

UM BALANÇO DA CAMPANHA PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Bernardo Kucinski
Professor da Escola de
Comunicações e Artes da USP



São Paulo, 5/10/07

O movimento pela democratização da comunicação social alcançou um inédito acúmulo de forças no país. Centrais sindicais, partidos políticos e movimentos sociais finalmente entenderam a dimensão estratégica da comunicação e incluíram na sua pauta prioritária a luta pela democratização da informação. O Observatório Brasileiro de Mídia está desenvolvendo um ferramental completo de acompanhamento e crítica do discurso midiático. A maior fraqueza do campo popular está no contexto ideológico. O panorama é contraditório, desafiando uma definição

Desde a Constituinte de 1988, não tínhamos o nível de acúmulo de forças hoje alcançado na luta pela democratização da mídia no Brasil. Mesmo na negociação da regulação das Tevês a cabo, em que forçamos as concessionárias a fornecer gratuitamente quatro canais de uso público, o que se deu foi muito mais uma articulação da cúpula do movimento.

Hoje, há uma rede articulada, com ramificações em vários setores da sociedade civil, engajada na democratização da informação. Várias ONGs e sites na Internet dedicam-se ao acompanhamento da mídia e das políticas públicas de comunicação. Temos uma dezena de observatórios da imprensa dedicados à crítica de discurso midiático, indo muito além, em profundidade, fundamentação e consistência, da crítica auto-indulgente que antes prevalecia.¹

Em Santa Catarina, procuradores da República estão montando uma ação inédita contra o grupo RBS por formação de um monopólio de mercado, depois da compra pelo grupo do jornal *A Notícia*.

Algumas centrais sindicais, partidos políticos e movimentos sociais finalmente entenderam a dimensão estratégica da comunicação e incluíram na sua pauta prioritária a luta pela democratização da informação, como é o caso do site “Vermelho”, do PCdoB. Com apoio decisivo de sindicatos importantes, o Observatório Brasileiro de Mídia está desenvolvendo um ferramental completo de acompanhamento e crítica do discurso midiático.

Já levamos o governo a adotar duas políticas públicas inovadoras: o cadastramento de todas as concessões públicas de rádio e TV e a instituição de uma rede nacional de TV pública. Conseguimos também alguma mudança para melhor

no atendimento dos pedidos de regularização das rádios comunitárias pelo Ministério das Comunicações, embora ainda prevaleça uma postura restritiva. Pela primeira vez, uma entidade inter-sindical, a Fundação Comunicação Cultura e Trabalho, conseguiu a outorga de uma concessão de geradora de TV, hoje em fase de instalação em Mogi das Cruzes.² No Congresso, novas autorizações de concessões estão sendo submetidas a um exame mais criterioso, inclusive o pedido da mesma fundação, de um canal de rádio FM, em São Vicente. O BNDES abriu uma linha de financiamento para produção independente de imagem. Pode ser a primeira de uma série de políticas públicas compensatórias para estimular o pluralismo e a diversificação temática na mídia.

Em junho foi realizado em Brasília o primeiro Encontro Nacional de Comunicação, com apoio da

Câmara dos Deputados, reunindo cerca de 30 entidades da sociedade civil. No horizonte, a primeira grande Conferência Nacional de Comunicação, marcada para 2008. O objetivo comum desses movimentos é instituir o interesse público na definição das políticas de comunicação, incluindo as concessões de canais de rádio e TV.³

O contexto em que tudo isso está acontecendo é o de uma transformação profunda, ainda em progressão veloz, no modo de produção e no mercado da comunicação. A passagem dos sinais analógicos para os digitais permite multiplicar por até dez o número de canais no espectro eletromagnético. A Internet eclodiu como uma nova e poderosa mídia, além de ferramenta de trabalho. E mal se passaram alguns anos, os aparelhos celulares já podem ser definidos como mais uma nova mídia, um modo portátil de ver o mundo e interagir com as outras mídias.

