

Janeiro 2007 nº 5

Golpe na mídia

Luis Fernando Verissimo e especialistas analisam a surpreendente rejeição do eleitor à tradição da imprensa de impor seus candidatos

O que esperar do novo governo nas comunicações

FNDC apresenta propostas para a radiodifusão pública



Há vagas
para leitores de
entrelinhas.

M MídiaCom
DEMOCRACIA
Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

Ajude a fazer a revista do FNDC.
Escreva para imprensa@fndc.org.br



Esta edição da revista MídiaComDemocracia é um projeto selecionado pelo Programa Cultura e Pensamento 2006
Seleção Pública de Projetos Editoriais de Debates em Periódicos Impressos.

Patrocínio :



Realização :



Ministério
da Cultura



Co-realização :



REDE NACIONAL DE ENSINO E PESQUISA

Ministério
da Educação

Quem forma a opinião do eleitor?

O comportamento da grande mídia no processo eleitoral, em 2006, provocou uma polêmica que se generaliza pelo país. Mais nos veículos tradicionais, a mídia pautou-se a si mesma, nas últimas eleições gerais no Brasil. O motivo apontado é a cobertura peculiarmente parcial e especialmente agressiva da imprensa contra o governo federal na corrida pela reeleição. No modelo atual das empresas de comunicação, o jornalismo sofre pressão de interesses particulares, partidários e do mercado. Episódios da história brasileira mostram que a mídia tem influenciado, vez por outra, nos acontecimentos políticos do país. O que há de novo é que, desta vez, apesar de grande esforço, os meios de comunicação de massa não conseguiram suggestionar a maioria do eleitorado. A cobertura espetaculosa que se verificou nos períodos pré-eleitoral e eleitoral não convenceu a população. Faltou credibilidade? Especialistas, profissionais e políticos listados aqui fazem suas análises acerca do tema. O escritor Luis Fernando Verissimo tem opinião sobre o assunto, e nos fala, com exclusividade, nesta edição. As políticas de comunicação no primeiro governo Lula não foram lá essas coisas. Um balanço dessa área indica que o presidente terá muito que trabalhar, em seu segundo mandato, para dar conta de traçar políticas públicas para esse setor no Brasil. Marco regulatório, digitalização, comunicação comunitária. A democratização da comunicação depende de como o governo vai debater essas questões. Um bom movimento é a realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas, em processo de construção com a sociedade civil.



Entrevista

4

Luis Fernando Verissimo

Pelo resultado das eleições, a influência da mídia foi pouca, confere Verissimo, sobre o bombardeio dos meios de comunicação ao governo Lula. No papel da imprensa, o engajamento disfarçado é pior do que o declarado. Usuário da cultura eletrônica, o escritor ainda se assusta com a “terra sem lei” que é a internet.

História

10

Origem das comunitárias

Livres ou comunitárias? Emissoras alternativas ao modelo comercial e estatal são tão antigas quanto a tecnologia de radiodifusão. As primeiras “transmissões livres” brasileiras datam da década de 30. Nos anos 80, com a redemocratização do país, o movimento pela democratização da comunicação toma fôlego e a sociedade civil começa a se articular em torno da legalização das rádios comunitárias.

Imprensa

16

Campanha na mídia

Profissionais do setor e a sociedade civil debatem o comportamento da mídia brasileira nas eleições gerais de 2006. A cobertura que a imprensa fez dos fatos envolvendo personalidades do governo federal e o tratamento dado aos acontecimentos políticos suscitaram muitas críticas, tanto ao governo, quanto à própria imprensa. A mídia está na mídia.

Política

23

Comunicação precisa ser pautada

No segundo mandato de Lula, as políticas públicas para a área das comunicações precisam entrar nos planos do governo. O balanço sobre o tratamento dispensado ao setor, na gestão passada, não entusiasma. Entidades envolvidas com a democratização da comunicação esperam mais do novo governo.

Expediente



Coordenação Executiva FNDC 2006-2008: Celso Augusto Schröder – Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); Vera Lúcia Canabrava – Conselho Federal de Psicologia (CFP); José Guilherme Castro – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço); Berenice Mendes Bezerra – Associação Nacional das Entidades de Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões (Aneate); Edson Amaral – Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert). **Conselho Deliberativo FNDC 2006-2008:** Comitê pela Democratização da Comunicação da Bahia; Comitê pela Democrati-

zação da Comunicação de Bauri; Comitê pela Democratização da Comunicação de Camaçari; Comitê pela Democratização da Comunicação do Ceará; Comitê pela Democratização da Comunicação de Goiás; Comitê pela Democratização da Comunicação de Lauro de Freitas; Comitê pela Democratização da Comunicação do Maranhão; Comitê pela Democratização da Comunicação de Minas Gerais; Comitê pela Democratização da Comunicação de Riachão do Jacuípe; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio Grande do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio de Janeiro; Comitê pela Democratização da Comunicação de Santa Catarina; Comitê pela Democratização da Comunicação de São Paulo; Evson Santos – Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior (Andes-SN); Juliano Maurício de Carvalho – Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo (FNPJ); Rosane Bertotti – Central Única dos Trabalhadores (CUT); José Dias Paschoal Neto – Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU)

MídiaComDemocracia é uma publicação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Editor Executivo: James Görgen (Reg.prof. nº 7742)

Editora: Ana Rita Marini (Reg.prof. nº 10.909)
Estagiárias: Laura Schenkel e Francine de Souza
Editoração: Imagine Design

Colaboraram nesta edição: Adriano Floriani, César Bolaño, Christa Berger, Gilmar Fraga, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Paulo Pacheco
Impressão: Gráfica Trindade

Tiragem: 6.000 exemplares. As opiniões aqui expressas não representam necessariamente a posição das entidades sócias do FNDC. É livre a reprodução dos conteúdos desde que citada a fonte.

Liberdade de expressão não dá direito de mentir

Uma das maiores personalidades da cultura nacional, escritor, músico, autor — entre tantos outros títulos — da série de crônicas “Comédias da vida privada”, Luis Fernando Verissimo se posiciona com muita propriedade também sobre assuntos da esfera pública. Seus atributos de observador e crítico do mundo moderno, sua formação cosmopolita combinada com forte identidade regional, o tornam referência para a reflexão sobre o panorama mundial e brasileiro de comportamento, comunicação, cultura, artes, política e mesmo... de futebol. Com exclusividade para *MídiaComDemocracia*, o escritor discorre sobre o contexto atual do cenário da comunicação no Brasil.

Verissimo conta que aprecia a nova cultura eletrônica em seu aspecto de instantaneidade e facilidade de comunicação, mas se assusta com a característica de terra sem lei da internet. Afirma que é preciso escolher bem as palavras ao tratar da regulamentação da imprensa. Este é um assunto que induz ao “mal-entendido aspecto da censura”, além de instalar uma falsa controvérsia na qual irresponsabilidade e o direito de mentir acabam sendo sinônimos de liberdade de expressão. O escritor reconhece alguma dose de democratização ocorrida por meio dos novos meios digitais de comunicação, mas observa o surgimento “assustador” de uma espécie de aristocracia mundial, ligada pelo domínio das novas tecnologias. A entrevista foi realizada por e-mail.

MCD – Como o senhor vê o papel dos meios de comunicação no cenário político brasileiro?

Verissimo – Nós temos uma tradição de imprensa engajada, de jornais feitos para defender abertamente correntes políticas. Também havia certa promiscuidade de imprensa e governo e não era raro, há alguns anos, jornalista ter emprego público. Isto mudou com a profissionalização da imprensa, mas é claro que empresas de comunicações continuam tendo seus interesses, pelos quais podem sacrificar independência e objetividade. O engajamento disfarçado é pior do que o declarado, claro, e a relação da imprensa com a política só se sofisticou, mas isto não deixa de ser um progresso, comparado com o que havia antes.

MCD – Acredita que a cobertura da mídia tenha influenciado nas eleições presidenciais, neste ano?

Verissimo – Pelo resultado das eleições, a notícia importante é a influência ter sido tão pouca. Raramente na nossa história um governo foi bombardeado pela grande imprensa como o do Lula. Não sei se o que houve foi uma resposta do eleitor à imprensa ou se o noticiário contra Lula foi simplesmente irrelevante. De qualquer jeito, foi um fenômeno a ser estudado.

MCD – Quem se beneficiou e quem foi prejudicado com a cobertura política no último pleito?

Verissimo – A intenção óbvia era prejudicar o governo, sem esquecer que este fez bobagens suficientes para se auto-prejudicar. Em alguns pleitos estaduais, a ligação de candidatos com o governo federal foi fatal, em outros ajudou. Na maioria, acho eu, não fez diferença. O que só reforça a idéia, que é intrigante, da inconseqüência da cobertura em muitos casos facciosos da imprensa nestas eleições.



Cauteloso. Veríssimo escolhe as palavras para falar sobre regulamentação da imprensa e dos meios de comunicação, porque o assunto provoca mal-entendidos induzidos

MCD – Na sua opinião, o Brasil precisa construir políticas públicas para o mercado editorial e os meios de comunicação?

Veríssimo – Esse assunto de controle dos meios de comunicação é difícil porque fatalmente provoca o que se poderia chamar de mal-entendido induzido. Você fala em regulamentação da imprensa como existe em todos os países democráticos, e a resposta com indução ao mal-entendido não tarda: querem censura, querem imprensa submissa, é coisa de stalinista. E instala-se uma falsa controvérsia, em que irresponsabilidade e o direito de mentir acabam sendo sinônimos de liberdade de expressão. Mas é preciso saber exatamente o que se está propondo, quando se fala em regulamentar a imprensa. Até a escolha de palavras é essencial. Enfim, assunto difícil.

MCD – Como o senhor vê o papel dos meios de comunicação no cenário cultural?

Veríssimo – A cultura ou se faz perto do peito ou se faz para fora, pe-

los canais de comunicação disponíveis. Os meios de comunicação não promovem a cultura como deveriam e não são usados adequadamente para fazer cultura, mas são os únicos meios que temos. Sofrem das carências naturais da comunicação de massa num país pobre e pouco letrado, mas a alternativa a isto é a arte camerística, sem público e sem resposta. Usar os meios de comunicação de massa para fazer, ou tentar fazer, cultura. É a cultura feita em pequenos espaços para público pequeno. Isto é perfeitamente legítimo e respeitável, mas o artista deve ter a opção de buscar mais repercussão para seu trabalho sem necessariamente sacrificar sua qualidade. A esperança é que com o tempo a boa arte passe a condicionar a cultura de massa na mesma medida em que é condicionada por ela para aparecer. Na televisão brasileira já está acontecendo um pouco isso.

