

# Educação para a mídia como política pública: experiência inglesa e proposta brasileira

Alexandra Bujokas de Siqueira\*

*\* Jornalista, doutora em Educação, professora de Pedagogia e Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (Bauru, SP), pós-doutoranda em Media Studies pela Open University, Inglaterra.*

## I. Introdução

Uma série de acontecimentos recentes no Brasil têm apontado a centralidade que as mídias já ocuparam na vida pública nacional. Os últimos debates sobre a regulamentação da TV digital e a polarização de posições em torno da criação da ANCINAV (Agência Nacional de Cinema e Audiovisual) são alguns deles, que trazem ao menos três grandes conjuntos de discussões caras à nossa democracia. Em primeiro lugar, renovam as tensões entre a função de serviço público e a histórica hegemonia do modelo de negócios na exploração das tecnologias de mídia. Em segundo lugar, trazem à tona os novos desafios postos pela convergência de mídias, resultado da conversão para as plataformas digitais, em que, ao menos potencialmente, os usuários serão tanto receptores quanto produtores de conteúdo<sup>1</sup>. Em terceiro lu-

<sup>1</sup> Como as plataformas digitais permitem a circulação de dados em duas vias, as televisões - presentes em cerca de 90% dos domicílios - poderão se tornar computadores modestos, mas funcionais o suficiente para permitir a inclusão digital. Nesse sentido, o espectador poderá interagir com os canais de rádio, TV e teletextos, tornando-se também um produtor de conteúdos, desde que domine as habilidades básicas para ler e escrever nessas linguagens.

gar, instigam a sociedade brasileira a encarar questões pragmáticas que emergem da implantação dessas tecnologias, tais como o surgimento de novas formas de exclusão, a possibilidade de criação de novos mercados e empregos, fundamentados na criatividade, e a necessidade de convencer as elites a aceitarem a flexibilidade dos modelos de exploração (comercial e de serviço público) que, no final das contas, poderá gerar um mercado sustentável de produção e veiculação, benéfico para a sociedade como um todo, em sintonia com o ideal republicano.

Estamos vivendo um momento histórico, que tanto pode nos aproximar dos modelos mais democráticos de uso da radiodifusão e da Internet, quanto pode nos condenar de vez a pertencer ao conjunto de países conservadores e elistas na condução do uso das tecnologias de comunicação.

Adicionalmente, deve-se considerar também os novos desafios que as mídias trazem ao sistema de educação formal e à educação continuada dos cidadãos. Aos educadores, além da tarefa de alfabetizar com competência<sup>2</sup>, superando as defasagens históricas que nosso país tem registrado, surge a tarefa de educar para o uso crítico e criativo das novas tecnologias, habilidade elementar tanto para a empregabilidade, quanto para a participação social e política.

Diante deste quadro, tenso e fragmentado, é legítimo que a sociedade cobre do Estado a elaboração de uma política clara e democrática para a condução das tecnologias de mídia e comunicação social. A exemplo das políticas de educação, geração de renda, prevenção ao uso nocivo de drogas, sustentabilidade, energia etc, a educação para a mídia deve ser posta no centro dos debates, já que a comunicação também será uma forma importante de acesso à cidadania e à inserção social, num futuro já bem próximo.

---

<sup>2</sup> RIBEIRO, V.M., VÓVIO C.L. MOURA, M.P. “Letramento no Brasil – alguns resultados do indicador nacional de alfabetismo funcional”, in *Revista Educação e Sociedade*, Campinas, vol. 23, n. 81, p. 49-70, dez. 2002. As autoras descrevem os principais resultados de uma pesquisa feita pela ONG *Ação Educativa* junto com o *Instituto Paulo Montenegro*, do Ibope: 26% população brasileira é capaz de se inserir na cultura letrada de forma autônoma, flexível e criativa.

No âmbito da sociedade civil, o clamor de organizações não-governamentais e sindicatos (Intervozes, ANDI, FENAJ<sup>3</sup> etc) vem se contrapondo à pressão feita pelas grandes empresas de mídia e seus mecanismos de representação (especialmente a ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) na elaboração de uma legislação atual para regulamentar a radiodifusão. Projetos oriundos de consultas públicas são engavetados, decretos surgem da noite para o dia, e a sociedade vai ficando alheia aos rumos de uma esfera primordial para desenvolver a participação democrática e o bem estar coletivo.

A fim de alimentar as referências para a condução desse debate, o presente artigo descreve os fundamentos da política de educação para a mídia que vem sendo implantada na Inglaterra (uma referência mundial na conduta democrática dos serviços de radiodifusão) desde 2003, e discorre sobre ações elementares para concretizar uma política semelhante no Brasil, considerando nossas características peculiares de concentração das concessões e de comportamento refém que o Estado conserva frente às pressões da elite detentora dos principais meios de comunicação massiva nacionais.

Como se verá adiante, as propostas focaram mais as ações práticas do que a discussão de conceitos, embora eles sejam colocados nos momentos oportunos. O objetivo aqui é focalizar a importância e a viabilidade da mídia-educação no Brasil, de modo semelhante ao que vem ocorrendo em democracias mais experientes, apesar do nosso atraso no campo da regulamentação da comunicação, comentada a seguir.

**É legítimo que a sociedade  
cobre do Estado a  
elaboração de uma política  
clara e democrática para a  
condução das tecnologias  
de mídia e  
comunicação social.**

<sup>3</sup> [www.intervozes.org.br](http://www.intervozes.org.br) – Plataformas Intervozes pelo Direito à Comunicação.

[www.andi.org.br](http://www.andi.org.br) – Projeto *A mídia do Jovens*, que resultou, entre outras, na publicação do livro *Remoto Controle* (editora Cortez), que reconhece a urgência de uma política pública de educação para a mídia, em âmbito nacional.

[www.fenaj.org.br](http://www.fenaj.org.br) – Nas resoluções do 32º Congresso Nacional dos Jornalistas, a entidade se compromete com um projeto que chamaram de *Comunicar, educar, produzir*.

## 2. Breve recuperação do cenário brasileiro de telecomunicações

Seguindo o modelo de análise de Hallin e Mancini (2004), que comparam sistemas políticos e sistemas de mídia, Azevedo (2006, p. 89), descreve o sistema de comunicação brasileiro como de “(...) monopólio familiar e a propriedade cruzada nos meios de comunicação de massa, pequena diversidade externa do ponto de vista político e viés conservador (...)”.