Além dos cinco jornais de referência nacional, de grande visibilidade, mas que substituíram o jornalismo factual pela ideologia pura, o mercado editorial se enriquece, se diversifica, graças aos baixos custos de produção que a Internet tornou possíveis

Esse conjunto de novos meios muda por completo o panorama da comunicação social. Pela primeira vez, as tecnologias, além de democratizarem a comunicação, barateiam custo, descentralizam a produção. Pela primeira vez, surge uma tecnologia que dá, a cada ser humano minimamente inserido numa sociedade moderna, o direito de informar, como distinto do direito de ser informado. Essa é a mais importante dimensão da Internet.

O barateamento dos custos explica a explosão de revistas de pequena circulação hoje no Brasil, inclusive revistas temáticas de alto padrão editorial, em todos os campos do conhecimento e da atividade humana. Além dos cinco jornais de referência nacional, de grande visibilidade, mas que substituíram o jornalismo factual pela ideologia pura, descolando-se do sentimento popular, o mercado editorial se enriquece a cada dia, se diversifica, se fragmenta, graças aos baixos custos do novo modo de produção, circulação e acesso, desbloqueados pela Internet.

Os grandes grupos tentam manter o domínio de mercado através do controle dos canais de comercialização, das megafusões e da prática do super-sinergismo pelo qual veículos diferentes do mesmo conglomerado promovem-se uns aos outros, e da insistência no conceito de “pirataria”.⁴ Trata-se, no entanto de uma ação reativa, que não consegue frear o desenvolvimento das forças produtivas da comunicação, hoje movidas por uma exuberância tecnológica que torna difícil manter o padrão anterior de controle. A

nova tecnologia é intrinsecamente libertária e desconcentradora.

O governo Lula é mais sensível às demandas dos setores organizados dos trabalhadores e de minorias secularmente excluídas. Por isso mesmo, é hostilizado fortemente pelas elites tradicionais e, em consequência, pela mídia convencional, que na América Latina tem raízes oligárquicas, perfil elitista e cultura autoritária. Procurando proteger seus flancos, Lula firmou, primeiro, um pacto estratégico com o capital financeiro. Depois, firmou outro, com a Rede Globo, valendo-se do poder de retaliação adquirido pela chegada ao poder. O governo cobra da Globo um mínimo de isenção.

As decisões de partir para o recadastramento e para a formação de uma rede pública de TV sugerem o esgotamento do acordo de convivência com a Globo. Não são apenas o resultado das lutas pela redemocratização dentro do aparelho de Estado. O próprio executivo convenceu-se de que na campanha da reeleição a Globo violou as regras mínimas de isenção, retomando a postura de querer ditar os destinos do país em vez de se limitar a reportá-los.

No contexto ideológico está a maior fraqueza do campo popular. O panorama é contraditório, desafiando uma definição. Na face visível das manifestações políticas e culturais parece prevalecer o valor neoliberal, do “cada um por si, Deus por todos”. Mas, nas águas mais profundas, os valores dominantes são os do “politicamente correto”, tolerância e pluralismo,

defesa da paz, da solidariedade humana e da preservação da natureza; repúdio às agressões e à guerra contra o Iraque.

A luta pela democratização da informação parece atrair movimentos dos mais diversos matizes. O momento é promissor, mas basta o governo usar tudo isso para renegociar seu pacto com a Globo, e muito do que se conseguiu será perdido

A sociedade, sacudida por fenômenos como a Internet e a liberação total de costumes, parece se revitalizar na própria tragédia, nos seus roteiros de violência e desemprego. O contingente de jovens nas universidades cresce exponencialmente. Em toda a América Latina os movimentos sociais tomaram a iniciativa, mudando de modo significativo a correlação de forças e o panorama político.

No Brasil, o quadro não é de anomia e sim de uma ebulição ainda sem rumo. Muitos movimentos sociais no Brasil movem-se por agendas setoriais estanques que não falam entre si, e o maior partido político de esquerda demora em reelaborar suas idéias para torná-las compatíveis com o atual estado das forças produtivas e visões de mundo da juventude. O governo só agora começa a elaborar um pro-

jeto nacional. A luta pela democratização da informação parece atrair movimentos dos mais diversos matizes. Não só por sua função instrumental e por atender direitos difusos, que beneficiam a todos, como por implicar necessariamente numa luta pela democratização do aparelho de Estado. O momento é promissor, mas basta o governo usar tudo isso para renegociar seu pacto com a Globo, e muito do que se conseguiu será perdido.