MCD – O senhor acredita na polarização entre a cultura de elite e a cultura de massa?

Veríssimo – Há uma polarização em tudo na vida brasileira, entre uma minoria privilegiada e uma maioria despossuída, e isso determina todas as outras. Há uns poucos que têm acesso à chamada alta cultura, ou pelo menos à cultura importada, e o resto que não tem, e mesmo assim muitas vezes faz arte de qualidade.

MCD – Vivemos ou não numa “sociedade do espetáculo”? Aonde nos levará o culto às celebridades?

Veríssimo – Vivemos há muitos anos na era do RP, em que você não é você, é a sua imagem. Um dos resultados disto é que a imagem tem vida própria, independente da pessoa de verdade, seja isto o que for. É curioso como, no Brasil, há pessoas que ficam famosas por serem famosas. Isto é, alcançam algum tipo de celebridade e passam a viver apenas da sua celebridade, sem qualquer talento que a justifique. Mas é claro que isto requer um certo talento.

MCD – Até que ponto a ditadura da “era da imagem” – no caso do Bra-

sil, a TV – cria barreiras para o acesso dos cidadãos à leitura e aos livros?

Verissimo – Não penso que crie barreiras, apenas são opções mais atraentes, principalmente para os mais jovens, de cultura e entretenimento. As verdadeiras barreiras, no Brasil, são as econômicas, o fato de a grande maioria não ter condições para ler, quanto mais comprar livros.

MCD – É importante que a sociedade brasileira se organize em torno da descentralização da cultura e da comunicação, buscando novos pólos regionais de produção de bens culturais?

Verissimo – Acho muito importante. É um setor em que cabe se pensar num movimento neo-federalista. Ou coisa parecida.

MCD – A partir das novas características de difusão da cultura, pela digitalização dos meios de comunicação, qual a sua avaliação sobre a questão da propriedade intelectual e dos direitos autorais?

Verissimo – Eu confesso uma certa ambigüidade em relação a essa nova cultura eletrônica. Ao mesmo tempo em que acho fantástico o acesso instantâneo à informação e a facilidade de comunicação que ela trouxe, me assusta um pouco esse aspecto de terra sem lei da internet. Coisas como garantia de propriedade intelectual e direitos autorais terão que ser redefinidas e minha impressão é que ninguém tem a mínima idéia de como fazer isto. Sem falar nos textos apócrifos que circulam pela internet. Há vários com a minha assinatura e a de outros autores escritos por desconhecidos. Enquanto uma falsa opinião minha não der processo, tudo bem.

MCD – Como o senhor avalia as novas ferramentas de comunicação eletrônica do ponto de vista da democratização da comunicação?

Verissimo – Há uma democratização da comunicação evidente, mas também me parece que se formou uma espécie de aristocracia mundial, ligada não por laços de sangue nobre, mas pelo domínio da nova tecnologia. É uma aristocracia que raramente larga o computador e vai para rua ver como vive a humanidade real. É meio assustador pensar no poder que eles estão acumulando sem sair de casa.

“Raramente na nossa história um governo foi bombardeado pela grande imprensa como o do Lula. Não sei se o que houve foi uma resposta do eleitor à imprensa ou se o noticiário contra Lula foi simplesmente irrelevante”

Uma janela para a América Latina

Da necessidade latino-americana de difundir seus valores, divulgar sua imagem, debater, transmitir conteúdos próprios, nasceu a Telesur. A nova televisão pretende ser um autêntico meio de comunicação para atender ao direito à informação e à integração dos povos sul-americanos diante do discurso único sustentado pelas grandes corporações de mídia. A proposta da Telesur é contrapor-se às grandes cadeias de televisão do idioma espanhol, como a CNN, a Univisión e a Telemundo. O lema é “Nosso Norte é o Sul”.

No Brasil, tem o apoio da televisão estatal, a Radiobrás. A TV Educativa do Paraná, os canais comunitários de Brasília, Recife, Florianópolis, Rio, Niterói, Belo Horizonte, de Natal e Campinas transmitem muito da programação da Telesur. A sucursal da Telesur em Brasília é pequena, mas recebe pautas de todas as outras sucursais diariamente.

As coberturas são o diferencial maior da emissora. “A gente transmite ao vivo determinados eventos, principalmente os de movimento de massas, como a Cúpula dos Povos, a Posse do Evo Morales, do Lula. Normalmente, uma TV comercial faz disso apenas um pequeno registro. A câmera da Telesur sempre vai aonde estão acontecendo os movimentos sociais, e aí nós oferecemos o microfone para que eles se expressem”, revela o jornalista Beto Almeida, membro da Junta Diretiva da Telesur pelo Brasil. A Telesur tem um Conselho Assessor formado por personalidades, como Ignacio Ramonet, Adolfo Perez Esquivel, Tariq Ali, Eduardo Galeano, Michael Moore, Walter Salles, Fernando Morais, entre outros. “Eles indicam o grau de adesão do pensamento crítico a esse projeto”, afirma Almeida.

Abrangência e discurso

A Telesur é veiculada em 17 países da América Latina. O sinal é livre, gratuito, mas ainda não se massificou no Brasil. Na Argentina, na Bolívia, no Uruguai, em Cuba, no México e na Colômbia, porém, o canal já chega em sinal aberto. “Vamos cumprindo o proposto, na medida em que possibilitamos que a realidade da América Latina (AL) chegue a diferentes

povos sem o crivo de *Hollywood*”, diz o dirigente. Também é possível assistir à Telesur na Península Ibérica, no norte da África, em Portugal e na Espanha.

A programação é retransmitida pelas TVs públicas, comunitárias e da iniciativa privada dos países latino-americanos. “É importante que cada emissora se dê conta do papel da televisão pública na integração”, avaliou a diretora de Assuntos Internacionais da TV, Esther Hernández Rosas, em entrevista para a Agência Brasil em janeiro. Segundo Esther, a idéia é que os próprios latinos se mostrem como são, sem interferência de qualquer “imperialismo comunicacional”. “O dia-dia do latino, se não era delinquência ou narcotráfico, não era notícia. Queremos agora que brasileiros mostrem a

Portuguesa. “Se fala muito inglês e pouco espanhol”, observa Esther Rosas.

Estatual ou público?

Alguns especialistas do setor avaliam que a Telesur está mais a serviço do governo de Hugo Chávez, presidente da Venezuela, do que para uma televisão pública. Em entrevista à edição anterior de *MídiaComDemocracia*, Omar Rincón, jornalista colombiano, analista dos meios de comunicação, afirmou que a Telesur é uma idéia necessária para o continente. Porém, criticou, “não representa a América Latina, a não ser o pensamento chavista”. Segundo Rincón, a emissora quer fazer contra-informação assumindo que a estética e a narrativa não têm ideologia, e, por isso, “parece uma CNN-mal-feita”.

Com base na Venezuela, a Telesur estreou há menos de dois anos, em julho de 2004, e conta com uma rede de colaboradores sul-americanos. Possui cinco sócios – Venezuela (controla 51% das ações), Cuba, Argentina, Uruguai e Bolívia. A transmissão é feita por satélite e tem 24 horas de programação, a maior parte jornalística. É possível captá-la com antena parabólica. Na redação central, em Caracas, trabalham cerca de 400 pessoas, entre jornalistas, radialistas, técnicos e agentes administrativos.



Fotos: Samantha Sassi

cultura do Brasil, venezuelanos mostrem a cultura da Venezuela e assim por diante”, diz Esther. A Telesur documenta e divulga os discursos dos diversos países exaustivamente. “A revelação das diferenças faz parte da integração”, reflete Almeida.

Uma das dificuldades para a interação entre as emissoras públicas e estatais latino-americanas está relacionada às questões tecnológicas – sinal, custo do satélite e linguagem técnica. Conforme Maria Alice Lussani, chefe do Departamento de Telejornalismo da Radiobrás, a transmissão por satélite custa, em média, US\$ 500 por 10 minutos. “O sistema atual é caro e não leva à integração”, revela Maria Alice à Agência Brasil. Outra dificuldade é o idioma. O Brasil é o único país da América do Sul que fala a Língua

Também para Gabriel Priolli, presidente da Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU) e presidente da TV América Latina (TAL), o projeto da Telesur é uma iniciativa importante, útil e necessária à América Latina. Porém, diz, é um canal estatal, financiado e ligado ao governo da Venezuela. “É uma utopia imaginar pluralismo político nessas circunstâncias. Não acho que seja projeto da Telesur ser uma TV pública. É uma proposta com uma perspectiva política e ideológica bolivariana, um determinado jeito de propor uma análise da AL e a solução política para seus problemas”, avalia Priolli.

Para Beto Almeida, a discussão “estatal versus pública” é acadêmica. “Tentamos usar a pluralidade de visões”, defende.

Fórum Nacional discutirá papel da TV Pública

Evento inédito pode construir um novo modelo para o Brasil

Uma série de encontros preparatórios realizados entre os dias 5 e 21 de dezembro fez parte da estruturação do I Fórum Nacional de TVs Públicas, cujo objetivo é promover ampla discussão sobre a TV Pública a fim de construir um modelo para o Brasil. Convocadas pelo Ministério da Cultura, Casa Civil e Radiobrás, as reuniões foram organizadas em grupos temáticos que conjugaram representantes do campo público de televisão, do Governo Federal, do Congresso Nacional e da sociedade civil. O Comitê Executivo do Fórum analisa agora os relatórios gerados por estes grupos para definir critérios e sistematização da grande plenária, que deve ocorrer em fevereiro.

○ Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) participou do grupo de debates que tratou sobre a digitalização da TV. “Levamos para as reuniões nossos questionamentos sobre a TV Digital e agora estamos apresentando propostas de formulação para um conceito de radiodifusão pública no Brasil”, informa Celso Schröder, coordenador-geral da entidade. Concluída a primeira etapa do trabalho proposto pelo Fórum de TVs Públicas, o aval da sociedade levará a cabo as transformações concebidas pelos grupos de trabalho ao longo do mês de dezembro de 2006.

