está na TV paga [no exterior] porque lá não tem censura nem restrição à propaganda" (FOLHA, 2012).

A desfaçatez da justificativa é amparadora do discurso de "modernização" da grade da Globo. Dentro do que seria uma tendência internacional, a emissora estaria levando sua programação infantil para um terreno menos cercado pelo "controle externo", personificado no instituto da classificação indicativa e nas proibições à publicidade infantil. Além disso, estaria

¹ Balão Mágico (1983-1986), Xou da Xuxa (1986-1992), Tv Colosso (1993-1997), Angel Mix (1996-2000) e TV Globinho (2000-2012) são alguns dos programas infantis diários que foram ao ar nos últimos 30 anos na Globo. (DICIONÁRIO, 2003).

reagindo ao fato de que o horário não rendia mais o que já rendera: com menos audiência, o faturamento estaria em franco declínio.

O abandono, por parte da Globo, da programação diária destinada às crianças possui caráter simbólico por ela ser a emissora de maior audiência no Brasil. No entanto, análise das grades de programação de emissoras abertas – comerciais e públicas – mostra que, no intervalo de tempo entre 1990 e 2014, há uma diminuição gradual do número de horas semanais dedicadas às crianças na televisão aberta, como veremos adiante.

Mesmo com o ocaso da programação diária televisiva infantil, as crianças não diminuíram suas horas diárias em frente aos televisores.² Àquelas que não possuem acesso à TV paga, resta a grade da TV aberta, com poucas opções destinadas aos pequenos. Ainda que as emissoras públicas apresentem papel complementar na programação, a legislação brasileira não prevê a obrigatoriedade de as emissoras comerciais investirem no segmento e manterem programação destinada a ele. Não existem políticas públicas que garantam o espaço e fomentem a produção para crianças.

Os artigos da Constituição Federal de 1988 e do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) pontuam o papel da televisão brasileira no que tange à educação. As emissoras comerciais são concessões públicas com responsabilidades educativas. Segundo o artigo 76 do ECA, “as emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”. O artigo 221 da Constituição determina que emissoras de TV deem “preferência a finalidades educativas, culturais e informativas”.

O público da TV aberta é certamente mais amplo do que aqueles de cada um dos múltiplos segmentos alcançados pelos canais disponíveis na TV paga. Se essa é uma questão importante para todos os que desejam se comunicar por meio da televisão, é um problema ainda maior quando falamos do segmento infantil: o que interessa a uma criança de 3 anos, por exemplo, não atrai uma outra com apenas dois anos a mais, e os programas destinados a alguém com 5 anos talvez sejam considerados “muito infantis” para um sujeito de apenas 8 anos. Em resumo, na TV aberta, seria impossível a segmentação de público conseguida na TV paga. Além

² “Na PeNSE 2009 [Pesquisa Nacional de Saúde Escolar], no conjunto dos Municípios das Capitais e Distrito Federal, 79,4% dos adolescentes informaram assistir a duas horas ou mais diárias de televisão. Este indicador permaneceu praticamente inalterado na PeNSE 2012, 78,6%” (IBGE, 2013, p. 58).

disso, na TV paga, é possível criar “universo” em volta da mercadoria (com desenhos temáticos, “virais” na *internet*, entre outros), em vez de se limitar aos anúncios tradicionais de 30 segundos.

Em contrapartida, cresce o número de canais privados na TV paga que oferecem exclusivamente atrações infantis. De olho no mercado composto por crianças oriundas de famílias que podem pagar a TV por assinatura, a *Globosat* colocou o canal *Gloob* no ar em julho de 2012. Direcionado a um público formado por crianças entre 5 e 8 anos, a proposta da emissora seria apresentar desenhos “menos certinhos” (FOLHA, 2012) que aqueles do canal *Discovery Kids*, mas sem as cenas violentas comuns no *Cartoon Network* ou as de namoro dos seriados apresentados pelo *Disney Chanel*. Em síntese, a criação do canal está relacionada à estratégia de atender a segmentação de público.

