

# **3ª CONFERÊNCIA NACIONAL DE JUVENTUDE AS VÁRIAS FORMAS DE MUDAR O BRASIL**

## **TEXTO ORIENTADOR EIXO TEMÁTICO 7 – COMUNICAÇÃO**

**Brasília, junho de 2015**

Este texto tem o objetivo de estimular a discussão sobre o tema da Comunicação no processo de mobilização da 3ª Conferência Nacional de Juventude. As abordagens escolhidas não representam, necessariamente, posição formal da Secretaria Nacional de Juventude, do Conselho Nacional de Juventude ou de qualquer outra instância, mas um conjunto de apontamentos e arrazoados que devem ser debatidos e aprofundados para o desenvolvimento de propostas às etapas da Conferência.

## JUVENTUDE, COMUNICAÇÃO E LIBERDADE DE EXPRESSÃO

### INTRODUÇÃO

Para começar essa conversa é importante reconhecer que, quando se fala de juventude, o *Estatuto da Juventude* (Lei Nº 12.852, de 5 de agosto de 2013) é a primeira legislação brasileira a assegurar o direito à comunicação e à expressão para este segmento populacional. Ele estabelece, na Seção VII, que “O jovem tem direito à comunicação e à livre expressão, à produção de conteúdo, individual e colaborativo, e ao acesso às tecnologias de informação e comunicação”. Além disso, compromete a ação do poder público com a efetivação desses direitos. Tal legislação surge em um momento em que as novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) vêm transformando modos tradicionais de expressão e sociabilidade. Para entender o momento atual e melhor pensar hoje a criação de políticas públicas para a juventude voltadas para esse tema, é importante realizar um rápido percurso sobre as mudanças tecnológicas e sociais que afetaram o campo da comunicação nas últimas décadas.

### CONSTRUINDO UM DIAGNÓSTICO

#### 1. Aspectos históricos

O Século XX dá início à era da comunicação de massas, com a popularização do rádio e da TV como meios de difusão de informação; essa comunicação se caracteriza como um caminho de mão única, em que os conteúdos são difundidos de um único emissor a um grande número de pessoas. Isso implica em centralização e uniformização da produção de conteúdos.

No Brasil, a comunicação de massa atingiu muito rapidamente a amplitude do território nacional, a partir de empresas geradoras situadas no Sudeste: o rádio nos anos 1940 e 1950 e a televisão nos anos 1960 e 1970. Com isso, as diversas regiões brasileiras se acostumaram a consumir não apenas programação, mas também sensibilidades, identidades e visões de mundo forjadas no eixo Rio-São Paulo. Se, por um lado, esse processo ajudou a moldar a integração nacional no campo simbólico, a partir de ideias modernizadoras, foi igualmente responsável pelo enfraquecimento de expressões regionais. É como se todo o Brasil pensasse, falasse e tivesse os mesmos gostos do centro-sul do país. Os modos de vida das demais regiões, sobretudo Norte e Nordeste são, muitas das vezes, desconsiderados ou exibidos de forma caricaturada ou folclórica. Este é, sem dúvida, um ponto importante para refletirmos.

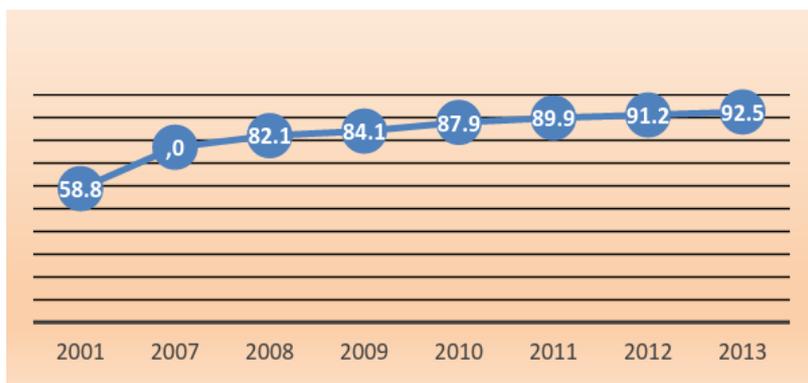
A expansão da difusão da comunicação em massa promoveu o “empoderamento” de poucos grupos empresariais familiares, que passam a se organizar em conglomerados de mídia nacionais de rádio, televisão e mídia impressa. Essa lógica foi, em certo grau, apoiada durante décadas pelo Estado. Na ausência de uma legislação que, a exemplo de outros países, limite a centralização dos meios de comunicação nas mãos de grupos, constituiu-se no Brasil um modelo de difusão em que concessões públicas estão a serviço dos interesses econômicos e políticos privados de poucos.