O documento intitulado *Propostas preliminares para um conceito de radiodifusão pública aplicável aos sistemas estatal e público de comunicação no Brasil*, elaborado pelo FNDC, foi encaminhado à Comissão Executiva do Fórum Nacional de TVs Públicas. O texto sistematiza propostas de políticas públicas gestadas pelos associados do FNDC, nos últimos 15 anos, que podem ser úteis na etapa de trabalho seguinte a este ambiente de debates públicos criado pelo Estado brasileiro de forma inédita. “O momento e a oportunidade exigiam um esforço de for-

mulação onde os diversos grupos criados pelo governo para pensar uma TV pública pudessem dialogar entre si para encontrar saídas que se complementassem de forma harmônica”, diz o documento.

O FNDC reflete que a radiodifusão brasileira vive um momento de revisão dos conceitos e modelos que a constituíram em quase 60 anos de existência. Observa que ocorre a “hipertrofia” de um sistema privado-comercial concentrado em cinco redes nacionais de televisão, pressionado por um modelo de financiamento exaurido em suas fontes de receita e ameaçado pela convergência tecnológica e por conglomerados internacionais. Também deflagra um sistema estatal de rádios e TVs com dificuldades de manutenção, desvirtuado de suas finalidades educativas e culturais, e submetido aos desmandos de governantes que utilizam sua estrutura como instrumento de propaganda política. Constata ainda a importância de um segmento incipiente, aparentemente mais frágil, carente de recursos humanos e materiais, formado principalmente por emissoras comunitárias e universitárias criadas pela Lei do Cabo, de 1995. Neste segmento reside o potencial de desenvolvimento de um

“legítimo sistema público – aquele onde a sociedade abandona o papel de receptora passiva de informações e assume de fato a gestão e operação destas mídias”.

Numa avaliação da situação atual, o FNDC lembra que o artigo 223 da Constituição Federal estabelece que a radiodifusão (rádio e televisão) no Brasil será integrada pelos sistemas Privado, Estatal e Público, definindo que estes serão complementares. Constata que 14 anos após a promulgação da Carta, os conceitos destes três sistemas de radiodifusão não receberam especificação em lei, e que sua complementaridade jamais foi implementada. “A omissão do Executivo e do Legislativo Federal em relação à organização dos sistemas de rádio e televisão ocorre apesar destes serem os principais veículos de comunicação do país – pela sua importância cultural, política e econômica – constituindo-se, inclusive, na única fonte de informação para mais de 40% dos brasileiros”. A negligência em relação à regulamentação, segundo o FNDC, e a implementação destes conceitos verificou-se até mesmo nos anteprojetos de legislação de radiodifusão formulados pelo Ministério das Comunicações, principalmente na década 90, nos quais foi desprezada a regulamentação do artigo 223.

No balanço da situação legal da radiodifusão no país, o FNDC avalia que a legislação está defasada e complementada por dezenas de decretos e portarias. “Esse caos jurídico é consequência e também efeito do prevalecimento de situações de fato, impostas principalmente pelos oligopólios privados e graças à complacência e, em muitos casos, a conivência do Governo Federal”. Avalia ainda que o modelo educativo perdeu força a partir da década de 80, com o fim do Regime Militar e foi sucateado com a redução das suas fontes estatais de financiamento, diluindo-se em um

sistema de radiodifusão marcado pela hipertrofia do setor privado e pelo predomínio da exploração comercial dos serviços. Para o FNDC, é legítimo reivindicar a estruturação de um sistema de radiodifusão onde os cidadãos estejam efetivamente representados na definição de suas diretrizes, enfrentando seus percalços, acumulando experiências e colhendo bons resultados. “A esta instância deliberativa caberiam tarefas maiores, como a implementação institucional e experimentação das perspectivas de atuação e a formulação e execução de diretrizes gerais e orientação para programação”, aponta a entidade.

A etapa do Fórum que ocorrerá em fevereiro será a responsável pela reunião das forças da sociedade civil empenhadas na construção de sistemas democráticos de comunicação. “Trabalhadores da comunicação, comunicadores populares, acadêmicos, membros do governo e de emissoras estatais, parlamentares, dirigentes de universidades, de sindicatos e de associações representativas precisam se fazer presentes para que o compromisso com as mudanças seja assumido por todos”.

Para isso, o FNDC aponta que a aproximação do Fórum de TVs Públicas com a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço) e a Associação das Rádios Públicas do Brasil (Arpub) é fundamental. O FNDC entende que a instituição de um real sistema público de comunicação não pode ser efetivada com a exclusão dos segmentos da radiodifusão sonora, porque quase todas as entidades que operam sistemas de televisão possuem ao seu lado uma similar geradora de programação radiofônica. “Somente com este espírito de desprendimento em nossas relações institucionais, em detrimento da realização de interesses corporativos momentâneos, se viabilizará o caráter público e democrático da comunicação”. Para ler o documento completo, acesse www.fndc.org.br/arquivos/ContribuicaoFNDC.pdf

Construção conjunta

O I Fórum Nacional de TVs Públicas é uma iniciativa da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura junto à Casa Civil, à Radiobrás e às entidades representativas do campo público de televisão. Segundo Mario Borgneth, as-

I FÓRUM NACIONAL DE TVS PÚBLICAS

Magalhães do Campo Público de Televisão

essor especial do ministro da Cultura, a proposta de articulação institucional rumo ao Fórum recebeu adesão imediata da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM) e da Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (Astral). “Pelo esforço dessas instituições foi possível traçar o diagnóstico do campo público de televisão”, avalia o assessor.

O resultado deste trabalho está descrito no conjunto de documentos organizados no *Caderno de Debates*, lançado no final de novembro, que traz questões relativas à Missão, Configuração Jurídica, Legislação, Programação e Modelo de Negócios, Tecnologia e Infra-estru-

tura, Migração Digital, Financiamento e Relações Internacionais, tratadas em suas especificidades e “reunidas para apresentar caminhos para um funcionamento articulado do campo público de comunicação como um todo”, explica o assessor. A publicação traz ainda artigos do ministro da Cultura, Gilberto Gil, de Orlando Senna, secretário do Audiovisual, Eugênio Bucci, presidente da Radiobrás, Beth Carmona, presidente da TVE Brasil, e de Mário Borgneth, assessor do ministro.

As discussões preliminares foram organizadas em grupos que se debruçaram sobre os diagnósticos setoriais publicados no *Caderno de Debates* e tiveram a participação de entidades do setor, representantes de universidades, organizações não-governamentais, intelectuais, dos ministérios da Cultura, das Comunicações, da Educação, das Relações Exteriores, do Planejamento, da Fazenda, Secretaria de Comunicação do governo federal, Agência Nacional de Telecomunicações, Agência Nacional de Cinema, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, representações do Senado Federal e da Câmara dos Deputados.

O Fórum, segundo Borgneth, pretende ser “propositivo, indicador de recomendações fundamentais para o desenvolvimento do campo público de televisão, gerador do acúmulo necessário para a criação de políticas e medidas que viabilizem uma TV Pública à altura dos anseios do setor e da aspiração democrática da sociedade brasileira”. Para isto, os grupos sistematizaram opções de financiamento para a TV Pública e geraram recomendações para a elaboração de políticas públicas.

Independente e alheio ao processo de construção dos debates que compõem o I Fórum Nacional de TVs Públicas, o Ministério das Comunicações prepara projeto de criação de uma rede nacional de televisão. Desconsiderando o trabalho que vem sendo realizado por diversas entidades da sociedade e representantes do próprio governo federal, o ministro Hélio Costa anunciou, no início de janeiro, a formulação de uma proposta de rede com os canais vagos a partir da implantação da TV digital no país. Poucos detalhes foram revelados, mas, segundo o ministro, a rede nacional será “bem mais ampla do que a Radiobrás, a emissora do governo, e deverá alcançar todos os municípios brasileiros”. Também é idéia do Minicom desenvolver uma rede nacional de rádio como alternativa para que as emissoras comerciais não sejam mais obrigadas a transmitir a *Voz do Brasil*. O anúncio prévio e unilateral do Minicom surpreendeu as entidades que vêm desenvolvendo os debates há três meses.



Rádios comunitárias e rádios livres: ruídos e conceitos

Falar e ser ouvido inspirou grupos a construir emissoras próprias

A capacidade humana de se comunicar é o que mais diferencia os homens de outros animais. Porém, pode ser um dos fatores que mais os distancia da própria humanidade. O teórico dos meios de comunicação Marshall McLuhan diz que as ferramentas, utensílios e até equipamentos eletrônicos são complementos do ser humano, e daí forja o conceito de *Meios de comunicação como extensões do homem* (título de uma de suas obras). “É neste ponto que a tecnologia pode distanciar a humanidade dela mesma. Não pelo fato de usar ferramentas, mas a partir do momento em que indivíduos tentam impedir ou controlar que o restante da espécie use sua capacidade ampliada de ‘tornar comum’ para o bem da coletividade”, escreve McLuhan.

Nas últimas décadas, este paradoxo tem sido enfrentado pelo movimento pela democratização da comunicação, no Brasil e no mundo, tendo nas rádios comunitárias e rádios livres a sua extensão mais capilarizada e combatida pelas grandes corporações e governos autoritários. O motivo do conflito é que o potencial comunicacional das rádios comunitárias ou livres é considerado uma forte ameaça econômica e até política aos conglomerados de mídia, que não medem esforços no combate à sua proliferação. Nesta guerra, entre as armas utilizadas estão as barreiras jurídicas e repressão por meios legais e até

ilegais, com o fechamento e apreensão de transmissores. As comunitárias e as livres são emissoras de organização autogestionada, não hierárquica e sem fins lucrativos.

As rádios livres (RLs) são agrupamentos de pessoas em torno de idéias em comum, algum equipamento e interesse na interatividade comunitária mais do que nas transmissões propriamente. O filósofo e militante Félix Guattari reflete que a rádio livre é uma utilização inteiramente diferente da mídia rádio. “Nem melhor, nem na mesma direção, mas um outro uso, uma outra relação de escuta, uma forma de *feedback* e de fazer falar línguas menores. Um certo tipo de criação que não poderia acontecer em nenhum outro lugar”, diz.