Essa perspectiva se sustenta em Lima (2001), que explica como a legislação brasileira desembocou no ‘coronelismo eletrônico’ que vivemos hoje: desde a constituição de 1946, a legislação proíbe que pessoas jurídicas, sociedades anônimas e estrangeiros possuíssem concessionárias de radiodifusão, a fim de permitir a identificação dos proprietários reais e impedir a entrada de estrangeiros. A formação dos monopólios familiares foi uma espécie de efeito colateral desse processo. Na prática, hoje, 15 famílias controlam as mídias eletrônicas e impressas no Brasil, segundo o autor. Além disso, grande parte das emissoras de rádio e TV locais são controladas por políticos, que repetem o sinal das chamadas *cabeças de rede*, limitando a diversidade e a pluralidade.

De acordo com Hallin e Mancini, essas são características do chamado ‘modelo mediterrâneo’, cuja natureza genérica é compartilhada por países como Itália, Grécia, Espanha e Portugal e também são encontrados na América Latina, incluindo o Brasil. O clientelismo é uma das principais características políticas desses sistemas, embora varie em grau e extensão. No tocante às características dos sistemas de mídia, Hallin e Papathanassopoulos (2002: 176) salientam:

*“Baixa circulação de jornais, reportagens feitas para defender perspectivas políticas específicas, instrumentalização da mídia de poder privado, regulamentação do sistema de radiodifusão em favor dos benefícios do governo e desenvolvimento limitado do jornalismo como profissão autônoma.”*

Além disso, a hegemonia do modelo comercial enfraquece a contrapartida dos modelos público e comunitários, que são fundamentais para a manutenção de um sistema representativo, pluralista e democrático. As TVs públicas têm fragilidade financeira por causa dos mecanismos de sustentação que criam uma natureza contraditória para as emissoras que, conforme Rothberg e Siqueira (2005: 133) ficam cindidas entre o caráter estatal e a função pública:

*“(...) porque é legalmente atribuído ao poder público o papel de manter emissoras educativas e culturais, destinando a elas uma fatia variável e incerta da arrecadação tributária, já que não há taxas ou impostos especialmente recolhidos para esse fim. No entanto, as burocracias criadas para gerir os canais nem sempre funcionam como instâncias legítimas de participação democrática que exerçam a regulação da programação em nome do interesse público.”*

Perspectiva diferente tem o chamado “Modelo liberal do Atlântico Norte” (Hallin e Mancini, 2004), que inclui Estados Unidos, Canadá e Inglaterra. Nele, a circulação de jornais é mediana, a imprensa é autônoma, o sistema de radiodifusão emerge da esfera pública. A Inglaterra e o Canadá, especificamente, mantêm sistemas de radiodifusão pública fortemente regulamentados pelo Estado, porém mantidos por organismos independentes do governo, a chamada ‘governança profissional da radiodifusão’.

A presença maior ou menor do clientelismo ou do interesse público marcaram o modo como os sistemas de mídias impressas e eletrônicas se desenvolveram em todos os países. Entretanto, com a digitalização das plataformas de comunicação, outras configurações irão surgir, e como se verá adiante neste texto, três novos aspectos passam a ser considerados: a *abundância*, a *convergência*, e a *interatividade*.

Nos países em que a radiodifusão opera em favor do interesse público, o estabelecimento de uma política de educação para a mídia tem sido visto como ação fundamental para equilibrar pressões e garantir a participação democrática. E a Inglaterra vem tomando a dianteira nesse sentido, quando institucionalizou a educação para a mídia, em 2003.

### 3. Media Literacy – a política inglesa

O estudo comparativo entre duas realidades culturais e políticas diferentes é útil, conforme Livingstone (2006), também para determinar aquilo que é distinto sobre cada país.

Comparando Brasil e Inglaterra, no tocante à condução dos serviços de mídia, o aspecto que mais se destaca é o forte caráter interventor do Estado na radiodifusão britânica, em contraste com o histórico abandono pelo Estado brasileiro. Desde o surgimento da radiodifusão, os ingleses mantiveram mecanismos de regulamentação para garantir a diversidade, a pluralidade e o equilíbrio de conteúdos e vozes nos cinco canais que compunham o chamado *Public Service Broadcasting* (BBC1, BBC2, ITV, Channel4 e Five). Com a migração para as plataformas digitais, o número de canais poderá ser 100 vezes maior (eram três canais de televisão disponíveis na Inglaterra nos anos 80, hoje são 250, com mais de 400 mil horas de programação semanais), impossibilitando o histórico controle. A saída encontrada foi a elaboração de uma ampla política de educação pública para usar os meios, a fim de que os cidadãos sejam usuários autônomos ao invés espectadores passivos de uma confusão de conteúdos.

Para compreender o contexto de tal política, um ponto de partida pode ser o *Communications Act 2003*, a atual lei geral da comunicação britânica. Nela, pela primeira vez, a educação para a mídia é citada formalmente como responsabilidade dos órgãos governamentais que regulam a radiodifusão. Para chegar à formulação de tal lei, um estudo abrangente do cenário atual e futuro das telecomunicações foi amplamente discutido, pelo menos

**Na prática,  
hoje, 15 famílias  
controlam as mídias  
eletrônicas e  
impressas no Brasil.**

desde 2000, quando o Departamento de Indústria e Comércio (*Department of Trade and Industry*- DTI) e o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (*Department of Culture, Media and Sports* – DCMS) publicaram o *white paper* (uma espécie de diagnósticos mais declaração de princípios que irão orientar a

formatação de uma lei) “A New Future for Communications” (2000). Este documento sintetiza o contexto, os desafios e as propostas do governo para conduzir a comunicação digital.

O raciocínio geral se fundamenta em quatro palavras: *abundância*, *convergência*, *interatividade* e *interesse público*. Além da super oferta de canais, a tecnologia permite, ao mesmo tempo, a transmissão dos chamados teletextos, páginas com texto e gráficos atualizados de forma instantânea, que funcionam como um sistema multimídia. O sistema também permite a comunicação de duas vias. Com a instalação do chamado *set-top box* – o aparelho que recebe e decodifica o sinal digital para a TV – o espectador pode mandar e-mails, telefonar e enviar sua própria imagem para um programa, ao vivo. Portanto, num só aparelho, as pessoas podem assistir a programas informativos, educativos e de entretenimento, receber dados, enviar mensagens de texto, som e imagem. Tais recursos já estão disponíveis para boa parte da população. Até 2010, o serviço deve ser universalizado. Até aqui, o cenário é comum à maioria dos outros países industrializados. Mas há o componente do interesse público. Para entender melhor esta perspectiva, vale reproduzir um trecho do *white paper* (DTI, DCMS, 2000: 35):

*“Deixado por si mesmo, o mercado tende a focar investimentos no tipos mais populares de conteúdos e, portanto, não consegue entregar a completa diversidade de serviços que ouvintes e espectadores desejam receber. É por isso que a manutenção do serviço público de radiodifusão e a regulamentação positiva do conteúdo devem permanecer, porque são essenciais para a competitividade no novo ambiente.”*

Em linhas gerais, a função de serviço público se assenta na manutenção da diversidade e da pluralidade de conteúdos e opiniões que devem estar presentes nas mensagens. A diversidade se refere à constatação objetiva da existência de programas e serviços diferentes, disponíveis em todos os horários, tais como notícias, documentários e entretenimento, distribuídos de maneira equilibrada. A pluralidade, por outro lado, deve ser garantida com a ampla exposição de pontos de vista diferentes sobre o assunto em um

programa específico. No meio disso tudo, é preciso assegurar que as pessoas dominem as habilidades necessárias para tirar o melhor proveito daquilo que a tecnologia tem a oferecer, potencialmente. Trata-se, portanto, de um cenário que requer a massificação das habilidades de *leitura e escrita* em mídia, por causa da interatividade. De acordo com o *white paper* (DTI, DCMS, 2000: 36), “a disseminação da TV, do rádio, dos jornais e revistas e agora da Internet tem feito a sociedade mais democrática. Nesses locais, antes a informação era privilégio de poucos, agora está nas mãos de qualquer pessoa”.