Nossa principal frente de atuação deve se dar em torno da regulação do novo espectro eletromagnético ampliado pela digitalização. Essa luta movimenta os pesos pesados da indústria da comunicação. Também está no centro das propostas temáticas da comissão autodenominada Pró-Conferência, que vem se reunindo periodicamente para preparar a Conferência de 2008. Os desafios colocados para todos, em especial para as forças populares, é enorme, mesmo porque as variáveis tecnológicas ainda estão em movimento de redefinição. O próprio caráter das novas tecnologias, que pulverizaram o espectro e popularizaram o acesso à informação, mas ao mesmo tempo propiciam a convergência de plataformas e serviços, dificulta a aplicação de conceitos clássicos, como os de concentração de mercado, monopólio, oligopólio e cartel.

Durante a conferência preparatória, ocorrida em setembro em Brasília, a Frente Nacional Pela Democratização da Comunicação defendeu o conceito de uma rede pública e única com garantia de

acesso universal a todos os sinais (som, imagem e dados) e que ao mesmo tempo otimize o uso socialmente relevante das diferentes plataformas tecnológicas de comunicação. Trata-se de inverter a lógica mercantil da Lei Geral das Telecomunicações de 1997, baixada com o objetivo de privatizar tudo, e que subordinou até mesmo os sistemas públicos à lógica do mercado. Seu pretexto principal era o de que a privatização e competição entre grupos incrementaria o fluxo da livre informação, mas aconteceu o contrário.

Como conseguir que na definição de uma nova Lei Geral das Telecomunicações prevaleça a ótica do interesse público? O recadastramento é um bom começo, porque vai nos desvendar quem são os reais concessionários no Brasil. Mas dada a correlação de forças no Congresso, a complexidade técnica, e a tendência do governo de ceder em áreas que não considera estratégicas, para obter apoio em outras áreas, é muito difícil conseguir-se uma mudança tão profunda.

É prioritário desenvolver o ativismo dentro do Conselho Consultivo de revisão da Lei Geral das Telecomunicações, anunciado pelo ministro Hélio Costa. É possível nesse âmbito focar uma agenda mínima factível; alguns princípios por uma nova regulação democrática, que independam da forma como se completará a transição tecnológica. Um rol de especificações bem claras. Tais como: (a) controle público do processo de concessões do espectro; (b) abertura do espectro a entidades da sociedade civil; (c)

impedir por normas claras o monopólio regional e o monopólio cruzado; (d) subordinar a concessão à apresentação de projetos editoriais harmônicos com políticas públicas previamente acordadas em fóruns legítimos e democráticos; (e) regras claras de operação, limitando tempo de propaganda, obrigando tempo mínimo de noticiário e taxa mínima de ocupação com produção nacional e regional.

Nosso trabalho de crítica e acompanhamento de mídia já conseguiu forçar dirigentes da mídia convencional a uma explicação pública de suas práticas. Mas é pouco, frente ao fosso que separa a prática jornalística no Brasil dos princípios éticos auto-proclamados pelo jornalismo

A constituição da rede pública de TV é hoje a nossa segunda mais importante frente de luta, mesmo na perspectiva de declínio relativo da importância da TV no futuro próximo frente à Internet.⁵ O movimento pela democratização da informação tem uma estratégia clara para entrar na briga pela definição do caráter da rede pública? Parece que não. As definições vêm se dando aos pedaços, tentando por um lado acomodar disputas internas de grupos palacianos e por outro, não assustar o campo conservador. Daí o cuidado

extremo na formação de seu corpo dirigente e de seu conselho, formados por quadros do próprio sistema dominante. Procura-se a legitimidade mimetizando. “Na crise surge uma grande variedade de sintomas mórbidos”, disse Gramsci nos seus *Cadernos do Cárcere*. A crise consiste precisamente no fato de que “o velho está morrendo, e o novo ainda não consegue nascer”.