Propostas de emissoras alternativas ao modelo comercial e estatal são tão antigas quanto a tecnologia de radiodifusão. Entre as primeiras “transmissões livres” brasileiras, constam a *Rádio Sociedade do Rio Grande do Sul*, na cidade de São Pedro, em 1931, e a *Rádio Cultura de São Paulo*, que foi ao ar em 1933, com o prefixo de *DKI-A Voz do Juqueri*. Nos demais países da América Latina, as primeiras emissoras livres surgiram no começo dos anos 50, com objetivos sindicais e revolucionários, como as rádios dos trabalhadores de minas, na Bolívia, após a revolução de 52; e a “Rádio Rebelde” dos guerrilheiros de Cuba, criada com fins estratégicos durante a revolu-

ção, em 1958, onde um transmissor era montado a cada novo posto conquistado próximo de Havana e os ideais revolucionários eram transmitidos. Também se proliferaram na América Latina as rádios populares, fundadas pela igreja católica, através de suas “escolas radiofônicas” para combater o analfabetismo.

Em 1971, o estudante Eduardo Luiz Ferreira Silva, de 16 anos, montou um transmissor de 15 watts em Vitória (ES), criando a *Rádio Paranóica FM*, que transmitia música e comentários sobre as personalidades da cidade. Após ser denunciado, Eduardo foi preso. O Brasil vivia uma ditadura militar e a emissora foi considerada uma iniciativa dos comunistas para desestabilizar o regime.

Os anos 80 foram decisivos tanto para a organização dos movimentos sociais em torno da democratização da comunicação quanto para a difusão das idéias em torno do tema. É nesta época que o conceito de Rádio Livre desenvolvido na Europa chega ao Brasil, através da programação da *Rádio Xilik*, localizada no campus da PUC-SP, mantida por alunos e professores da instituição. O coletivo da emissora já possuía uma forte formação ideológica e sabia usar estrategicamente os outros meios de comunicação para divulgá-la.

Outras “rádios clandestinas” se concentraram em Sorocaba (SP), que possuía muitos estudantes de eletrônica, o que contribuiu para a proliferação rápida

Por que pirata?

O termo “pirata”, que costuma ser atribuído às rádios ainda não legalizadas, tem origem numa prática observada na Europa. O jornalista e escritor Dioclécio Luz, em seu livro *Trilha Apaixonada e Bem-humorada do que é e de como fazer Rádios Comunitárias na Intenção de Mudar o Mundo* explica que a expressão “rádio pirata” nasceu no final dos anos 50, quando algumas emissoras foram montadas dentro de barcos para transmitir fora das águas territoriais da Grã-Bretanha e escapar do controle estatal. “As rádios piratas inglesas eram exatamente o contrário das comunitárias de hoje. Elas nasciam com caráter comercial, para ganhar dinheiro, combatendo o monopólio estatal das telecomunicações representado pela BBC (*British Broadcasting Corporation*)”.

na cidade. Em 1983, Sorocaba possuía 42 rádios, número que foi diminuindo com a crescente fiscalização do governo, fazendo com que os “radialistas livres”, que até então não possuíam uma base ideológica adotassem o discurso de “revolta contra o monopólio das FMs” explica o jornalista Rodney Brocanelli, na apostila de rádios livres para o projeto *Toque de Rádio*, do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Luta pela legalização

A redemocratização do Brasil e seus desdobramentos políticos fomentaram as primeiras articulações na sociedade civil. O Conselho das Rádios Clandestinas de Sorocaba, a Associação Brasileira das Ondas Livres do Ar, no Rio de Janeiro, e a Cooperativa de Rádios Livres do Brasil são desta fase. Outras iniciativas de ativismo começavam a se formar com objetivos mais amplos e políticos. A necessidade de democratização da comunicação no país já era constatada e articulada.

Em 1983, surgia a Frente Nacional de Lutas por Políticas Democráticas de Comunicação, durante o VII Congresso da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Comunicação. O professor José Milton Santos, em seu texto *A Democratização da Comunicação nos Discursos da Sociedade Civil Brasileira – 1974/1994*, conta que em 1987 a Frente consolida todas as suas propostas e participa da mobilização nacional por sua incorporação à Constituição, através de emenda popular. “Neste mesmo ano, surge em São Paulo o Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação (MNDC), que também apóia a emenda”. As primeiras discussões em torno da legalização das emissoras livres no Brasil aconteceram em 1989, durante o I Encontro Nacional de Rádios Livres, em São Paulo, com apoio dos remanescentes do MNDC.

A maioria das propostas da Frente não passaram no Congresso, desarticulando o movimento que voltaria a se reunir no início dos anos 90, com a criação de Comitês pela Democratização da Comunicação em várias capitais do país, e formando finalmente o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Em paralelo a isso, surgia o Fórum Democracia na Comunicação que contribui com o projeto de lei para o setor apresentado



em 1996 pelo deputado Arnaldo Faria de Sá. Em fevereiro de 1998, a Comissão de Comunicação, Tecnologia e Informática do Congresso consegue levar ao plenário e aprovar a lei 9.612 que regulamenta as rádios comunitárias.

A conquista foi tanto fruto destas articulações como da própria exposição que o fenômeno de rádios livres estava alcançando, inclusive na mídia convencional. A lei, entretanto, não satisfaz o setor. É considerada insuficiente, restritiva, exclusiva e burocrática. Conforme o Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom), apenas 10% das propostas do movimento enviadas para o plenário foram atendidas na lei. Entre as limitações da lei 9.612/98 estão a área de cobertura de apenas 1 km de raio, a proibição de operar em rede, veicular publicidade e a inexistência de qualquer proteção contra interferências causadas pelas rádios comerciais.

Este novo contexto trouxe muito mais definição para que se iniciasse uma verdadeira perseguição (tanto das rádios

que funcionavam sem outorga quanto das que tentavam se regularizar) por parte da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), criada em 1997, juntamente com a Polícia Federal. Os dois órgãos passam a atuar de maneira repressiva através da apreensão de equipamentos e lacres nos transmissores.

A conquista da regulamentação dividiu o movimento entre rádios comunitárias, que conseguiram ou procuram outorga, e rádios livres, que não desejam se institucionalizar, tanto por motivos ideológicos quanto pelas dificuldades que a própria legislação trouxe. Insatisfeitas ou simplesmente ignorando a lei, muitas rádios livres nasceram em universidades e hoje constroem um movimento nacional usando principalmente a internet como meio de articulação. A outra face do movimento, a das rádios comunitárias, passou a se organizar, sendo a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço) – criada em 1996, durante o Congresso do Coletivo Nacional de Rádios Livres – a sua entidade de maior porte e representatividade no país.

A Rádio Muda, por exemplo, nasceu como experiência de alguns estudantes de Física e Engenharia Elétrica da Unicamp, no início dos anos 90. Gerida por um coletivo independente, aos poucos a emissora foi ultrapassando os limites do campus e hoje possui 122 programas semanais e mais de 250 programadores. A Rádio Favela “a voz do morro”, nasceu da necessidade de lazer e cultura dos moradores da vila Nossa Senhora de Fátima, na cidade de Belo Horizonte (MG), em 1981. Depois sofrer mais de 100 batidas policiais ganhou, em 1997 e 1998, dois prêmios da ONU no Dia Mundial de Combate às Drogas, entre outros prêmios pelo seu trabalho de educação e prevenção ao tráfico. A emissora ainda foi tema de capa do *Wall Street Journal* e sua história inspirou o filme *Uma Onda no Ar*, do diretor Helvécio Ratton.

Comunitárias ou livres, essas rádios se caracterizaram, ao longo da história, como alternativas frente à concentração da mídia. São, antes de tudo, meios de convivência entre as comunidades. Com transmissões irregulares, motivações políticas ou meramente estéticas, elas sempre existiram e tudo indica que continuarão a existir, pois representam um impulso fundamental nas relações sociais.

A concentração midiática argentina: disso não se fala

Em 2006, consolidaram-se a recuperação dos grandes meios de comunicação e do conjunto das indústrias culturais da Argentina, a partir do crescimento dos indicadores mais importantes que orientam sua lógica comercial: as vendas ao público e a receita de publicidade. No próximo ano, é previsto que a publicidade se expandirá ainda mais e, no contexto do ano eleitoral e da consequente previsão de gasto macroeconômico, os níveis de consumo cultural podem também se ampliar.

Mas esta breve descrição prospectiva que poderia figurar com uma avaliação positiva na seção de “Negócios” de qualquer meio de comunicação, esconde um segredo: o lucro sendo o objetivo orientador das indústrias da informação, da comunicação e da cultura constitui um singular condicionamento ao tipo de convivência que estabelecemos como sociedade. Principalmente quando, por ter-se naturalizado o princípio primordial da maximização dos ganhos nas indústrias que têm por matérias-primas a informação e o entretenimento, praticamente não existem espaços públicos, estatais (não-governamentais) ou comunitários, de produção e distribuição de informação e cultura com uma perspectiva diferente da hipercomercial.

Os processos de concentração das indústrias culturais se aceleraram na medida em que o setor de informação e cultura se destaca como um espaço não só de formação da opinião pública, mas também de formação e multiplicação de capital. Mas o caldo de fervura da concentração se amplia se, além disso, a única lógica de funcionamento estimulada pela regulação estatal é a que considera o propósito comercial dos meios, como ocorre na Argentina.

Na pesquisa que desenvolvemos sobre a estrutura e concentração da cultura e da informação na América Latina, descobre-se que a Argentina exhibe índices de concentração na média da região, em um duplo sentido: por um lado, em cada uma das indústrias da informação (como a imprensa escrita, a televisão aberta ou por assinatura) os quatro principais operadores dominam mais de 75% do mercado; e por outro lado, em nenhum outro país latino-americano o tipo de

concentração multimídia “conglomerada” (grupos de comunicação com presença em quase todos os mercados de mídia e também em telecomunicações) é tão e complexo como em nosso país.