Embora as grades de programação infantil da televisão aberta tenham diminuído, não são todas as crianças que têm acesso aos espaços para onde ele talvez tenha migrado, passando por reconfiguração: *internet* e TV paga. Apenas 29% da população brasileira tem, oficialmente, acesso à TV paga (ANATEL, 2014). O acesso à *internet*, embora tenha crescido nos últimos anos, continua restrito a apenas 48% (SECOM-PR, 2014) da população brasileira – crianças representam 14 % dos usuários domiciliares ativos da rede.

O lugar das crianças no Direito à Comunicação

Ana Paula Bomfim e Andrea Cardoso, no artigo “Criança e adolescente na relação de consumo” (2012): uma análise ético-jurídica à luz da Economia Política da Comunicação”, apresentam interpretação que dá destaque ao contraponto legal:

Apesar de representarem atualmente uma parcela significativa do mercado, que movimenta bilhões de reais em mercado publicitário, juridicamente, por serem tachados incapazes e relativamente incapazes, ou seja, indivíduos que não têm ainda o discernimento para julgar as próprias atitudes, os menores não podem ser considerados consumidores para efeitos da legislação em vigor (BOMFIM; CARDOSO, 2012, p. 13).

Outra questão importante refere-se ao desrespeito do direito à comunicação de uma parcela importante da população quando há a drástica redução da programação infantil das emissoras abertas. Embora sejam empresas privadas, são detentoras de concessões públicas. Isso

implica que, além de capacidade técnica, um concessionário deve ter compromisso social. O artigo 5º da Constituição Federal versa sobre os princípios que devem nortear a programação das emissoras. Entre eles, encontram-se a preferência por finalidades educativas, a promoção da cultura nacional e a regionalização da produção.

A discussão em torno do direito à comunicação tem como ponto-chave a publicação do documento que ficou conhecido como Relatório McBride. Lançado pela Unesco em 1980, com um título esperançoso – *Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação em nossa época* –, o relatório traz um importante relato sobre a importância da comunicação na contemporaneidade (RAMOS, 2002, p. 124). O fato de versar sobre a comunicação na ótica das políticas nacionais explica a reação negativa que encontrou por parte de países como os EUA. Segue, abaixo, um dos trechos que causaram polêmica:

Hoje em dia a comunicação é um aspecto dos direitos humanos. Mas esse direito é cada vez mais concebido como o direito de comunicar, passando-se por cima do direito de receber comunicação ou de ser informado. Acredita-se que a comunicação seja um processo bidirecional, cujos participantes, individuais e coletivos, mentem um diálogo equilibrado e democrático. Essa ideia de diálogo, contraposta a de monólogo, é a própria base de muitas das ideias atuais que levam o reconhecimento de novos direitos humanos. (UNESCO, 1983 *apud* RAMOS, 2002, p. 128)

Dessa forma, o direito à comunicação diz respeito a algo mais amplo que a qualidade daquilo que temos acesso. Podemos dizer que é de mão dupla: além de podermos ver material de qualidade, também temos o direito de ser ouvidos. Quando ampliamos a escuta social, temos a oportunidade de efetivar uma representação social mais democrática – que pode alterar a forma com que vários grupos sociais são vistos e a importância dada a suas pautas. No documento “Direitos da infância e direito à comunicação”, a Agência de Notícias de Direitos da Infância (ANDI) (2012) defende a participação de meninos e meninas na produção de conteúdo configurando-se como “um direito básico associado à livre expressão das ideias e das crenças apregoadas pela Convenção sobre os Direitos da Criança da ONU.” (ANDI, 2012, p. 58).

A ausência de números sobre a presença da programação infantil fez, primeiramente, estabelecer metodologia que nos permitisse discutir a questão em bases mais sólidas, para além da impressão do telespectador médio e das matérias jornalísticas.

Buscamos, primeiramente, responder às seguintes questões: qual era o tamanho da programação infantil em emissoras abertas nos anos 1990 e qual é o seu tempo em 2014? As emissoras privadas ocupavam e ocupam qual espaço nesse segmento de programação televisiva? Na subseção a seguir, tentaremos responder essas questões.