A implementação de uma política pública de *media literacy* é o caminho prático escolhido para colocar o rádio, a TV, a imprensa e a Internet, efetivamente, nas mãos de qualquer pessoa. Para tanto, o governo se compromete a fomentar canais de comunicação em pequenas comunidade e a forçar os canais a exibirem produções regionais, inclusive aquelas feitas em escolas, do ensino básico à universidade (DCI, DCMS, 2000: 38):

*“Centros de produção regional fortalecidos podem criar novos empregos, oportunidades de aprendizado e fomentar a criatividade em nível nacional. As produções regionais têm papel fundamental na promoção de uma economia regional vibrante e criativa, que pode equilibrar as forças no âmbito da indústria nacional. Assim, vamos encorajar as parcerias entre os canais, os produtores e o sistema de educação.”*

No final, a recomendação é que o governo elabore uma política clara rapidamente, para regulamentar uma esfera central para a economia, para a vida democrática, para a cultura, o lazer e a educação. A implementação de tal política, recomenda o relatório, deve ter claros quais são os aspectos necessários para direcionar a mídia aos propósitos da sociedade que o país pretende construir e como o sistema regulamentador irá concretizar tais metas. Assim, são seis esferas que devem ser contempladas no projeto político para as mídias do futuro: criação de um mercado dinâmico, com competição equilibrada, certeza de acesso universal às diversas plataformas, manutenção da diversidade e da pluralidade, garantia da

qualidade, salvaguarda dos interesses dos cidadãos e proteção dos interesses dos consumidores.

O diagnóstico do *white paper* orientou a produção do esboço do *Communications Act*, elaborado pelos mesmos dois departamentos, DCI e DCMS. O *white paper* também enfatiza a importância da auto-regulamentação, especialmente no tocante à Internet. Nesse sentido, caberia ao Ofcom, o órgão regulador, a tarefa de encorajar o surgimento de sistemas de educação para a mídia, além de promover pesquisas que fornecessem dados para projetos promovidos pela sociedade civil nessa área (CMSSC, 2001):

*“Neste contexto, o Ofcom seria, por exemplo, um bom lugar para promover maior consciência das iniciativas da sociedade civil e da disponibilidade de sistemas de filtro que podem ser aplicados pelos usuários, dando-lhes mais confiança no tocante ao uso das tecnologias. Isso é educação antes de regulamentação.”*

De acordo com o *white paper*, num mundo de convergência tecnológica, as pessoas têm expectativas diferentes para cada tipo de mídia. Assim, a regulamentação já existente combinada com educação é que irá proporcionar o uso informado e consciente das diversas mídias.

O esboço da lei foi então submetido à Câmara dos Comuns e dos Lordes. Todo esse processo ficou registrado nas atas eletrônicas do parlamento, o chamado sistema Handsart<sup>4</sup>, disponível na Internet. De acordo com os registros, um comitê especial se reuniu 26 vezes, entre 10 de dezembro de 2002 e 6 de fevereiro de 2003, para estudar detalhadamente o documento. Em 25 de fevereiro de 2003 começou a tramitação pela Câmara dos Comuns e pela Câmara dos Lordes e, em 17 de julho de 2003, era promulgada a nova lei da comunicação, analógica e digital.

Um exame na transcrição das discussões levadas a cabo, tanto no comitê quanto nas câmaras, mostra que, apesar de tantas modificações necessárias para adequar a regulamentação da comunica-

---

<sup>4</sup> HANDSART – referência citada acima.

ção no contexto das configurações digitais, a perspectiva de serviço público foi posta como prioridade, a exemplo do que aconteceu na regulamentação da radiodifusão analógica, há mais de 70 anos, e que fez do Reino Unido uma referência mundial na oferta de radiodifusão pública e de qualidade. A formalização da política de educação para a mídia reforça ainda mais este contexto.

Especificamente sobre a política de *media literacy*, no registro das discussões do comitê, em 10 de dezembro de 2002, um membro atenta para o fato de que esta não deve ser tarefa só do Ofcom (o *Office of Communications*, órgão regulador que concentra o gerenciamento da comunicação no país), mas sim de um amplo conjunto de instituições direta ou indiretamente relacionadas com a mídia, tais como outras esferas do governo, os próprios canais de televisão, profissionais da área e a indústria eletrônica. Como se vê, já no início das discussões, os parlamentares têm claro que a comunicação é, antes de tudo, um serviço público e que até as empresas de caráter puramente comercial têm parcela de responsabilidade. Em 12 de dezembro de 2002, o comitê promoveu uma discussão mais detalhada do assunto.

Entre os aspectos que compõem o conceito de *media literacy*, os parlamentares destacaram dois pontos. Primeiro, a importância de dar aos pais e aos idosos as chances de desenvolver habilidades para lidar com os recursos disponíveis através dos meios de comunicação, especialmente aqueles que oferecem bloqueio e controle de conteúdo via Internet e TV digital. Inevitavelmente, dizem eles, esse tipo de discussão acaba tocando na questão dos conteúdos ofensivos ou inapropriados. Neste ponto, a questão do auto-controle ou do controle dos pais sobre seus próprios filhos parece ser o caminho mais viável. Em segundo lugar, eles destacaram o papel das mídias comunitárias, que devem ser fomentadas pelo Ofcom. A educação para a mídia prevista na lei, disseram, não deve estar relacionada apenas com as formas de mídia existentes, mas também com novas formas que irão aparecer. E a produção de conteúdo voltado para pequenos grupos é um aspecto central, que deve ser reconhecido pelos quadros do Ofcom, especialmente no início da implantação dessas tecnologias.

Pelos registros das discussões, tanto no comitê quanto na Câmara dos Comuns e na dos Lordes, não foram feitas mudanças substantivas no texto originalmente elaborado pelos dois departamentos de governo. Assim, em 17 de julho de 2003, era promulgado o *Communications Act 2003* que, na 11ª seção, descreve as tarefas concernentes à educação para a mídia. O quadro 1 apresenta a seção.