Isso indica que a concentração não é igual em todas as latitudes, nem em um mesmo lugar em diferentes períodos históricos. No caso argentino, o panorama descrito continua aprofundando-se: o Poder Executivo não perdeu a chance de congregar-se com os principais grupos de comunicação, através de uma generosa extensão das licenças de rádio e televisão sem exigir, de modo público, contrapartidas que permitam melhorar o serviço e que

habilitem o acesso dos usuários ao controle dos mesmos. Nas telecomunicações, o Poder Executivo editou um polêmico acordo de compromissos com as principais empresas do setor por meio do qual se compromete a ceder-lhes a propriedade da rede de telefonia que hoje é de patrimônio estatal (está concedida somente de modo temporário à Telefônica e Telecom). Cabe destacar que neste setor se testemunha uma forte briga de grupos, concentrada nas telefônicas que pretendem ingressar no negócio da radiodifusão.

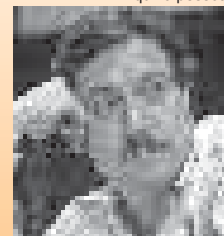
Assim como lembramos, desde a Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 existem disposições elementares sobre o direito à informação que são lei na Argentina. Porém, estão distantes de serem asseguradas a todos os habitantes do País. Acreditamos que o cenário de concentração da informação, da comunicação e da cultura nos habilita a formular uma necessária distinção conceitual entre “liberdade de imprensa” e “liberdade de expressão ou de comunicação”.

Os sujeitos dos direitos de liberdade de expressão não são os donos e os editores dos meios, nem sequer seus trabalhadores: a titularidade destes direitos pertence ao conjunto dos cidadãos. A maioria deles é privada de acessar sem restrições ao direito de produzir, armazenar, editar e difundir informações e opiniões em um contexto de concentração com uma lógica hipercomercial que guia o funcionamento das atividades de comunicação. Sem dúvida, além dos usuários, também os jornalistas e outros profissionais da comunicação são afetados pela concentração, já que este processo tem impacto nas relações de trabalho e influi no exercício da autocensura para controlar a fonte de entrada, assim como nas peculiares estratégias de financiamento de muitos dos formatos jornalísticos que são dominantes no meio da radiodifusão.

Deste modo, o direito à informação inclui a liberdade de imprensa, mas a liberdade de imprensa, sendo condição necessária, não é condição suficiente para a materialização do direito que assiste ao conjunto da sociedade. Acreditamos que é hora de começarmos a falar destas questões condicionadas pelos processos de concentração das indústrias culturais, questões que tensionam nossa convivência cotidianamente, a fim de contribuir para melhorá-la.

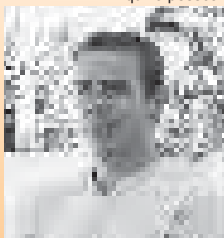
Martín Becerra (U. Nacional de Quilmes e Conicet) y Guillermo Mastrini (U. de Buenos Aires) são autores do livro “Jornalistas e Magnatas: estrutura e concentração das indústrias culturais na América Latina”, recentemente editado por Prometeo Libros

Arquivo pessoal



“Os sujeitos dos direitos de liberdade de expressão não são os donos e os editores dos meios, mas o conjunto dos cidadãos”
Mastrini

Arquivo pessoal



“A concentração não é igual em todas as latitudes, nem em um mesmo lugar em diferentes períodos históricos”
Becerra

Demasiadamente humano

Jorge Mautner acredita na tecnologia digital a serviço da sensibilidade

Da comunicação possível a partir das “super tecnologias” digitais que nos levam para o instante e também para o passado e o futuro, o que mais interessa para o poeta de *Kaos* é o desejo humano. Em primeiro lugar, diz Jorge Mautner, porque essas tecnologias servem para os atos pessoais, amorosos e amizades. Em segundo lugar, para os atos eróticos. E só em terceiro lugar, então, para o resto. “A preponderância é do humano triunfante”, conclui o compositor, sobre o combustível que move a comunicação no mundo digital. No cenário do Fórum Cultural Mundial, no Rio, espaço organizado para discutir o universo da cultura, o também escritor, músico, poeta, profeta, pensador... falou para *MídiaComDemocracia* sobre as qualidades da instantaneidade na comunicação e sua relação com a memória e a diversidade brasileira.

Até certo tempo na história da humanidade, uma determinada elite detinha informação e cultura, mas as mantinha sob controle para melhor manipular a sociedade. A Revolução Francesa começou a romper com isso, abrindo as enciclopédias para

todo mundo. “Hoje em dia, você tem o oposto, um excesso de informação, toda interconectada. O trabalho é achar qual a que mais interessa”, reflete Mautner, entusiasmado com as novas facilidades tecnológicas. “São milhões de descobertas científicas, do espaço, do microcosmo atômico, do DNA. Isso se reflete, felizmente, na democratização da informação”.

Para o artista da utopia, “profético e messiânico” (como o definiu certa vez o poeta Paulo Leminski), há uma grande semelhança entre o mundo digital e o Brasil, justamente pela característica de multiplicidade de ambos. Jorge Mautner valoriza a “amalgama brasileira” – referência que toma emprestada de José Bonifácio (poeta, orador e político no país, no Século XIX) – como uma tradição de constante criação e fusões culturais. “É a nossa diversidade, numa tumultuada relação e criatividade o tempo todo. O Brasil é o gigante que se fingiu de invisível, mas que agora explodiu, não adianta mais tentar ocultar. Ele é o desejo das nações”, arrisca.

Mautner acredita que o país vem influenciando até na política mundial. Recentemente, diz, o ministro Gilberto

Gil (seu parceiro artístico desde a década de 60), recebeu o título de *Doutor Honoris Causa*, por *Tulane University*, em *New Orleans* (EUA). “Não é à toa, esse título. Lá estavam os ex-presidentes Bill Clinton e George Bush, o pai (oradores na cerimônia). Os Estados Unidos, agora em sua ofensiva democrática, rende-se à nossa amalgama e percebe que tem que levar os pontos de cultura para o mundo, para diluir o terrorismo”, analisa.

Para Mautner, o desafio norte-americano atual é transformar partidos terroristas em partidos políticos e ampliar a cultura. “Trata-se de descompartimentar e ampliar. Isso é o pedido do mundo, por isso tem tamanha importância”, reflete, apostando que vem do exemplo da “amalgama brasileira” a solução para pôr fim aos conflitos interculturais. “Compreender que as coisas não são nem tanto ao mar, nem tanto à terra. Se na Guerra Fria, a CIA fabricou o Talibã e o próprio Bin Laden, alimentando a seita fundamentalista para expulsar os soviéticos do Afeganistão, agora estamos num outro mundo. É do contrário que se necessita. É de uma confraternização, uma prática que o Brasil já exerce há muito tempo e agora está em ponto máximo”, considera.

O poeta do “anti-cor-de-rosa”, do “conflito criador do *Kaos*” está otimista quanto às perspectivas no cenário da produção cultural, no Brasil. “Acho que aumentaram as possibilidades. Tanto o produtor alternativo de repente pode se tornar um membro do outro mercado, como o produtor do outro mercado pode virar alternativo. As coisas são muito rápidas, e nunca estiveram melhores, neste sentido”, considera. “Você já está gravando pelo celular, ouvindo pelo celular. A imagem se acoplou ao som, tem o DVD”. Para Mautner, essa instantaneidade só torna as interações cada vez mais humanas. “E o Brasil, com esta amalgama, ah! O Brasil, então, nem se fala!”

“O Brasil é o gigante que se fingiu de invisível, mas que agora explodiu, não adianta mais tentar ocultar. Ele é o desejo das nações”

Indústria de semicondutores aguarda política de incentivos

A TV Digital deve ser um dos principais pilares da política industrial no segundo governo Lula. O Planalto quer fomentar o surgimento no Brasil de uma indústria de semicondutores – matéria-prima usada na produção dos microchips, presentes em equipamentos eletrônicos como computadores, televisões e telefones celulares – e incentiva a disputa entre os estados.

A instalação desse tipo de indústria é cobiçada há tempos pelo país. Por não produzir semicondutores, o Brasil desembolsa cerca de U\$ 2,5 bilhões por ano com sua importação, quase metade de um total de aproximadamente 5,2 bilhões de dólares gastos na compra de equipamentos e componentes eletrônicos em geral. De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, a importação de semicondutores vem crescendo significativamente desde 1997, quando representava quase 15% do déficit da balança. Hoje, a participação de semicondutores na importação de máquinas e equipamentos corresponde a 44,67%. Além de deixar de importar, o governo federal ambiciona que o Brasil também possa um dia exportar para o mercado mundial de microcircuitos. Seria uma transformação e tanto do modelo exportador nacional.

Ao mesmo tempo, um grupo formado por representantes da Casa Civil e dos ministérios do Desenvolvimento, da Fazenda e das Comunicações elabora medida provisória (MP) para conceder incentivos fiscais a empresas de componentes para TV Digital, de softwares e de tecnologia da informação. A medida é vista pelo governo como necessária para inserir o país no mercado de alta tecnologia. A transição para a TV digital deve movimentar R\$ 10 bilhões na próxima década. Durante o período de transição, todos os aparelhos televisores terão uma caixa de conversão do sinal analógico para o digital chamada *set top box*. Entretanto, a instalação de indústrias de

semicondutores e de produção de TV digital no país coloca em estado de alerta a Zona Franca de Manaus. O ministro Hélio Costa, das Comunicações, sugere que os monitores de televisão, computador, mostradores de celular, caixas registradoras, relógios, calculadoras e outros dispositivos sejam considerados como bens de informática. Já o ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Luiz Fernando Furlan, defende que o *set top box* é um dispositivo ligado aos televisores, que são produzidos em Manaus, com incentivos fiscais.