Delimitação do cenário de esvaziamento da programação infantil nas grades televisivas de emissoras abertas

Diversos autores apontam a importância de avaliar o cenário em que se mostra necessária a política pública a ser discutida. No que diz respeito ao modo pelo qual as grades de programação infantil na TV aberta se transformaram, não havia dados ou pesquisas consolidadas disponíveis.

Para contribuir para o preenchimento de tal lacuna, procedemos com a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2002). O objetivo da utilização de tal método insere-se na necessidade de ultrapassar uma incerteza inicial – delineada pela impressão de que o tempo destinado às crianças diminuiu – e o desejo de enriquecer a leitura. “Desejo de rigor e necessidade de descobrir, de adivinhar, de ir além das aparências, expressam as linhas de força” da Análise de Conteúdo, segundo Bardin (2002, p. 29).

Para tanto, selecionamos grades televisivas publicadas no jornal Folha de São Paulo entre os anos de 1991 e 2014³. Foram analisadas uma grade de terça-feira e uma grade de sábado em seis dos doze meses dos anos no intervalo mencionado: janeiro, março, maio, julho, setembro, novembro. Para se chegar ao número de horas semanais dedicadas às crianças, multiplicamos por cinco o número de horas destinadas às crianças em um dia da semana e somamos o número de horas transmitidas no sábado, na seguinte fórmula:

³ A partir de 2010, o jornal Folha de São Paulo deixa de publicar a programação televisiva em suas páginas. Tal ação tem a dizer sobre a diminuição da importância da TV aberta em nosso país – além de dificultar o trabalho dos pesquisadores que se debruçam sobre a televisão.

Quadro 1 – Fórmula para cálculo semanal

$$\begin{aligned} & (\text{número de horas destinadas à programação infantil em um dia da semana X 5}) \\ & + (\text{número horas destinadas à programação infantil no sábado}) \\ & = (\text{número horas destinadas à programação infantil semanalmente}) \end{aligned}$$

Fonte: elaboração da autora

Em seguida, calculamos a média do ano, na seguinte fórmula:

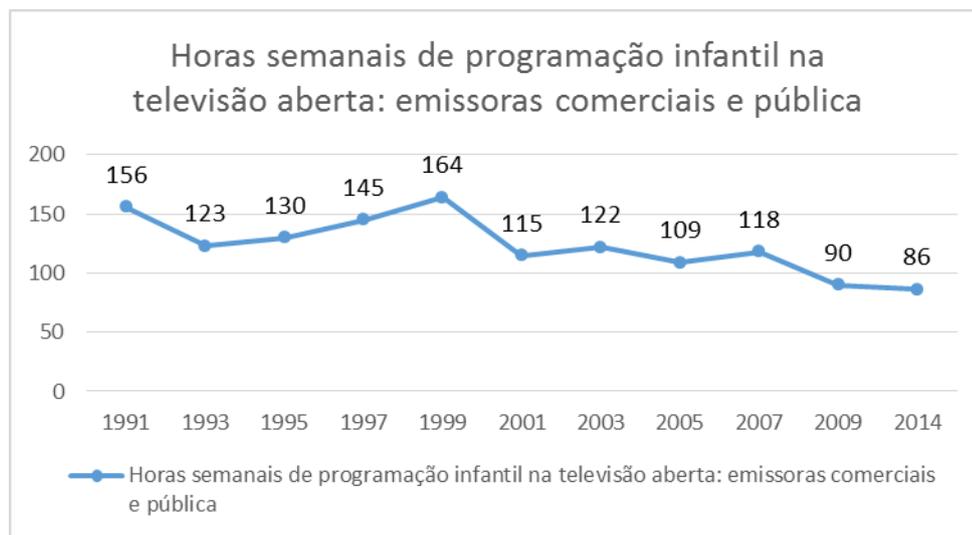
Quadro 2 – Fórmula para cálculo anual

$$\begin{aligned} & (\text{número horas destinadas à programação infantil semanalmente em janeiro} + \text{número horas destinadas à} \\ & \text{programação infantil em março} + \text{número horas destinadas à programação infantil em maio} + \text{número horas} \\ & \text{destinadas à programação infantil semanalmente em julho} + \text{número horas destinadas à programação infant} \\ & \text{semanalmente em setembro} + \text{número horas destinadas à programação infantil semanalmente em novembr} \\ & \qquad \qquad \qquad \div 6 \\ & = \text{média do número horas destinadas à programação infantil no ano em questão} \end{aligned}$$