### Quadro 1

#### *Obrigações do OFCOM no tocante à educação para a mídia*

Deverá ser tarefa do Ofcom tomar as primeiras medidas e organizar o andamento das ações planejadas para:

---

- Trazer à tona, ou encorajar outros a fazê-lo, uma melhor compreensão pública da natureza e das características do material publicado pelos meios de comunicação eletrônicos;
- Trazer à tona, ou encorajar outros a fazê-lo, uma melhor consciência e compreensão pública do processo pelo qual os materiais são selecionados e tornados disponíveis para publicação através dos meios;
- Trazer à tona, ou encorajar outros a fazê-lo, um melhor desenvolvimento da consciência pública sobre a disponibilidade de sistemas pelos quais é possível acessar o material publicado pelos meios de comunicação, bem como os modos como esses meios podem ser controlados;
- Trazer à tona, ou encorajar outros a fazê-lo, o desenvolvimento de uma melhor consciência pública sobre a disponibilidade de sistemas pelos quais uma pessoa pode controlar o material que é disponibilizado para ela, bem como facilitar o uso desses sistemas de controle;
- Encorajar o desenvolvimento e o uso de tecnologias ou sistemas de controle de acesso ao material disponibilizado pela mídia, bem como facilitar o controle do que é recebido, de modo efetivo e de fácil uso.

Nesta seção, as referências a material publicado envolvem todos os meios eletrônicos disponíveis para recepção pelo público assim como por um grupo específico; ou distribuídos por redes eletrônicas de comunicação para o público ou para um grupo.

---

*Communications Act 2003* - Fonte: Ofcom – Office of Communications – Reino Unido

**A recomendação é que o governo elabore uma política clara rapidamente, para regulamentar uma esfera central para a economia, para a vida democrática, para a cultura, o lazer e a educação.**

Após assumir seus poderes, em 29 de dezembro de 2003, o Ofcom começou a produzir uma série de projetos para concretizar a política de *media literacy*. Em junho de 2004, o órgão lançou uma consulta pública para elaborar uma declaração de princípios para a política a ser implementada.

Participaram 94 respondentes, entre organizações não-governamentais, empresas de mídia e tecnologia, universidades, centros de pesquisa, educadores e pesquisadores. As respostas dadas à consulta resultaram na publicação de um documento chamado “Ofcom’s Strategy and Priorities for Promoting Media Literacy – an Statement”. Neste texto, o órgão apresenta a definição de *media literacy* que será considerada no âmbito das políticas governamentais e apresenta três campos prioritários de atuação: pesquisa, parcerias e criação de um sistema nacional de classificação de materiais audiovisuais.

Em relação ao conceito definido, o Ofcom (2004) assim se explica:

*“A mídia nunca nos deu tantas escolhas como agora. Mudanças na tecnologia significam que você deve ser mais cauteloso com o que você e suas crianças vêem na TV e online. Sendo ‘alfabetizado em mídia’ você terá melhores condições para saber o que esperar e como fazer o melhor com o que é oferecido e saberá proteger sua família e a si mesmo. Tendo mais confiança no uso das tecnologias de comunicação, você terá uma melhor compreensão do mundo ao seu redor e poderá participar mais dele.”*

Portanto, para que a proposta se concretize, considera-se que “Media literacy é a habilidade de acessar, compreender e criar formas de comunicação em uma variedade de contextos” Ofcom (2004: 6). A partir desta perspectiva, o órgão tem como tarefas: 1. liderar a

realização de ações que melhorem o acesso e a consciência do público; 2. investigar o quão literados em mídia são os diversos segmentos da população; 3. organizar as etapas da política de *media literacy*.

Percebe-se que a proposta de concretização é coerente com as primeiras discussões parlamentares e com o texto da lei: de fato, o Ofcom não deverá realizar, ele próprio, ações educativas, mas deverá gerenciar as condições que facilitem o trabalho de outros atores. Entre esses atores estão produtores de conteúdo, comunicadores, provedores de *software* e de Internet, que “têm parcela de responsabilidade e devem ser requisitados para oferecer orientações, suporte e conselhos para os seus consumidores” (Ofcom, 2004: 10).

Em relação às três tarefas prioritárias, estes são os pontos destacados:

- Pesquisa: 1. Definir claramente um conjunto de habilidades mínimas que devem ser comuns a todos os cidadãos e um conjunto de níveis que devem ser gradualmente alcançados, e verificar se essas habilidades mínimas estão presentes em toda a população; 2. Verificar se há alguma coisa impedindo que as pessoas se tornem alfabetizadas em mídia, sejam elas barreiras físicas, econômicas, técnicas, sociais ou de aprendizado. Se elas existem, saber quais membros da sociedade são mais atingidos; 3. Descobrir o que as pessoas esperam dos serviços de comunicação e, com isso, ajudar aqueles que produzem conteúdo a dar o nível correto de informação e evitar riscos e ofensas; 4. Fazer investigações de longo alcance para saber se as atitudes e expectativas do público têm mudado com aquilo que estão recebendo.

- Parcerias: 1. Reunir pessoas e organizações que tenham projetos em comum, para que esforços sejam somados e soluções potencializadas, especialmente no tocante à recepção crítica; 2. Encontrar meios de disponibilizar materiais audiovisuais aos professores, já que uma das maiores dificuldades para a sala de aula é a distribuição do material gravado, principalmente por causa dos direitos autorais; 3. Fomentar projetos que estimulem idosos e pessoas com deficiência física ou marginalizadas socialmente a usar as tecnologias de comunicação de modo autônomo; 4. Juntamente com o *Home Office* (Casa Civil) e com a indústria tecnológica e de *software*, fo-

mentar a produção e a popularização de equipamentos fáceis de usar que permitam aos pais filtrar o conteúdo a ser disponibilizado para seus filhos; 5. Patrocinar projetos que se mostrem claramente necessários e que não tenham outros modos de financiamento; 6. Criar uma página no *website* do Ofcom que inclua informações para pais e crianças sobre como usar a Internet de modo seguro e como consumir produtos da Internet, informações para professores e outros profissionais que trabalhem com *media literacy* e *links* para *websites* de parceiros na tarefa da promoção da educação para a mídia.