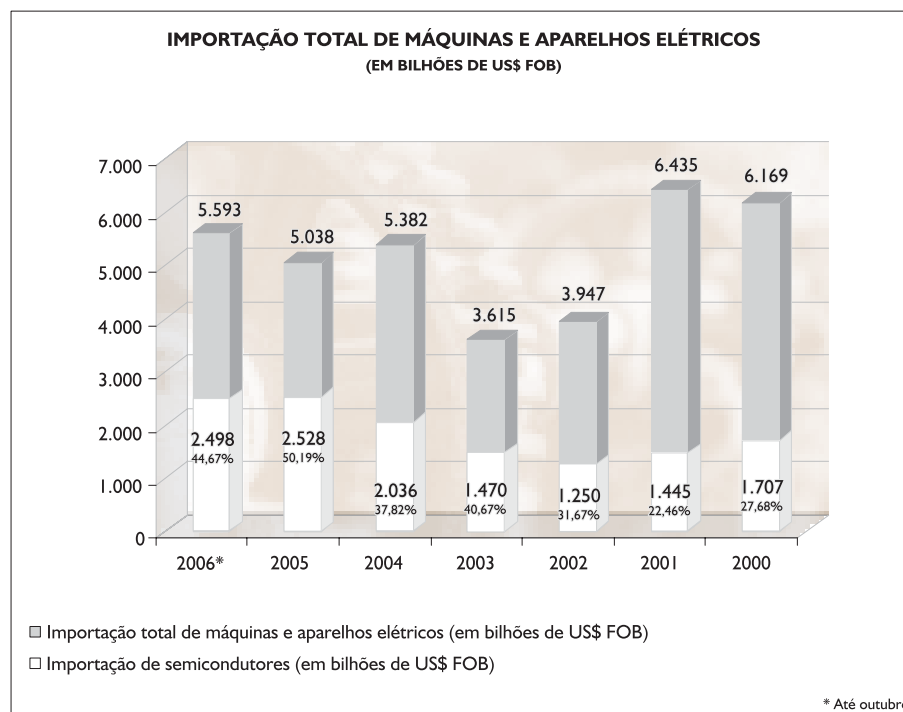
Polêmica

A polêmica começou em agosto, após a recomendação de Hélio Costa. Se acolhida, qualquer estado do país poderá produzir os *set top boxes* com incentivos fiscais garantidos pela Lei de Informática – em detrimento do Pólo Industrial de Manaus, que desfruta de vantagens com-

parativas exclusivas para a produção de televisores digitais.

Se os incentivos forem expandidos para o resto do país, a política industrial a ser implantada pelo governo poderá enfraquecer a Zona Franca de Manaus, diz a deputada Vanessa Graziotin (PCdoB-AM), integrante da Comissão da Amazônia, Integração Nacional e de Desenvolvimento Regional da Câmara dos Deputados. “Mais de 95% das TVs analógicas são produzidas na Zona Franca. Se dividir incentivos, vai sofrer um colapso”, afirma a parlamentar, alegando que não se trata de um mero interesse regional, mas de coerência com a política do governo de reduzir desigualdades.

O teor das medidas a serem adotadas pressiona o governo tanto pela indústria eletroeletrônica sediada na Zona Franca, quanto pelos fabricantes de outras regiões do país, que também querem receber os incentivos fiscais previstos na Lei de Infor-



Fonte: Aliceweb - Secretaria de Comércio Exterior

Esta edição estava em pré-produção na gráfica quando o governo anunciou o Programa de Aceleração do Crescimento, que incluiu medidas de incentivo à produção de semicondutores e equipamentos de transmissão para o mercado de TV digital.

mática, como a redução do IPI, isenção do PIS, Cofins e acesso a financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

O ministro Furlan garante que os conversores para TV digital não serão considerados bens de informática. Sua posição é manter a situação atual, na qual Manaus tem direitos adquiridos e será protagonista na implantação da TV digital, com a produção de televisores e também com a produção dos conversores. “As outras regiões podem, se quiser, produzir esses equipamentos. Mas não terão igualdade dos benefícios aqui válidos”, afirmou o ministro durante visita a Manaus, em agosto. No final do ano, no almoço anual realizado pela Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), em São Paulo, Furlan voltou a defender que o produto deve ficar, pelo menos na primeira fase da TV digital, ligado ao processo produtivo das televisões.

Porém, durante a campanha eleitoral, o próprio presidente Lula prometeu construir um pólo para produção de conversores e componentes da TV digital em Minas Gerais, o que poderia tirar a vantagem de Manaus na disputa para sediar as novas fábricas. Durante visita do presidente à capital do Amazonas, em outubro, os aliados locais de Lula exaltaram o fato de ele ter autorizado a prorrogação do regime especial de tributação que garante a Zona Franca de Manaus. Sancionada em dezembro de 2003, a Emenda Constitucional 42 prorrogou por dez anos os incentivos da Zona Franca, agora garantidos até 2013.

Hoje, 60% dos tributos federais arrecadados na região norte vêm da Zona Franca, que gera mais de 110 mil empregos diretos e 500 mil indiretos. Parte dos recursos originados é utilizada para financiar projetos e obras de infraestrutura nos estados de Rondônia, Acre, Roraima, Amapá e do próprio Amazonas.

Para o coordenador-geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Celso Schröder, a política industrial a ser adotada pelo governo deveria apontar toda a complexidade da cadeia, desde os semicondutores, passando pelo *set top box*, até o consumidor. Mas o que se vislumbra com a opção pelo modelo japonês é a manutenção de uma lógica que mantém as empresas sediadas no Brasil como meras montadoras.

“Queríamos o suporte industrial com centro de decisões no Brasil, mas o país abdicou de desenvolver a cadeia”, afirma.

O governo Lula tem defendido a instalação de indústrias de semicondutores como prioridade. O ministro da Ciência e Tecnologia, Sérgio Rezende, declarou que em meados de 2007 deverá estar em operação, em Porto Alegre (RS), um centro brasileiro para desenvolvimento de protótipos de semicondutores. O Centro de Excelência em Tecnologia Avançada (Ceitec) foi instalado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e no Parque Tecnológico da Pontifícia Universidade Católica (Tecnopuc) há dois anos, e será responsável por projetar e construir protótipos e pequenas séries de semicondutores. O primeiro chip brasileiro está prometido para o final de janeiro.

Disputa entre estados

Segundo o ministro, o centro será importante para pequenas indústrias na área de eletrônica que hoje têm de comprar todos os chips no exterior. Ele também serviria para mostrar que o Brasil tem recursos humanos e tecnologia na área de microeletrônica, o que acabaria influenciando a instalação de outras empresas.

Minas Gerais e Amazonas disputam com o Rio Grande do Sul a atração de empreendimentos na área de semicondutores. Em Santa Rita do Sapucaí (MG), cidade que se encontra na região conhecida como o Vale do Silício do Brasil, já são produzidos conversores (*set top boxes*), que serão usados em aparelhos de TV para converter sinal analógico em digital.

No Amazonas, o maior instituto de pesquisa de alta tecnologia da Europa, o alemão Fraunhofer, está pronto para se instalar em Manaus. Ele atuará em *microintegration* (integração de sistemas), *packaging* (encapsulamento), *MEMs* (Sistemas Microeletromecânicos), interconexão de portas para TI, aplicações voltadas para telecomunicações, incluindo TV digital, área automotiva e biotecnologia. A atividade do instituto se estenderá aos outros estados brasileiros.



O presidente do Sindicato das Indústrias de Aparelhos Elétricos e Eletrônicos e Similares de Manaus (Sinaees) e militante na área da indústria eletroeletrônica há 23 anos, Wilson Périco não acredita que indústrias de semicondutores tenham interesse em se instalar no Brasil, mesmo com uma política de incentivos. Segundo ele, há três barreiras que dificultam a vinda de empresas de alta tecnologia para o país: 1) Demanda: não haveria atrativos mercadológicos suficientes, já que o Brasil é atendido por indústrias de outros países; 2) Recursos energéticos: fragilidade no fornecimento de eletricidade no país, vital para esse tipo de atividade em que os equipamentos não podem sofrer variação de energia; 3) Recursos intelectuais: falta de profissionais com qualificação técnica necessária, em nível de PhD. “Na Índia, no ano passado, uma única indústria de semicondutores contratou 463 PhDs em microeletrônica e nanotecnologia. Levava um tempo para dispormos desta qualificação em quantidade para atender as necessidades deste segmento”, afirma.

Périco não vê motivos técnicos para uma mudança da política do setor de eletroeletrônicos. “Acredito que vai imperar o bom senso por parte do governo federal, mantendo o direito das indústrias que investiram no Pólo Industrial de Manaus e os empregos gerados por elas”, avalia. Numa analogia, pondera, seria o mesmo que aceitar que o governo federal aprovasse uma lei que favorecesse a indústria automobilística no Acre. “Já imaginou o prejuízo socioeconômico para os estados localizados nas regiões Sul e Sudeste?”. O setor ainda aguarda a MP do governo, anunciada para breve.

Com quantas manchetes se derruba um presidente?

Reportagem de Ana Rita Marini

O jornalismo político está em crise no Brasil? Que fatores levaram a maioria do eleitorado a eleger Lula? Profissionais do setor e a sociedade, especialmente após as eleições gerais de 2006, vêm discutindo essas questões a partir da observação sobre a cobertura dos fatos feita pelos grandes meios de comunicação, as quais envolveram personalidades do governo federal e da oposição em uma seqüência de escândalos de corrupção que se desenvolveram ao longo dos últimos 20 meses, muitos deles não comprovados.

O combate da grande mídia brasileira contra o governo Lula iniciou-se em maio de 2005, durou todo o período pré-eleitoral e eleitoral, culminando na ocorrência do segundo turno para as eleições presidenciais quando tudo indicava que o pleito se decidiria no primeiro. Nessa temporada, os acontecimentos políticos tiveram



A observação dos fatos recorrentes no último processo eleitoral no Brasil, por especialistas em análise crítica da mídia, profissionais da área e uma parcela da sociedade civil aponta que a política foi abordada pelos meios de comunicação com ares de espetáculo, de maneira geral, à medida que se aproximava o processo de eleições para a Presidência da República, Congresso Nacional, assembleias legislativas e governos estaduais, em 2006. Mesmo que o próprio mundo político em crise de formulações e atores o tenha pautado dessa forma, o jornalismo, por princípio, não deveria reproduzir simplesmente essa conjuntura, mas ir buscar seus meandros, fazer os nexos entre os fenômenos e traduzi-los à sociedade. Tal conduta confirma a constatação do pesquisador francês Dominique Wolton, de que o relacionamento entre a política e a comunicação está desequilibrado, com esta última levando vantagem.

Examinando o comportamento da “velha mídia” (rádio, jornal e televisão) nos últimos 18 meses, dentro da sua “autonomia empresarial e relativa”, e à sua maneira própria de ser imparcial e objetiva, constata-se que ela noticiou toda a questão da corrupção no governo Lula de maneira sistemática, “como deveria ser”, avaliou o jornalista Caio Túlio Costa, em debate realizado em dezembro, na Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo, onde é professor. Para ele, esse é um dos acontecimentos mais importantes dos últimos tempos, porque a mídia não parou de mostrar os problemas de corrupção em nenhum momento, nem o jornal, nem a revista, nem a televisão. O jornalista trabalhou durante 21 anos para a *Folha de São Paulo*, da qual foi também *ombudsman*. Ele observou que é um fenômeno jamais visto na sociedade brasileira o que se falou de corrupção e revelou das entranhas dos partidos que compunham o poder, e da oposição.