A partir dos anos 1990, novas variáveis passaram a desestabilizar o modelo unidirecional tradicional, com a entrada em cena das novas tecnologias digitais da

informação. Primeiramente, a privatização das empresas estatais telefônicas promoveu a entrada de investimentos que baratearam enormemente e ampliaram a oferta da telefonia fixa em território nacional. Contudo, é o fenômeno da telefonia móvel que, gradual e exponencialmente mudará a relação das pessoas com este meio de comunicação tradicional, ao ponto de a linha telefônica residencial (elevado investimento familiar até os anos 1980) e os telefones públicos estarem se tornando cada vez mais obsoletos. O telefone celular, canal individual a serviço da socialização e da inserção profissional, popularizou-se de modo exponencial e substituiu o “telefone da família” e o “telefone comunitário”.

No século XXI, de acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2014, observa-se grande crescimento percentual de domicílios com telefones (fixo ou celulares), com um crescimento maior entre os que possuem celular. O Gráfico 1 apresenta a evolução dos dados agregados para telefonia fixa e móvel no período de 2001 a 2013.

**Gráfico 1.** Percentual de domicílios que possuem telefones (fixo ou celular) - 2001 a 2013



Fonte: PNAD, 2014.

Para os dados desagregados na comparação entre 2009 e 2014, a PNAD informa um crescimento muito maior para na telefonia móvel, quando comparada com a fixa. No que se refere à telefonia celular, em 2009 existiam 89,5 telefones para 100 mil habitantes; este número cresce para 138,0/100 mil habitantes em 2014. No entanto, quando se trata de telefonia fixa, o crescimento mostra-se pequeno, 21,4/100 mil habitantes em 2009 e 22,1/100 mil habitantes em 2014.

Em um segundo aspecto, a partir de meados dos anos 1990, começa a se difundir no Brasil a comunicação em redes digitais pela internet. O fenômeno mundial coincidiu, aqui, com a gradual popularização dos computadores, que proliferaram no país após a suspensão da Lei de Informática dos anos 1980 e o pareamento artificial do dólar com a moeda nacional. Inicialmente, a internet se restringia, basicamente, a duas possibilidades efetivas: troca de correspondência eletrônica (em substituição ao *fax*) e acesso a informação compilada, produzida e disponibilizada em grandes provedores ligados aos conglomerados tradicionais de comunicação. É a ideia da internet como “biblioteca”, um meio de acessar informações produzidas e compiladas por terceiros. Paulatinamente, este modelo irá se transformar, afetando de modo imprevisto a relação dos indivíduos com a comunicação e a expressão. A partir dos anos 2000, a internet

ultrapassa, gradualmente, o modelo de “canal de acesso” e se transforma, cada vez mais, em um “canal de troca” de bens simbólicos. Por meio de *blogs*, vídeos pessoais, redes sociais etc., cada usuário comum torna-se um produtor de informação, constituindo o fenômeno chamado “Web 2.0”.

Mais recentemente, a expansão da internet móvel constitui o ápice da convergência das tecnologias digitais de informação surgidas no fim do século passado. Os celulares de hoje (*smartphones*) são computadores completos, miniaturizados e interligados, dotados de câmeras digitais poderosas. Usuários destes dispositivos cada vez menos os utilizam para a tradicional conversação por voz pessoa-a-pessoa. Através de aplicativos populares como o *Whatsapp*, eles estão permanentemente conectados em vastos grupos, trocando experiências por meio de mensagens sumárias em tempo real, vídeos e fotos de si mesmos. Em realidade, cada usuário dos sistemas de comunicação digital de hoje é uma unidade autônoma de produção de mídia, em um contexto onde os dispositivos digitais se tornam, cada vez mais, canais privilegiados para as trocas sociais. Ainda sobre os usuários, é possível pensar em um perfil que se altera de acordo com a faixa de idade, a classe social e o nível de escolaridade. O Gráfico 2 apresenta o percentual de usuários em cada faixa etária, no ano de 2013.

**Gráfico 2.** Distribuição percentual de usuários de internet para cada faixa etária em 2013



Fonte: PNAD, 2014.

Como esperado, o Gráfico 2 indica que o uso dessa linguagem é característico das faixas que representam adolescentes e jovens. Enquanto 77,0 % dos adolescentes entre 10 e 15 anos e jovens entre 16 e 24 anos utilizam a internet, apenas 12,0 % daqueles que possuem 60 anos ou mais são usuários, o que reforça o argumento da apropriação da linguagem digital pela juventude brasileira. Entretanto, se, por um lado, se está diante de um modelo que subverteu o vetor unilateral da comunicação de massa tradicional, afetando a hegemonia dos grandes conglomerados de mídia estabelecidos, por outro, não se pode cair na ingenuidade e apostar tudo na ilusão democrática da expressão nas redes digitais.