- Classificação nacional de materiais audiovisuais: Considerando que, num futuro próximo, uma pessoa sozinha poderá obter informações vindas de muitos canais (TV aberta, a cabo, digital, DVD, celular, computador, rádio analógico e digital, imprensa tradicional e *online* etc) e que alguns desses canais serão regulados, outros não, cada cidadão terá mais responsabilidade sobre aquilo que recebe ou que permite que a família receba. Por isso, é necessário que cada pessoa saiba mais sobre a natureza do programa que está recebendo. Para tanto, espectadores, ouvintes e internautas precisam receber orientações claras, precisas e pontuais sobre o conteúdo. Só assim farão escolhas conscientes. Da parte do Ofcom, esse sistema deveria conter um rótulo (uma palavra ou frase que descreva a natureza do conteúdo), um julgamento (adequação ao público, perspectiva valorizada etc) e uma descrição do material audiovisual (imagens fixas e em movimento, efeitos visuais e sonoros etc). Entretanto, antes que um sistema seja estabelecido, deve ser realizada uma ampla consulta com posteriores debates envolvendo pesquisadores acadêmicos, canais públicos e comerciais e o próprio público para saber como é que as pessoas querem receber essas informações sobre os materiais.

As duas primeiras tarefas (pesquisa e parcerias) foram postas em prática a partir de 2005, trazendo os primeiros resultados no começo de 2006.

No campo das parcerias, o Ofcom está reunindo instituições ligadas a projetos de educação formal e não-formal, escola básica à

universidade. O sistema educacional deve se comprometer em fornecer oportunidades para as pessoas aprenderem sobre mídia, através de habilidades e de níveis de conhecimento que vão se tornando mais complexos. Cabe às universidades desenvolver pesquisas para informar as futuras prioridades e desafios. Por outro lado, o sistema de educação não-formal também deve se engajar. São as bibliotecas, comunidades *online*, centros de arte etc, que podem ensinar sobre mídia às pessoas que não freqüentam os bancos escolares. Finalmente, órgãos de governo tais como o ministérios da Cultura, da Educação, da Indústria e até da Casa Civil devem assumir responsabilidades. A família, as creches, as organizações de monitoramento da mídia (que normalmente focam conteúdos inapropriados) também podem reverter suas experiências em ações educativas. Ao Ofcom caberá a tarefa de coordenar parcerias entre todos esses atores.

Ainda conforme o documento (2004: 14):

*“Nós temos o firme propósito de colocar a educação para a mídia na cabeça das pessoas. Isso significa que vamos criar nossos próprios projetos e contribuir para que outras pessoas ampliem a consciência pública e estimulem o debate de tópicos centrais, tanto no Reino Unido quanto na Europa.”*

Assim, para que os diversos atores direta ou indiretamente envolvidos com a mídia possam pôr seus projetos educativos em prática, o Ofcom produziu pesquisas de base que fornecessem conhecimento sistematizado sobre o atual estado da arte. O órgão bancou pesquisas de campo que investigaram a natureza do acesso e do consumo de produtos

***O sistema educacional deve se comprometer em fornecer oportunidades para as pessoas aprenderem sobre mídia, através de habilidades e de níveis de conhecimento que vão se tornando mais complexos.***

mediáticos e a qualidade das habilidades de leitura, entre crianças, jovens, adultos, idosos e minorias, e promoveu um estudo comparativo entre as diversas regiões do Reino Unido. Ao mesmo tempo, foram encomendados estudos acadêmicos que avaliassem o conhecimento acumulado na área dentro do Reino Unido.

#### 4. Esboço para um projeto brasileiro

Considerando as especificidades históricas, políticas e culturais do Brasil (que acabaram por criar um sistema de radiodifusão concentrado, elitista e conservador), e considerando as mudanças provocadas pelas inovações tecnológicas (que, por causa da amplitude de possibilidades, está forçando uma nova organização regulatória), convém pensar nas bases de um sistema nacional de políticas públicas para a mídia-educação.

O objetivo central dessa iniciativa deve ser *promover melhor compreensão pública do papel e do funcionamento das mídias de massa*. Tal promoção deve se assentar em três princípios genéricos de ação:

- Levantamento constante de dados acerca do perfil de acesso, de uso e de compreensão que os brasileiros possuem sobre o papel e o funcionamento do rádio, da TV e da Internet;
- Promoção de ações culturais e educativas dentro e fora do sistema formal de educação, a fim de melhorar o uso e a compreensão do funcionamento das mídias;
- Oferta de oportunidades de acesso às tecnologias, tanto para recepção quanto para produção de conteúdos.

Agindo nessas três frentes, o governo não enfrenta diretamente a ira das elites detentoras dos canais (e evita desgastes como aquele gerado pela tentativa de criação da ANCINAV), mas cria condições objetivas para melhorar a compreensão pública sobre as responsabilidades dos meios de comunicação eletrônicos. No médio prazo, pode-se criar uma base cultural sólida para enfrentar publicamente a regulamentação republicana dos canais de TV e rádio.

Seguindo essa lógica, alguns princípios de ação mais específicos podem ser definidos. Atuando num cenário de convergência de tecnologias, que deverá ocorrer num futuro bem próximo, a política de educação para a mídia deve se sustentar em princípios semelhantes àqueles já definidos por órgãos de governo para a regulamentação da radiodifusão digital (MinC, 2006), porém com algumas especificidades:

- inclusão social,
- democratização dos modos de exploração; e
- desenvolvimento sustentável.

A alfabetização, a educação de jovens e adultos e o aprendizado ao longo da vida são assuntos que estão na ordem dos debates políticos e acadêmicos. A esses debates, deve ser incluída a educação para a mídia, com o mesmo patamar de preocupação, se o objetivo for a inclusão social da grande maioria dos brasileiros que não participa efetivamente da vida cultural como protagonistas da construção da identidade nacional nas esferas públicas eletrônicas. Considerando que a radiodifusão e sua linguagem audiovisual são responsáveis por mediar a percepção da realidade, tanto mais inseridas estarão as pessoas quanto mais puderem acessar, avaliar e produzir conteúdos usando essas tecnologias e linguagens.

Conseqüentemente, a democratização do acesso está intrinsecamente vinculada ao modo flexível de exploração dos recursos provenientes do espectro eletromagnético. Como bem adverte o documento “*Questões Centrais para uma tomada de decisão - Sugestões do Ministério da Cultura ao Comitê de Desenvolvimento do SBTVD*” (MinC, 2006), nenhuma TV do mundo opera o tempo todo usando recursos de HDTV, porque ainda é economicamente inviável. Desse modo, a digitalização do sinal e a popularização da Internet deverão fornecer as bases para as possibilidades de oferta de conteúdo aumentem, vertiginosamente. É a chance para implementar projetos que dêem voz à população, historicamente vista como tendo o direito de ser expectadora. Mas, para isso, é preciso que essas pessoas saibam ler e escrever com competência nas lingua-

*Considerando que a radiodifusão e sua linguagem audiovisual são responsáveis por mediar a percepção da realidade, tanto mais inseridas estarão as pessoas quanto mais puderem acessar, avaliar e produzir conteúdos usando essas tecnologias e linguagens.*

gens audiovisuais digitais<sup>5</sup>.