Aziz Filho, presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro, considera “natural e saudável que chegando próximo das eleições o governo seja mais fiscalizado, e com mais intensidade do que a oposição, porque está manipulando o dinheiro público”. Ele avalia que o jornalismo político brasileiro tem grandes nomes, “profissionais com opinião e crítica”, capazes de abordagens de alto nível. Porém, acredita

que no episódio da cobertura das eleições, em 2006, a imprensa distanciou-se do interesse público, perdendo seu papel de intermediária com o poder.

Para além dos espaços opinativo e crítico, a cobertura política em geral, na grande mídia brasileira, tem sido de estrema superficialidade, na opinião de Victor Gentili, jornalista, professor da Universidade Federal do Espírito Santo. Para ele, a ênfase no jornalismo declaratório foi o que caracterizou a imprensa no último período pré-eleitoral. “O político é um ator, e por isso representa, e muitas vezes mente. Se o jornalismo é declaratório, vai reproduzir esta mentira. Isso não é coisa de jornalista”, conclui. Gentili considera que o saldo mais importante da cobertura política nestas eleições é a mídia ter entrado para o debate público. “A questão de fundo é a qualidade da informação que se oferece ao cidadão. É isso que vai definir a qualidade da nossa democracia”, constata.

Os acontecimentos políticos no final do primeiro turno eleitoral e as escolhas editoriais dos maiores veículos de comunicação do Brasil suscitaram uma série de discussões que se disseminaram principalmente através da internet, envolvendo profissionais da área e a sociedade em geral. Nos veículos alternativos, a “crise da mídia” sobre a pauta política foi tema constante.

A “trama”

A revista *Carta Capital* (único veículo impresso, na sua categoria, a fazer isso, na época) publicou, duas semanas após o pleito, uma edição denunciando “A trama que levou ao segundo turno”. Na reportagem de Raimundo Rodrigues Pereira, um outro viés do capítulo do dossiê comprado pelos petistas Valdebran Padilha e Gedimar Passos para incriminar os candidatos do PSDB ao governo do Estado de São Paulo e à Presidência da República – José Serra e Geraldo Alckmin. A matéria apresentou fatos ocultados pela mídia na divulgação de “informações cruciais” sobre a negociação das fotos da pilha de dinheiro do dossiê. Revelava a preocupação do delegado Edmilson Pereira Bruno em fazer com que as fotos chegassem imediatamente à TV Globo para sair naquela noite, no *Jornal Nacional*. Como de fato saiu.

A reportagem questionava a opção da cúpula do jornalismo da TV Globo por divulgar amplamente as imagens do dinheiro, em detrimento de noticiar a tragédia

do avião da Gol (que caiu na Floresta Amazônica, naquela data, matando 154 pessoas). Revelava ainda que o comportamento da Globo na cobertura do caso do dossiê “provocou reclamações de vários funcionários da emissora, porque não havia um tratamento igual para as duas pontas da história”. Esses fatos editoriais, segundo a revista, evidenciavam um “golpe através da mídia” que conseguira levar as eleições presidenciais para um segundo turno.

Numa edição posterior da revista *Carta Capital*, em 25 de outubro, Raimundo Pereira e Antônio Carlos Queiroz publicaram “O Dossiê da Mídia”, um segundo capítulo com novos registros sobre a ação do jornalismo no Brasil. Nesta mesma edição, a revista publicou uma carta de Ali Kamel, diretor-executivo da Central Globo de Jornalismo, na qual ele defende as escolhas editoriais da empresa; afirma que eram falsas as premissas utilizadas por *Carta Capital* ao dirigir-se à emissora na matéria “A trama que levou ao segundo turno”; que os episódios apontados não existiram e que a revista tinha por objetivo colocar em dúvida a isenção da TV Globo em relação ao PT. Kamel repudiava a suposição de que jornalistas da Globo e a própria emissora possam perder de vista o compromisso com a ética e se submetam a objetivos políticos subalternos. “Não sou movido a paixões políticas e meu compromisso é apenas com a minha profissão: relatar os fatos com correção e imparcialidade, não importando se beneficiam ou prejudicam esta ou aquela corrente política”, escreveu.

Em dezembro, tornou-se pública uma carta de despedida que Rodrigo Vianna – ex-repórter especial da TV Globo em São Paulo – encaminhou aos colegas da empresa, onde ele reclama da intervenção minuciosa nos textos dos profissionais, das trocas de palavras a mando de chefes, das entrevistas de candidatos escolhidas a dedo e a distância, “por um personagem quase mítico que paira sobre a redação”, o qual, segundo ele, alterava trechos e mudava palavras nos textos apurados. Vianna desabafou com os colegas que já teve orgulho de participar do “jornalismo comunitário, da cobertura política” da Globo, a qual integrou de 98 a 2006. Lamentava, entretanto, a cobertura das eleições de 2006. “O que vivemos aqui entre setembro e outubro de 2006 não foi ficção”, escreve.

Eleitores e o uso da internet

A crescente versatilidade e difusão da rede pode ameaçar a hegemonia dos atores políticos (candidatos, partidos e jornalistas especializados) como produtores do discurso político?

Este questionamento surge a partir da pesquisa *Novas mídias e esfera pública*, o primeiro acompanhamento sistemático do uso da internet nas eleições, no Brasil. No estudo, foram observados os principais *blogs* políticos do país, comunidades políticas com mais de mil integrantes, no Orkut, e alguns registros no *You Tube*. As apurações mostraram que, no universo de um eleitorado de 126 milhões de brasileiros, onde 30 milhões têm acesso à internet, as comunidades classificadas como anti-Lula reuniram até 960 mil pessoas; as classificadas como pró-Lula reuniram até 279 mil pessoas; e as classificadas como pró-Alckmin reuniram até 248 mil pessoas. O estudo foi realizado por Marcelo Coutinho, Clóvis de Barros Filho e Vladimir Safatle, pesquisadores do Centro de Altos Estudos de Propaganda e Marketing da Escola Superior de Propaganda e Marketing.

“A gente não tem como afirmar que a internet influenciou nas eleições. O número de eleitores com acesso à internet é limitado no Brasil (somente 25% do eleitorado)”, revela Marcelo Coutinho. Até às vésperas do primeiro turno, diz o pesquisador, todo mundo dava como favas contadas a eleição do Lula. Porém, com o desenrolar dos acontecimentos políticos e a cobertura na mídia tradicional, a *web* revelou-se rapidamente um canal expressivo.

A pesquisa concluiu:

- Maior uso da internet por eleitores e militantes que não se sentiram representados pelo agendamento da mídia tradicional (especialmente os militantes do candidato Lula, embora o perfil sócio-econômico do internauta esteja mais próximo do eleitor de Alckmin);
- Comunidades e espaço para comentários dos *blogs* funcionaram como fontes de informação para “ratificar” as preferências e opiniões políticas, principalmente quando fontes mais “oficiais” (mídia tradicional) estavam sob suspeição;
- No segundo turno desta eleição, estratégias de desqualificação da mídia tradicional foram amplamente utilizadas na Internet, ao menos para um público com tendências a votar no candidato governista;
- Em certas circunstâncias, a desqualificação “digital” da mídia tradicional e do discurso dos adversários pode aparecer como estratégia político-eleitoral com um certo grau de eficiência;
- Nesta eleição, a internet mostrou-se um instrumento eficaz de mobilização de eleitores orgânicos – aqueles que já têm maior envolvimento com a política, e que a utilizaram como espaço para circular informação e contra-informação;
- “Política” não é um tema de grande audiência, mas o volume de militantes no “cyberespaço” já é suficiente para tornar a Web uma ferramenta indispensável para organização da campanha;
- Expansão do uso da rede aponta para um aumento da sua importância na arena política e vai se firmar como alternativa para o papel da mídia tradicional, mas somente quando atingir uma parcela expressiva do eleitorado – a verificar em 2010 ou em 2008 nas cidades aonde o percentual de internautas atingir proporções significativas do eleitorado.

Os pesquisadores observaram que o *blog* tem a característica de levantar histórias e lançar hipóteses que podem ou não ser exploradas pela mídia tradicional. Algumas apareceram de maneira periférica nesta mídia e tiveram maior destaque nos *blogs* e nas comunidades. Segundo ele, isso significa que boa parte dos eleitores não reconhecia ou não acreditava na cobertura da imprensa. “O impacto da *web* ainda é limitado com relação à decisão do voto, mas é muito importante para organizar e informar os ativistas políticos”, destaca.

Kamel só fala sem edição

MídiaComDemocracia procurou entrevistar o diretor executivo da Central Globo de Jornalismo, Ali Kamel, a respeito da cobertura da imprensa nas eleições. Uma porta-voz da emissora informou que a entrevista só seria concedida se as respostas de Kamel fossem reproduzidas na íntegra, “sem edição”, eliminando o risco de aparecerem “distorcidas”. A revista optou por não publicar as declarações do jornalista, considerando que isso poderia desequilibrar a reportagem em relação aos demais entrevistados, que aceitaram ter suas afirmações editadas pela equipe da publicação sem qualquer tipo de exigência ou privilégio de tratamento.

As reações que se sucederam a partir das matérias da revista *Carta Capital* não encontraram eco na grande imprensa (veículos tradicionais – principais jornais diários, TV e rádio), mas na internet, uma avalanche de manifestações partiu da sociedade civil e especialmente de profissionais da área, com repercussões inclusive fora do país. “Hoje, contraditoriamente, porque ainda vivemos um momento de concentração midiática, os deslizos e as crises morais da mídia e as suas teses são cada vez mais questionados, porque se dissemina como nunca, na humanidade, a crítica à própria mídia”, analisa o jornalista Francisco Karam, professor da Universidade Federal de Santa Catarina, estudioso da Ética no Jornalismo. Ele cita como exemplo diversos organismos que se ocupam em fazer a reflexão sobre a mídia, como o próprio Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), o Observatório da Imprensa, o site *Comunique-se*, as universidades, o *Sala de Prensa*, o Instituto Gutenberg, as universidades públicas, as privadas, as TVs Assembleia e Câmara, as TVs universitárias e os veículos legislativos. “Existe uma multiplicidade de mídias que também estão trabalhando neste sentido”, avalia.