Na era da internet Web 2.0, o poder econômico se adaptou e se deslocou. Hoje, e no futuro imediato, o que se vê neste meio não são mais conglomerados de produção e difusão de conteúdo próprio para um universo de consumidores passivos, mas conglomerados de mediação, exploração e venda de conteúdo privado produzidos

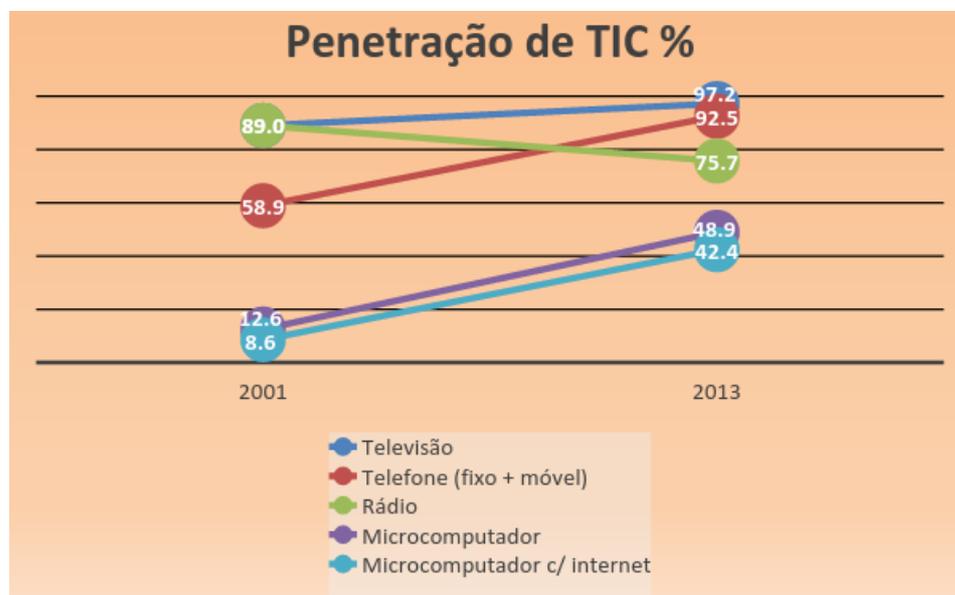
gratuitamente pelos próprios usuários. Gigantes capitalistas como *Google* e *Facebook* obtêm seus lucros facilitando as trocas digitais dos usuários, enquanto analisam os seus padrões de comunicação na rede para revender como informação privilegiada. A mesma estrutura de dados forjada para permitir a exploração comercial da privacidade dos usuários, sob a ilusão da comodidade (provedores de email gratuito, por exemplo), permite que dados particulares, ao redor do mundo, sejam acessados por governos sob o alibi da segurança nacional. Não existe almoço grátis, para usar a expressão popular.

Neste contexto, apesar de ainda não se dispor no país de uma lei plena que faça obstáculo ao uso descontrolado das concessões públicas de comunicação pelo poder econômico privado, é preciso reconhecer a importância ímpar da criação do Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014). Iniciativa inédita no mundo, o Marco estabelece, entre outras conquistas, princípios que garantem a liberdade de expressão e a inviolabilidade da privacidade nas redes digitais.

## 2. A atual experiência geracional

Os paradigmas da comunicação se transformaram muito nas últimas décadas, sem que, necessariamente, os modelos tradicionais fossem superados. A partir de 2001, com exceção do rádio, observa-se um avanço importante na penetração de TIC nos domicílios brasileiros, impactando no comportamento da população em geral, mas especialmente do público jovem e mais receptivo às transformações dos costumes. O Gráfico 3 sistematiza a evolução da penetração de TIC entre 2001 e 2013.

**Gráfico 3.** Penetração de TIC no período de 2001 a 2013



Fonte: PNAD, 2014.

A juventude brasileira de hoje, tal como a de ontem, ainda colhe na teledramaturgia produzida no eixo Rio-São Paulo matrizes identitárias e modelos comportamentais, e ainda assiste em telejornais a interpretação “oficial” dos fatos e da realidade. No

entanto, diferentemente das gerações passadas, a juventude, agora, encontra, nos meios de comunicação digital, canais efetivos de autoexpressão e intercâmbio de informações.