Finalmente, ao democratizar o acesso e ao promover melhor compreensão e alfabetização para as mídias, a política pública ajudará a fomentar um comportamento protagonista por parte da população, seja nas escolas, seja nas organizações civis, estimulando a expressão, a criatividade e a profissionalização. No longo prazo, haverá produção diversificada, autêntica e com qualidade técnica suficiente para preencher o espaço criado pela digitalização do audiovisual. Neste ponto, nossos serviços de comunicação social poderão atender aos interesses do público, ajudando a melhorar a nossa democracia.

### *Composição e organização*

A política pública de educação para a mídia, a exemplo de outras já implementadas no país, deve ter orientação central, localizada na Casa Civil da Presidência da República, auxiliada pelos ministérios da Educação, da Cultura e das Comunicações, com execução descentralizada das atividades realizadas nas esferas federal, e municipal.

A centralidade se justifica pelo fato de haver a necessidade de um repertório mínimo comum, que deve ser garantido em todas as ações. Aspectos específicos e complementares devem ser adicio-

<sup>5</sup> Em 16 de setembro de 2006, a Radiobrás divulgou a fala do professor de Antropologia da UnB José Jorge de Carvalho, participante do 1º Encontro Sul-Americano de Culturas Populares, realizado pelo MinC em Brasília. Carvalho critica os produtores comerciais que chegam, filmam de qualquer maneira e depois editam as cenas mais pitorescas, sem levar em conta o significado. No mesmo evento, foram divulgados vídeos populares produzidos por frequentadores dos Pontos de Cultura do MinC. Num deles, produzido pelo Ponto de Cultura Audiovisual ABD Antares, do Piauí ([www.agenciabrasil.gov.br/media/videos/2006/09/21/PRGo4-5.flv/view](http://www.agenciabrasil.gov.br/media/videos/2006/09/21/PRGo4-5.flv/view)), o que se vê é justamente uma colagem de cenas pitorescas de um evento de cultura popular, sobre um fundo musical, mescladas com trechos de apresentações. Uma análise mais sistemática e crítica mostra que esse vídeo repete a estrutura massificada, criticada por Carvalho. Na falta de um 'letramento em mídia', as pessoas tendem a repetir o padrão que elas conhecem da TV comercial.

nados de acordo com as características das ações, sejam elas para o sistema formal de educação em seus diversos níveis, para o sistema não-formal, voltados à recepção ou à produção de conteúdos, ao estudo da história, da estética e da política das mídias no Brasil etc.

A execução das atividades ficaria a cargo dos três ministérios já citados e dos governos municipais, através das secretarias de Educação, Cultura e das bibliotecas locais. Caberia aos governos municipais e aos ministérios estabelecer redes de cooperação com escolas, organizações não-governamentais e universidades, para eleger conteúdos, definir metodologias de trabalho, elaborar materiais pedagógicos e metodologias de trabalho que convertam os princípios da educação para a mídia em atividades concretas, tanto para o ensino formal quanto para a educação continuada de jovens e adultos, fora das instituições de ensino.

O quadro 2, a seguir, descreve algumas tarefas básicas para cada um dos órgãos que compõem o governo federal:

### Quadro 2

#### *Composição e tarefas da política de mídia-educação na esfera do Governo Federal*

<b>ÓRGÃO</b>	<b>TAREFAS BÁSICAS</b>
<b>1. Na esfera federal</b>	
CASA CIVIL	<p><b>Órgão centralizador de informações e diretrizes e coordenador de ações executadas por outros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promover pesquisas quantitativas e qualitativas e consultas públicas para definir prioridades e rumos da política;</li> <li>- Encarregar-se de trazer a público as características do acesso, do uso e do nível de compreensão que os brasileiros possuem sobre o papel e o funcionamento das mídias de massa no Brasil;</li> <li>- Trabalhar com a Radiobrás para elaborar conteúdo audiovisual para informar o cidadão brasileiro sobre o <i>porquê</i> e o <i>como</i> da política de educação para a mídia.</li> </ul>
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO	<p><b>Órgão centralizador de informações e diretrizes voltadas ao ensino formal, da escola básica à universidade</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Regulamentar a criação da disciplina Mídia no Ensino Fundamental e Médio, criando diretrizes curriculares e coordenando a produção de materiais pedagógicos elementares,</li> </ul>

através da Rádio Escola, da TV Escola e de material impresso e multimídia a ser disponibilizado nas páginas da Educação Básica, da Educação a Distância e da Educação de Jovens e Adultos, no site do ministério. Incluir questões sobre essa área no Enem;

- Criar as diretrizes para a disciplina Mídia nos cursos de formação de professores, e fomentar uma rede de conhecimento que articule experiências já acumuladas por docentes e pesquisadores das áreas de Comunicação e de Educação que vêm se dedicando ao tema. Incluir questões sobre essa área no Enade;

- Criar as diretrizes para a disciplina Mídia-educação nos cursos de Comunicação Social, e fomentar uma rede de conhecimento que articule experiências já acumuladas por docentes e pesquisadores das áreas de Comunicação e de Educação que vêm se dedicando ao tema. Incluir questões sobre essa área no Enade;

- Promover um curso para formação de professores do Ensino Fundamental e Médio que já estão na ativa, e que se interessam pela disciplina Mídia;

- Elaborar um *kit* pedagógico para auto-estudo, destinado a professores e estudantes das áreas de Pedagogia e Licenciatura que desejam aprender mais sobre o assunto. Esse material pode ser disponibilizado na página do MEC ou vendido a preço de custo para quem não tem acesso à Internet ou prefere ter o material impresso, em CD e DVD;

- Fomentar as iniciativas autônomas de escolas e secretarias municipais de educação, criando concursos e premiando projetos na área.

---

MINISTÉRIO  
DA CULTURA

***Órgão centralizador de informações e diretrizes voltadas à educação não-formal e ao aprendizado ao longo da vida***

- Promover um projeto do tipo ‘Estude a Mídia’, animando a população em geral a se engajar em atividades culturais e na participação de discussões públicas sobre a condução dos sistemas de comunicação no Brasil, tais como o projeto ANCINAV e Cultura digital, por exemplo.

- Centralizar a organização de uma biblioteca virtual, contendo acervo multimídia com a história do rádio, da TV e da Internet no Brasil, além de traduzir conteúdos vindos de outros países e que representem referências importantes

---

---

para desenvolver o sistema brasileiro. Essa biblioteca pode ser construída de modo cooperativo com a iniciativa privada, com universidades e com órgãos da sociedade civil.

- Coordenar a formação de uma rede de mídias alternativas e comunitárias que fomentem a participação do produtor não-profissional na criação de conteúdos.