Fonte: elaboração da autora

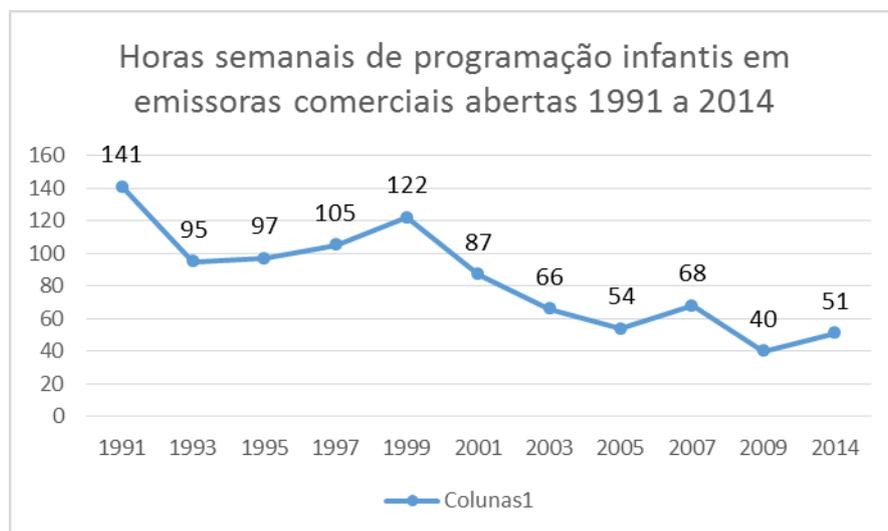
A análise da programação televisiva de emissoras abertas destinadas ao público infantil nos apontou para alguns caminhos. Conforme o gráfico a seguir, podemos notar uma queda de cerca de 47% entre os anos de 1991 e 2014.

Gráfico 1 – Horas semanais de programação infantil nas grades de emissoras pública e comerciais: 1991 a 2014



Fonte: Elaboração da autora

Gráfico 2 – Horas semanais dedicadas à programação infantil em emissoras comerciais abertas: 1991 a 2014

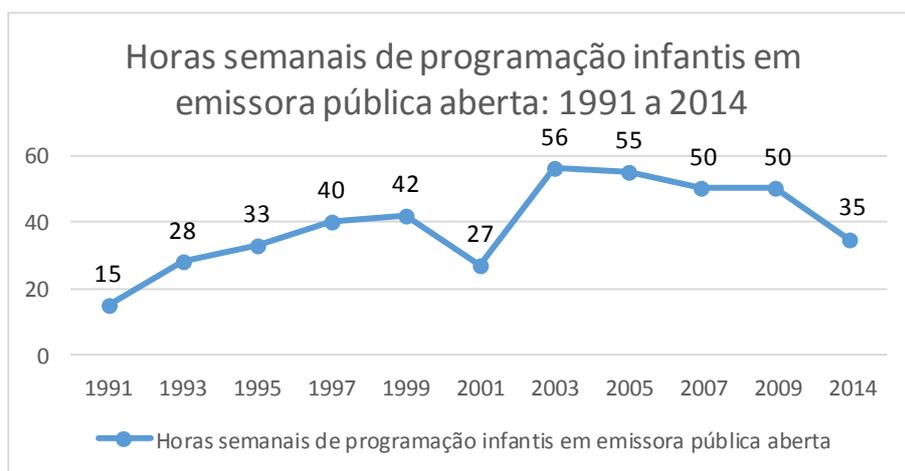


Fonte: Elaboração da autora

Se analisarmos apenas as grades de emissoras comerciais abertas, podemos notar uma queda ainda mais acentuada. Entre os anos de 1991 e 2014, o número de horas destinadas às crianças teve redução da ordem de 63%, conforme podemos observar por meio do gráfico 2.