Os canais digitais de comunicação se tornaram o suporte para uma experiência social menos hierarquizada, mais horizontal. Possibilitam uma convivência coletiva sem que os corpos precisem compartilhar os espaços e facilitam a anulação das diferenças individuais em identidades que se multiplicam sem o compromisso da fixidez. Neste ambiente, grupos se criam, se transmutam e se dissolvem em velocidade inédita. A horizontalidade das relações enfraquece o surgimento de lideranças coletivas, o que tem se traduzido, por exemplo, na dificuldade de renovação da representação política formal no Brasil.

Sem ignorar as armadilhas capitalistas que subjazem ao modelo da comunicação nas redes digitais, é inquestionável o quanto esses espaços já se tornam catalizadores de novas expressões locais muito ricas. Movimentos culturais como o do “Passinho”, no Rio de Janeiro, ou os “Rolezinhos”, que se alastraram pelo país, só foram possíveis por afetar uma juventude periférica interligada por meio de celulares e *lan-houses*. Eles guardam a marca de uma cultura e de uma subjetividade que se transmitem entre iguais de modo eminentemente audiovisual, onde a imagem tem valor na medida em que se destaca num universo afogado em outras imagens (a ostentação). Também, com o concurso imprescindível da comunicação em rede e nos meios digitais, grandes mobilizações foram convocadas em torno de temas políticos no Brasil e no mundo. Foi o caso, por exemplo, de ações no âmbito da chamada “Primavera Árabe”, no Oriente Médio ou o Occupy Wall Street, nos Estados Unidos e, no Brasil, das manifestações que se iniciaram com protestos contra o aumento das passagens de ônibus em São Paulo e que desencadearam ações por todo o país no que foi, posteriormente, chamado “jornadas de junho de 2013”.

### (BOX 1)

#### **No Brasil, a “revolução digital” ainda não chegou para todos**

Ser jovem, hoje, passa por modos de ser e de se expressar que são dificultados sem o acesso aos meios de comunicação digital em rede. No entanto, a “revolução digital”, no Brasil, ainda está bastante restrita às capitais e às regiões metropolitanas. O interior do país carece de estrutura que possibilite o acesso aos serviços de banda larga, capazes de universalizar o contato da população com a integração social promovida pelas novas tecnologias.

A carência de inclusão digital constitui um dos modos perversos da exclusão social no Brasil de hoje. Igualmente pernicioso, no entanto, é o acesso à informação sem consciência crítica. No contexto de fluxo ininterrupto de informações cuja procedência é muitas vezes impossível de rastrear, distinguir o certo do duvidoso, a notícia da calúnia, é, muitas vezes, tarefa que exige crítica e discernimento para os quais os jovens não têm sido preparados nos ambientes tradicionais de formação. O princípio democrático da não censura prévia a qualquer conteúdo que circule nos meios de comunicação tem por corolário que os agentes difusores desses conteúdos podem ser responsabilizados por seus efeitos. A liberdade com responsabilidade, todavia, não é suficiente para garantir a proteção de uma sociedade que não esteja preparada para agir de modo crítico em

relação à informação. A “educação para a crítica da informação” talvez seja uma das necessidades mais subestimadas nos tempos atuais.

## **AS DEMANDAS DOS JOVENS - O QUE DIZEM OS DADOS**

De acordo com o Relatório Geral da *2ª Conferência Nacional de Juventude*, em conferências estaduais que antecederam aquele encontro nacional, as demandas mais recorrentes sobre o tema da Comunicação se referem ao acesso às tecnologias de comunicação e informação; ao acesso a espaços públicos onde os jovens tenham oportunidade de interação social, com computadores conectados à internet; à universalização do serviço de internet em banda larga; e ao incentivo à criação de rádios e TVs comunitárias e de programas para estes veículos. Os jovens que participaram dos encontros exigiram a democratização (universalização, interiorização, capilarização) do serviço de internet banda larga de qualidade, em regime público, gratuito (ou a baixo custo). Para tanto, destacaram como fundamental a efetivação e a ampliação do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL). Ainda no campo das tecnologias de comunicação e informação, os jovens reivindicaram a ampliação e a garantia de qualidade dos serviços de telefonia móvel, em especial no interior.

O espaço escolar apareceu nos debates como mais uma forma de assegurar o acesso da juventude às tecnologias de informação e comunicação. Os representantes dos jovens assinalaram a necessidade de implantar, ampliar, garantir a manutenção e o funcionamento de computadores e de rede internet em banda larga na rede de ensino público. Também há referências à necessidade de prover a formação de professores para leitura crítica da mídia. Segundo os jovens, as escolas e universidades públicas também poderiam ser responsáveis pela disseminação de conteúdos sobre a utilização das mídias sociais e comunidades virtuais para a juventude brasileira; outra sugestão dada diz respeito às entidades estudantis, que poderiam implementar centros difusores de informação e rádios acadêmicos, tendo como público a juventude das escolas.