- Fomentar as iniciativas autônomas de organizações da sociedade civil e de secretarias municipais de cultura no campo das mídias, criando concursos e premiando projetos;

- Elaborar um *kit* para auto-estudo específico para crianças e outro para jovens e adultos que queiram aprender mais sobre o assunto. Esse material pode ser disponibilizado na página do MinC ou vendido a preço de custo para quem não tem acesso à internet ou prefere ter o material impresso, em CD e DVD.

---

MINISTÉRIO DAS  
COMUNICAÇÕES

***Órgão centralizador de informações e diretrizes sobre educação para a mídia voltadas às concessionárias de radiodifusão***

- Definir um percentual mínimo de programação que se comprometa com os princípios da educação para a mídia a serem veiculados pelas concessionárias de rádio e de televisão, públicas e privadas, educativas e comerciais;

- Criar mecanismos para verificar o cumprimento das obrigações por parte das concessionárias;

- Definir diretrizes para nortear a produção de conteúdo e avaliar a qualidade dos programas veiculados pelas concessionárias;

- Criar uma rede de parcerias entre as concessionárias, as universidades e as organizações não-governamentais, para que essas duas últimas ofereçam programas sobre educação para a mídia às concessionárias que não têm como produzir conteúdos ou precisem de consultorias para fazê-lo;

- Definir diretrizes para que as concessionárias disponibilizem *websites* com conteúdos educativos sobre mídia, usando como fonte de informação os seus próprios conteúdos, e deve organizar essa rede de *websites*, disponibilizando-a na página do ministério.

---

De um modo geral, as ações acima descritas serviriam para pôr a educação para a mídia no centro dos debates, trazer à tona a questão da responsabilidade do Estado sobre a regulamentação dos serviços de radiodifusão – e a responsabilidade de cada concessionária para com o público – além de fornecer as bases conceituais para o trabalho nas esferas locais. No médio prazo, serviriam para estimular a criação de uma memória coletiva e uma identidade para o uso das comunicações. Como se sabe, memória e identidade são requisitos fundamentais para fortalecer uma instituição.

Na esfera dos poderes locais e da sociedade civil, ficariam as tarefas de implementação de projetos, sintonizados com as diretrizes federais, além do fornecimento de dados à esfera federal, para que se possa avaliar os resultados e melhorar as propostas de trabalho. O quadro 3 resume as tarefas dos governos locais:

### Quadro 3

#### *Composição e tarefas da política de mídia-educação nas esferas locais*

---

SECRETARIAS MUNICIPAIS DE EDUCAÇÃO	<b><i>Órgãos que recebem as diretrizes do MEC e as transformam em ações em âmbito local, e também alimentam as bases de dados dos órgãos federais</i></b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Criar projetos locais para formação de professores, unindo as diretrizes federais às especificidades locais;</li><li>- Formar parcerias locais com ONGs e universidades para criar oportunidades para produção de conteúdo, protagonizada por alunos e professores de escolas públicas;</li><li>- Montar acervos locais de materiais pedagógicos sobre mídia-educação;</li><li>- Avaliar o impacto das ações e reportá-las à base de dados nacional, capitaneada pela Casa Civil da Presidência da República.</li></ul>
SECRETARIAS MUNICIPAIS DE CULTURA	<b><i>Órgãos que recebem as diretrizes do Ministério da Cultura e as transformam em ações em âmbito local, e também alimentam as bases de dados dos órgãos federais</i></b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Criar acervos locais, sediados em bibliotecas públicas, com material sobre mídia-educação;</li><li>- Promover ações culturais e educativas constantes e de pequeno porte, a fim de promover o uso efetivo do acervo</li></ul>

---

---

(exposições, cineclube com discussão sobre linguagem do cinema e da TV etc);

- Manter espaços para produção de conteúdo audiovisual local, protagonizado por não-profissionais, e disponibilizar esse material nos acervos e nas ações culturais;

- Avaliar o impacto das ações e reportá-las à base de dados nacional, capitaneada pela Casa Civil da Presidência da República.

---

BIBLIOTECAS  
PÚBLICAS

***Órgãos trabalham em sintonia com as esferas federal e local em projetos de formação de acervos sobre mídia-educação***

- Atuar como pequenos centros de produção audiovisual, que registrem fragmentos do modo como os brasileiros usam as mídias;

- Disponibilizar os *kits* para auto-estudo produzidos pelo MEC e pelo MinC;

- Abrigar exposições e eventos culturais itinerantes sobre o assunto;

- Organizar e divulgar um acervo próprio sobre mídia.

---

Os governos locais serviriam como centros disseminadores das diretrizes federais e como aglutinadores das atividades promovidas pelas escolas, ONGs e universidades. Também teriam a tarefa de organizar dados acerca dos resultados das ações e enviá-los ao governo federal. Teriam íntima relação com os sistemas de educação formal e com organismos da sociedade civil engajados na educação para a mídia. O quadro 4 resume propostas para essas instâncias da sociedade civil.

***A questão que fica em aberto é por que ainda não houve discussões sobre políticas federais de educação para a mídia no Brasil?***

## Quadro 4

### Composição e tarefas da política de mídia-educação no âmbito da sociedade civil

---

ESCOLAS PÚBLICAS E PRIVADAS	<p><b><i>Órgãos que põem em prática os preceitos fundamentais da educação para a mídia no âmbito da educação formal e alimentam as bases de conhecimento das esferas de governo local e federal, a fim de renovar e desenvolver referências e novas políticas</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Incluir a disciplina Mídia no currículo, fundamentada nos referenciais pedagógicos definidos pelo MEC;</li><li>- Criar grupos de estudos para professores, que receberão professores universitários, pesquisadores e profissionais atuantes em ONGs que desenvolvam a mídia-educação;</li><li>- Promover eventos culturais para alunos e comunidade tais como exposições, cineclubes, sessões de leitura comparativa de jornais e telejornais etc;</li><li>- Criar um acervo específico sobre mídia-educação, que será disponibilizado na biblioteca;</li><li>- Fornecer dados sobre os resultados das atividades aos governos local e federal.</li></ul>
ORGANIZAÇÕES NÃO-GOVERNAMENTAIS	<p><b><i>Órgãos que põem em prática os preceitos fundamentais da educação para a mídia no âmbito da educação e da cultura popular e alimentam as bases de conhecimento das esferas de governo local e federal, a fim de renovar e desenvolver referências e novas políticas</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Produzir materiais pedagógicos voltados para a educação para a mídia no sistema escolar e não-formal;</li><li>- Fornecer instrução e apoio às atividades realizadas pelas prefeituras e pelas escolas;</li><li>- Trabalhar em parceria com as universidades para desenvolver metodologias, pesquisas e reflexão teórica para auxiliar as esferas federais;</li><li>- Produzir conteúdo para ser veiculado em rádios e TVs públicas e privadas</li></ul>
UNIVERSIDADES PÚBLICAS E PRIVADAS	<p><b><i>Órgãos que oferecem referências práticas para os governos locais, escolas e ONGs, produzem investigações diversas e fornecem a reflexão teórica para auxiliar a gestão pública da política</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Organizar e disponibilizar todo o conhecimento já produzido no Brasil sobre o tema. Esse conteúdo pode ser centralizado no site do governo federal;</li></ul>