Vamos torcer e trabalhar para que a TV pública não seja apenas mais um “sintoma mórbido”, mais um apêndice culturalmente melhorado do sistema de comunicação de massa mercantil. É preciso que ela tenha peso no processo de formação da agenda nacional e se guie por princípios de pluralidade, radicalidade jornalística e republicanismo. Não é impossível tirar o projeto de TV pública de seu invólucro defensivo e burocrático. A explosão criativa do cinema nacional mostra que há vida além da Rede Globo e da Globosat. Que há uma nova geração de artistas e intelectuais querendo falar e tendo o que falar. Eles deveriam estar no cerne da rede pública de TV.

Nossa terceira frente de luta é a interna, na esfera da ética jornalística. Nosso trabalho de crítica e acompanhamento de mídia já conseguiu forçar dirigentes da mídia convencional a uma explicação pública de suas práticas. Mas é pouco, frente ao fosso que separa a prática jornalística no Brasil dos princípios éticos auto-proclamados pelo jornalismo. Não por acaso, o Brasil é o país em que há mais processos contra jornalistas, em termos relativos, por crimes de imprensa.⁶

As entidades de acompanhamento de mídia podem aumentar muito sua capacidade de intervenção, alargando a brecha já aberta, se optarem por críticas tópicas mais imediatas, em cima de episódios específicos. Ao mesmo tempo podem robustecer sua ação, aumentar em muito sua legitimidade, intensificando seus contatos com a academia, que faz estudos mais metódicos, mas num tempo de maturação mais lento.

A frente da ética é difícil porque muitos jornalistas tiram o corpo, alegando que “são os patrões que mandam fazer assim”. Os sindicatos e a Fenaj contribuíram para essa dissociação, criando um “código de ética dos jornalistas”, que não é negociado com o patronato e muito menos por eles subscrito. Além disso, o código de ética dos jornalistas brasileiros é meramente simbólico, porque a maioria dos jornalistas o ignora e os comitês de ética dos sindicatos só funcionam nos casos de defesa de interesses corporativos. Não punem as violações da ética profissional. Também tratam indiferentemente jornalistas e assessores de imprensa.

Nessa esfera deveríamos encetar uma campanha por etapas, que conseguisse num primeiro momento, seja através de acordos coletivos de trabalho ou por lei do Congresso, a implantação da **cláusula de consciência** nas redações. Uma cláusula que proteja o jornalista contra punições por motivos de opinião. Seria interessante também impedir a prática do anonimato, que já é vedado pela Lei de Imprensa, mas praticado amplamente. Instituir a assinatura das matérias como prática obrigatória.

Não se pode culpar o patronato por defender seus interesses. Foi para isso que se criaram grandes jornais de referência nacional, que pautam a mídia eletrônica. Pode-se, isso sim, culpar a esquerda, por até hoje não ter lançado um grande jornal de referência nacional

Finalmente, a grande pergunta: o que fazer com a mídia oligárquica impressa? Não há nada a fazer, exceto criar mídias impressas do campo popular. Se nos meios eletrônicos devem prevalecer critérios claros de neutralidade política, já que são concessões do poder público, nos meios impressos o princípio geral é a liberdade total de alinhamento ideológico e mesmo partidário, incidindo apenas as restrições da Lei de Imprensa, que tipifica crimes de injúria, calúnia e difamação.

É válido o esforço de desconstrução do discurso da mídia porque pode colocar na defensiva os promotores da mentira ou do golpe. Mas não se pode culpar o patronato por defender seus interesses. Foi para isso que criaram grandes jornais de refe-

rência nacional, que pautam a mídia eletrônica. Pode-se, isso sim, culpar os movimentos sociais e centrais sindicais, ou partidos que se dizem de esquerda, por não terem lançado até hoje um grande jornal de referência nacional que defenda os interesses populares e nacionais. Que se contraponha à mídia impressa oligárquica.