Ainda segundo o Relatório Geral da *2ª Conferência Nacional de Juventude*, no campo da comunicação, a demanda mais recorrente foi a criação ou a legalização das rádios comunitárias e de canais de TV, e também de criação de novas emissoras de rádio, de canais de TV aberta e de emissoras de rádio web e mídias alternativas. Os jovens assinalaram a necessidade de que estas mídias comunitárias tenham um sinal de qualidade; reivindicaram a descentralização e a desburocratização da concessão das TVs e rádios comunitárias; e reivindicaram a garantia de maior agilidade e transparência no processo de concessão de rádios e TVs. Merecem destaque, ainda, demandas referentes à programação dos meios de comunicação, já assinaladas no tema da cultura: inclusão de programas culturais e educativos, criação de mecanismos (cotas) que garantam a circulação de cultura nacional e da produção independente nas TVs, rádios e internet e de cotas para produções juvenis nas TVs e rádios públicas. As etapas estaduais da *2ª Conferência* assinalaram a importância do controle social deste campo, propondo a criação de conselhos de comunicação em níveis municipal, estadual e nacional, com garantia de participação juvenil.

Parte da estratégia de preparação para a *3ª Conferência*, a quinta oficina da iniciativa *Plano em Diálogo* teve como tema de debate o eixo *Do Direito à Comunicação e à Liberdade de Expressão*, estabelecido no *Estatuto da Juventude*. O encontro aconteceu no dia 08 de outubro de 2014, em Fortaleza, e contou com a participação de 32 pessoas,

das quais 20 eram representantes juvenis vinculados às diferentes instituições de diversas regiões do país.

De modo geral, o que surgiu naquele encontro retoma e reforça demandas esboçadas na 2ª Conferência. O debate contemplou temas como a influência da mídia sobre a autoimagem do jovem; a produção de conteúdo nas redes; a internet como forma de lazer; a democratização de acesso; o Marco Civil da Internet. Houve reconhecimento de que os jovens saíram da posição de expectadores para produtores de conteúdo, percepção sem a qual não se avançará sobre esse tema.

## NOTA FINAL

É possível aglutinar as principais propostas para o Plano Nacional de Juventude surgidas na oficina *Plano em Diálogo - Do Direito à Comunicação e à Liberdade de Expressão* nos seguintes tópicos:

- Democratização dos meios de comunicação e controle social das mídias.
- Promoção da integração entre jovens e grupos de jovens através do diálogo nas redes sociais.
- Efetivação da inclusão digital em todo o território nacional com garantia de acessibilidade aos portadores de restrições.
- Fomento ao desenvolvimento de conteúdo voltado aos interesses, demandas e diversidade da juventude.
- Fomento ao desenvolvimento de conteúdo diretamente realizado por jovens (individualmente ou organizados em coletivos), com especial valorização da produção criativa e identitária desenvolvida por grupos de comunidades marginalizadas e povos tradicionais.
- Facilitação/desburocratização dos processos para criação de canais de comunicação comunitários, como rádios e TVs, que priorizem o conteúdo voltado para e criado pelos jovens.
- Implementação de estratégias de formação no sistema educacional voltadas à crítica da informação nos meios de comunicação.

Nas discussões, ficou ressaltado o cuidado que o Plano Nacional de Juventude, no tema da comunicação, deverá ter em relação ao respeito às diferenças identitárias e regionais, bem como seu papel no combate a todas as formas de discriminação e intolerância que afetem a juventude em sua diversidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. 1ª Conferência Nacional de Juventude. Levante sua bandeira. *Caderno de propostas*. Brasília, 2008.

\_\_\_\_\_. 2ª Conferência Nacional de Juventude. *Propostas encaminhadas*. Brasília, 2013.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD* -. 2014. Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas. Brasília, 2014. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/pnad.asp>. Acesso em: 20/05/2015.

\_\_\_\_\_. *Lei n.12.852*, de 05 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude – SINAJUVE. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm). Acesso em: 21/05/2015.

\_\_\_\_\_. *Lei n. 12.965*, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm). Acesso em: 21/05/2015.

UNIRIO. *Relatoria da 5ª Oficina “Plano em Diálogo – Do Direito à Comunicação e a Liberdade de Expressão”*. Rio de Janeiro, 2015. (mimeo).