Ao analisarmos apenas os números referentes às emissoras públicas⁴, podemos notar uma curva menos acentuada. De fato, entre os anos de 1991 e 2014, percebe-se um crescimento no número de horas, embora esse seja entrecortado por momentos de queda e ascensão, conforme se observa por meio do gráfico 3.

Gráfico 3 – Horas semanais de programação infantil em emissora pública aberta: 1991 a 2014



Fonte: Elaboração da autora

Entre 2003 e 2014, chama a atenção o fato de que a Cultura ou a TV Brasil ofereceram quase o mesmo número de horas destinadas às crianças que aquelas ofertadas por todas as emissoras comerciais abertas somadas. Observa-se, ainda, que nos anos de 2005 e 2009 apenas uma emissora pública aberta apresenta número maior de horas semanais que todas as emissoras comerciais abertas juntas.

Considerações Finais

A partir da avaliação das grades televisivas destinadas às crianças temos um problema delineado: as emissoras abertas têm deixado de transmitir conteúdos audiovisuais para esse público. Boa parte desse segmento ainda assiste à TV aberta. A segmentação, no Brasil, não se dá por escolha, e, sim, por um corte de classe – uma vez que apenas 30% da população brasileira tem acesso à TV paga e 48%, à *internet*.

⁴ Até 2007, foi analisada a grade da TV Cultura. A partir de 2007, analisou-se a grade da TV Brasil.

Nosso marco legal é claro: a televisão deve ter conteúdo educativo e produções voltadas à infância, conforme o ECA e a Constituição de 1988. No entanto, o Estado ainda não tomou medidas específicas suficientes para corrigir as distorções provocadas pela prioridade dos interesses comerciais das empresas de comunicação.

Tal conclusão dialoga diretamente como o que afirma Boschetti (2009). A construção dos direitos e da democracia passa por repensar o papel do Estado em um cenário de concentração econômica. E a ausência de políticas públicas que defendam aqueles que estão em situação precária diz muito da relação entre Estado e classes sociais no Brasil contemporâneo.

Referências

BOMFIM, Ana Paula Rocha do; NUNES, Andréa Cardoso. **Criança e Adolescente na relação de consumo: uma análise ético-jurídica à luz da Economia Política da Comunicação**. Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2313-1.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2014.

BRASIL. Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Lex: **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm>. Acesso em 08 nov. 2015.

BRASIL. Lex: **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em: 19 out. 2015.

DICIONÁRIO TV Globo. Volume 1. São Paulo: Zahar, 2003.

FOLHA de São Paulo. Audiência e falta de anunciantes reduzem os infantis globais. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 8 abr. 2012. Caderno Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/35767-audiencia-e-falta-de-anunciantes-reduzem-os-infantis-globais.shtml>>. Acesso em: 6 set. 2013.

IBGE. **Pesquisa Nacional de Saúde Escolar (PeNSE) 2012**. Brasília: IBGE, 2013. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pense/2012/pense_2012.pdf>. Acesso em: 3 set. 2013.

McNEAL, J. U. **Children as consumers of commercial and social products**. Washington: Pan American Health Organization, 2000.

RAMOS, Murilo César. TV por Assinatura: a segunda onda de globalização da televisão brasileira. In: MORAES, Dênis de (org.). **Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, Direitos Sociais e Políticas Públicas. In: MARQUES DE MELO, José, SATHLER, Luciano. **Direitos à comunicação na Sociedade da Informação**. São Paulo: UMESP, 2005.

SECOM-PR. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

 **O DIREITO
ACHADO NA RUA**

LAPCOM
LABORATÓRIO DE POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO



A Mídia
Golpista
mata todo
DIA!