Muitos fatores explicam os recorrentes fracassos dos projetos de mídia impressa da esquerda. Em primeiro lugar, o sectarismo, que dificulta a colaboração entre grupos de extrações ideológicas diferentes, seja na produção ou na distribuição. Os veículos tornam-se instrumentos de disputa interna ou externa. Esse foi o mecanismo que enterrou quase toda a imprensa alternativa nos anos 1970. No mundo sindical, em que o lançamento de um jornal nacional poderia até mesmo economizar recursos, ao consolidar grande número de pequenos jornais, predomina a atomização, a subordinação das ações de comunicação aos interesses políticos do grupo dirigente ou limitando-as às lutas locais da categoria.

As dezenas de jornaizinhos e revistas produzidas pelos sindicatos exercem alguma influência na base social, mas não conseguem quebrar o monopólio da formação da agenda dos grandes veículos oligárquicos de comunicação de massa. Para isso, o movimento popular também teria

que ter um grande veículo de comunicação de massa, e que se dirigisse aos grandes temas nacionais. Mas poderia o campo popular desempenhar esse papel, se também ele não é portador de um projeto nacional, apenas de pautas setoriais e corporativas?

Jornais eletrônicos na Internet são a nova oportunidade do campo popular, pelo seu baixo custo e modernidade intrínseca. A dinâmica está na Internet. Se eu fosse hoje fazer um projeto de um jornal de influência nacional, optaria por um *site* na Internet, de alto padrão jornalístico, capaz de gerar sua própria reportagem, com uma coluna analítica e interpretativa e uma janela de TV Web, para debates. Uma espécie de UOL de esquerda: é o que se deveria tentar hoje no Brasil, com os recursos disponíveis. Seria o melhor projeto do ponto de vista da relação custo-benefício, além de se situar na vanguarda tecnológica.

Sobre o autor

BERNARDO KUCINSKI, físico, jornalista, é professor titular (aposentado) da Escola de Comunicações e Artes da USP. Autor de vários livros, entre os quais *Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa* (Scritta, 1991) e *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética* (Perseu Abramo/Unesp, 2005).

Sobre o texto

Originalmente apresentado para discussão na mesa "Os Observatórios de Mídia e Democracia", do Fórum Internacional Mídia, Poder e Democracia, realizado em Salvador de 12 a 14 de novembro de 2007, promovido pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Observatório Brasileiro de Mídia e outras entidades.

Notas

- 1 Entre eles, Observatório Brasileiro de Imprensa, Observatório Brasileiro de Mídia, Observatório Brasileiro do Direito à Informação, Monitor de Mídia; Boletins da FNDC, da Epcom e da Entrevoces, "Vermelho" (PCdoB), Carta Maior, Rede Nacional de Jornalistas Populares; Blog do Professor Chaparro.
- 2 Até hoje, sindicatos têm que alugar espaço em tevês ou emissoras de rádio para veicular seus pontos de vista. É o que faz a Corrente Sindical Classista, do PCdoB, especialmente na Bahia. A CUT em São Paulo fez um convênio com a Rádio 9 de Julho, da Cúria, para transmitir o seu programa "Bom Dia Trabalhador".
- 3 Essa concessões são o exemplo extremo da ilegalidade e apropriação do espaço público por interesses privados. Durante sucessivos governos serviram de moeda de troca em bar-

ganhas políticas e hoje 51 deputados e 27 senadores controlam, direta ou indiretamente, emissoras de rádio ou Tevê. Entrevista do professor Venício Lima à Rede Nacional de Jornalistas Populares, julho de 2006.

- 4 Um exemplo de megafusão é da AOL com a Time-Warner em 2000, com valor de mercado estimado então em US\$ 350 bilhões. Um exemplo de tentativa de controle da distribuição é a compra da Chinaglia pela Dinap, este ano, dando origem à distribuidora Treelog S/A. Se for aprovada pelo Cade, a nova empresa terá domínio de praticamente 100% do mercado, criando-se um problema gravíssimo de monopólio num setor vital da sociedade.
- 5 Esse declínio já é notável hoje, com a perda de 3,6 pontos de audiência pela Rede Globo, sem ganho significativo das outras redes. Dados de setembro de 2007 em relação a outubro de 2006. Conforme Daniel Castro in Folha de S. Paulo.
- 6 Relatório da ONG "Artigo 19", da Inglaterra. Conforme "Vermelho", site do PCdoB, 19/10/07.