---

- 
- Produzir materiais pedagógicos voltados para a educação para a mídia no sistema escolar e não-formal;
  - Fornecer instrução e apoio às atividades realizadas pelas prefeituras e pelas escolas, em projetos de extensão à comunidade;
  - Trabalhar em parceria com as ONGs para desenvolver metodologias, pesquisas e reflexão teórica para auxiliar as esferas federais;
  - Produzir conteúdo para ser veiculado nas rádios e TVs públicas e privadas.
- 

Portanto, nas organizações da sociedade civil ficariam as atividades pulsantes, a espontaneidade, a apropriação local dos referenciais nacionais. Entretanto, para que seja mantida a coerência com os princípios da política nacional, essas esferas trabalhariam muito próximas às secretarias municipais, que reportariam resultados ao governo federal.

## 5. Considerações finais

O raciocínio desenvolvido aqui se sustentou em quatro pontos: as modificações estruturais que a migração para as plataformas digitais traz para o cenário da radiodifusão brasileira, a renovação das tensões entre interesses de caráter público e de caráter privado, a apropriação do presente momento para tornar público o debate sobre a estrutura clientelista, concentrada e conservadora das concessões de rádio e de TV brasileiras, e a centralidade de uma política de educação para a mídia como instrumento para promover a participação democrática nos campos da comunicação e da cultura, que fazem a mediação entre os cidadãos e a realidade.

Apesar do caráter especulativo das idéias expostas aqui (posto que uma política dessas ainda não foi sequer alvo de discussões tornadas públicas por parte dos órgãos de governo), é preciso ressaltar a viabilidade de tal projeto, já no curto prazo.

De fato, não há uma discussão em torno de um sistema nacional de políticas de mídia-educação. Entretanto, dentro do próprio governo, uma série ações se aproximam dessa perspectiva. No Minis-

tério da Educação, por exemplo, há o projeto *Mídias na Educação*, que se propõe a preparar educadores para produzirem conteúdo audiovisual na escola. A TV Escola tem exibido programas esporádicos que tratam das mídias, a Secretaria de Educação à Distância realizou, com sucesso, o curso “A TV na Escola e os Desafios de Hoje” para professores das escolas públicas. No Ministério da Cultura, há os estudos sobre a criação da ANCINAV, que reserva espaço para a produção de conteúdo independente e comunitário (o que não deixa de ser escrita audiovisual), o programa *Cultura Digital* e os chamados *Pontos de Cultura*. Todos esses programas estimulam a participação efetiva da população na produção de conteúdo. No médio prazo, escritores de som e imagem tendem a se tornar leitores melhores. Só falta uma ação expressiva no Ministério das Comunicações, ator central no processo.

Portanto, o que temos disponível hoje é uma coleção de programas fragmentados, que esbarram na questão, mas não a encaram com a consciência das suas peculiaridades, dimensão e importância.

A questão que fica em aberto é *por que ainda não houve discussões sobre políticas federais de educação para a mídia no Brasil?* Com tantos debates sobre o poder da imprensa e da TV, já está passando da hora de o Estado se manifestar em defesa dos direitos dos cidadãos brasileiros. Principalmente se nossos atuais governantes estiverem comprometidos com o preceito constitucional brasileiro de que todo poder emana do povo, e em seu nome será exercido. ■

### Referências bibliográficas

- AZEVEDO, Fernando A. “Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político” in *Opinião Pública*, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, 2006, p. 88-113.
- BRASIL. *Projeto SBTVD – Questões Centrais para uma tomada de decisão. Sugestões do Ministério da Cultura ao Comitê de Desenvolvimento do SBTVD*. Brasília, Ministério da Cultura (MinC), 2006. Disponível em [www.brasil.gov.br](http://www.brasil.gov.br). Acesso em 3 de novembro de 2006.

- CMSSC (Culture, Media and Sport Selected Committee). *The Communications White Paper - Government Response to the Second Report from the Culture, Media and Sport Select Committee*. Session 2000–2001 – Disponível em <http://www.culture.gov.uk/PDF/CM5316.PDF>. Acesso em 29 de agosto de 2006.
- DCMS/DTI. *A New Future for Communications*. Londres: Her Majesty Stationary Office, 2000.
- HALLIN, D.C. e MANCINI, P. *Comparing Media Systems: three Models of Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press, 2004.
- LIMA, V. A. *Mídia, teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LIVINGSTONE, S. “On the Challenges of Cross-National Comparative Media Research” in *European Journal of Communication*, Vol 18 (4), p. 477–500. Londres: Sage Publications, 2003.
- OFCOM. *Ofcom’s Strategy and Priorities for the Promotion of Media Literacy - A statement*. Londres, 2004. Disponível em [www.ofcom.co.uk](http://www.ofcom.co.uk). Acesso em 30 de agosto de 2006.
- ROTHBER, D. E SIQUEIRA, A. B. “TV pública e democracia: perspectivas para o Brasil” in *Revista fronteira*, São Leopoldo, v. VII, n. 2, p. 131-142, 2005.

# Educação para a mídia como política pública: experiência inglesa e proposta brasileira

Alexandra Bujokas de Siqueira

## Resumo

Este artigo discorre sobre a relevância e a viabilidade de um sistema nacional de políticas públicas em educação para a mídia no Brasil. Para tanto, parte da experiência que vem sendo desenvolvida na Inglaterra desde 2003, quando foi aprovada a nova lei de comunicações, que incluiu a *media literacy* entre as obrigações do Ofcom, o órgão regulador da radiodifusão e das comunicações digitais. Sem esquecer as peculiaridades do contexto da política e da radiodifusão brasileira, o trabalho considera conceitos básicos elaborados na Inglaterra, recobra reivindicações da sociedade civil brasileira e sugere as linhas rudimentares de uma ação política na área.

## Palavras-chave:

Mídia-educação – radiodifusão - plataformas digitais – política pública

## Abstract

*This paper discusses the relevance and the viability of a national system of public policies about media education for Brazil. Therefore, departs of the British experience which has been carried out since 2003, when the Communications law received Royal Assent, including the media literacy among the Ofcom's duties. Not forgetting Brazilian peculiarities about politics and broadcasting system, this paper considers basics concepts from England, reacquires demands of Brazilian civil society and suggests elementary lines of action for a public policy in this field.*

## Key words:

*Media literacy – broadcasting – digital platforms – public policy*