Para Karam, sobretudo no primeiro turno das eleições, a mídia aproveitou muitos momentos para denunciar o governo, “não num campo próprio de apuração, de investigação com métodos jornalísticos, mas quase como uma salvaguarda da campanha anti-Lula”, avalia. Ele cita o exemplo da revista *Veja*, que “abandonou muitos

princípios e fundamentos da atividade profissional jornalística, transformando suas matérias em campanha publicitária, sem informação, sem fontes e sem comprovação”. Karam considera que houve várias coberturas corretas sobre escândalos de desvios e fraudes. Entretanto, diz, o comportamento é notoriamente diferente ao que a mídia teve em relação ao Fernando Henrique Cardoso, quando foi denunciado, por exemplo, que houve desvio nas privatizações, mas não houve apuração. O que houve, agora?

O jornalista Paulo Henrique Amorim, que se mostrou nos últimos meses um dos colunistas mais críticos sobre a abordagem da grande mídia na cobertura dessas eleições no Brasil, afirmou no seminário “A mídia nas eleições 2006”, realizado em dezembro, na Câmara dos Deputados, que todos os jornais (brasileiros) foram e são contra o presidente Lula, assim como todas as revistas (com exceção da *Carta Capital*), todas as rádios, com exceção das rádios comunitárias. “E uma rede de TV, líder de audiência, a Rede Globo de Televisão, que mistura informação com opinião levou as eleições para o segundo turno ao mostrar a foto do dinheiro que seria usado para comprar o dossiê e o lugar vazio de Lula no debate”. Amorim considera central a discussão sobre a democratização da comunicação na questão brasileira e destacou a importância da mídia alternativa neste processo. “Acho que é uma revolução importante. E que nós devemos lutar, como jornalistas preocupados com a democratização e a

facilidade de acesso aos meios de comunicação”, afirmou.

No mesmo seminário, segundo boletim da Agência Câmara, o diretor de jornalismo do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), Luiz Gonzaga Mineiro, disse que a mídia perdeu o último pleito porque não garantiu cobertura à eleição do Parlamento, que era mais importante para o país, ficando focada na cobertura presidencial. Mineiro apontou outro erro da mídia em focar a cobertura na classe média: “sonegou informações importantes sobre o que estava acontecendo com a classe baixa no País” e, no dia seguinte à eleição, sofreu o desconforto com o resultado porque não conseguiu entender as razões para a reeleição do presidente Lula. O diretor do SBT também lembrou que, no fim de semana seguinte ao da eleição, as denúncias haviam desaparecido dos jornais. “Parecia que estávamos em outro país. Isso mostra que o que houve foi campanha”, acredita.

Em defesa da imprensa, Paulo Tonet Camargo, diretor-geral da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) em Brasília, lembrou que o jornal é o veículo de menor penetração, entretanto, o de maior credibilidade. Por isso, argumentou, se o jornal não for idôneo e isento, perde seu ativo que é o leitor. Para Tonet, a mídia brasileira respeita a legislação eleitoral. “Há erros, mas que sejam tratados como erros, jamais como uma regra a que os jornais brasileiros estejam subordinados. Tivemos um processo eleitoral que foi invejado pelo mundo, por sua condução, pela maturidade com que os debates foram travados entre os

candidatos, das propostas levadas por eles. A mídia impressa brasileira tem um papel muito importante nesta evolução de uma eleição limpa, correta, pacífica”, afirmou Tonet no seminário da Câmara.

Quem influencia quem?

Aziz Filho acha que os jornais brasileiros trabalham relativamente bem, em geral, mas existe um “descolamento” entre o jornalismo político e a consciência popular, que é diferente da opinião pública. Ele cita um conceito defendido pelo professor Cândido Mendes: a imprensa trabalha para a opinião pública, e que a opinião pública, no contexto da imprensa, tem a ver com público consumidor, formador de opinião. Conforme essa teoria, além da opinião pública existe a “consciência popular”. Para Aziz, nesta eleição a imprensa mostrou que influencia a opinião pública mas se distanciou da consciência popular. E a grande maioria dos formadores de opinião da ‘classe A’, dos grandes centros, principalmente do Sul e do Sudeste, caminharam na linha da imprensa, com o “discurso moralista” do PSDB. “Mas a consciência popular entendeu que era hora de analisar outro tipo de tema para a formação do seu voto. O tema da inclusão social, da continuação dos programas assistenciais, dos projetos de financiamento para as famílias do campo, enfim, esse tipo de projeto que o governo tem formulado”, considera. Aziz acha que os veículos tentam interferir demais no processo eleitoral. “Muitas vezes, os jornais pareciam inconformados demais com a decisão do eleitorado”, observa.

A HISTÓRIA SE REPETE

A INTERFERÊNCIA DA MÍDIA NA POLÍTICA NÃO É NOVIDADE. EM MOMENTOS DISTINTOS DA VIDA POLÍTICA BRASILEIRA, A IMPRENSA FEZ TODA A DIFERENÇA NO DESFECHO DE EPISÓDIOS QUE VIRARAM ATÉ OBJETO DE ESTUDO.

VARGAS

Nos anos 50, a batalha midiática de Getúlio Vargas, apoiado por Samuel Wainer, contra Carlos Lacerda resultou em uma das maiores crises políticas da história brasileira



JANGO

No início de 1964, os principais jornais do País aderiram à campanha contra as chamadas “reformas de base” que seriam promovidas no governo João Goulart resultando no golpe militar de 31 de março

PROCONSULT

As acusações de fraude em torno da apuração de votos na eleição estadual do Rio de Janeiro, em 1982, e a resistência em aceitar a vantagem de Leonel Brizola em relação ao adversário, colocaram o futuro governador e as Organizações Globo em rota de colisão



DIRETAS JÁ

A Rede Globo ignorou por muito tempo apoiar à campanha pelas Diretas Já! em 1984. Foi um desserviço para o processo de redemocratização do país

Caio Túlio Costa analisa que a grande derrotada nestas eleições foi a mídia como um todo, porque não conseguiu formar opinião. “O quanto as novas mídias, o Bolsa Família e estes outros aspectos importantes jogam cada um neste jogo como um todo, eu não sei. O que eu sei é que não podemos entender, pelo menos nesta eleição, que a mídia tradicional brasileira tenha sido formadora de opinião. Ela não o foi”, concluiu.

O deputado José Carlos Aleluia (PFL/BA) avalia diferente. Segundo ele, a população brasileira votou da forma como votou (em Lula, 60,8 %) porque tem problemas de capacidade cognitiva e cultural e, portanto, não entendeu as mensagens da mídia. “Ninguém no país deixou de saber dos atos de corrupção praticados pelo governo. Acho que é uma questão que assola o Brasil e a América Latina a necessidade de evolução na capacidade de interpretação das pessoas”, considera. Segundo Aleluia, a população não consegue decodificar as coisas que ocorrem, porque há uma concentração de renda e de conhecimento muito grande, em oposição a uma faixa de população mais pobre economicamente e desinformada, com dificuldade de interpretar. “Você vê que o resultado (das eleições) mostrou claramente que nas regiões onde o saber e o dinheiro estão mais bem distribuídos, as informações chegaram com mais precisão”, conclui. Para o deputado, esta foi a primeira eleição brasileira que mostrou a existência de duas mídias distintas: uma antiga, clássica, de grande circulação, e outra nova, dos blogs, dos sites, do e-mail.

“Acho que a mídia brasileira teve um papel oscilante, mas de um modo geral, correto”, analisa Aleluia.

Informação ou espetáculo?

Segundo Dominique Wolton, a onipresença da comunicação e da opinião pública desestabiliza uma lógica política menos arrogante, onde os homens políticos são fragilizados, porque, entre outros motivos, são eleitos por um curto período, com uma margem de manobra estreita, em sociedades burocratizadas. “Devem dar a impressão de que sabem aonde vão e que têm uma visão a longo prazo”. Para o autor, estamos longe do esquema ideal do homem político que se alimenta da informação e da opinião pública, avalia a ação desenvolvida e divulga a escala dos problemas que lhe parecem importantes para o futuro. “Na realidade, os atores políticos são os *perdedores* dessa hipermediatização [...] com o tempo, o público desmascara com bastante facilidade os homens políticos que se tornaram especialistas em comunicação espetáculo”, escreve no livro *Pensar a Comunicação*.

Para a cineasta Berenice Mendes, da coordenação executiva do FNDC, estas eleições confirmaram a subordinação completa da mídia ao poder. “Se a gente já detectava isso no plano empresarial, do ponto de vista editorial, a cobertura das eleições deixa muito clara essa subordinação”. Berenice usa o exemplo do Estado do Paraná, onde mora. Para ela, o tratamento diferenciado que a imprensa deu à disputa entre os candidatos ao governo

do estado, Roberto Requião (PMDB) e Osmar Dias (PDT) foi flagrante, a favor do candidato do PDT, “chegando a tal ponto que, ao final, o governador reeleito (Requião) fez um desabafo que acabou sendo mal interpretado. Acho que tudo o que ele segurou durante toda a campanha, ele acabou descarregando naquela fatídica entrevista para os jornalistas” (ver box página 22) Segundo Berenice, a atitude crítica do governador retratava muito mais do que um problema de relacionamento entre ele e os profissionais, uma postura de indignação com o tratamento da imprensa durante o período pré-eleitoral (leia box na próxima página).

Para o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná, o governador Requião colocou os jornalistas que cobrem as atividades governamentais em “situação altamente constrangedora”, confundindo a atuação dos repórteres, como se fossem eles os responsáveis pelos desentendimentos do governo com os proprietários das empresas de comunicação. “Quando um homem público desrespeita uma classe, expondo os profissionais de forma vexatória num ato público, como ocorreu no Palácio Iguaçu, coloca-se acima das instituições democráticas”, reclamou o sindicato.

O jornalista Bernardo Kucinski avalia, em seu artigo “A Babel revisitada”, publicado no site da Agência Carta Maior, que foi muito profundo o estrago dos últimos desmandos do PT na cultura política brasileira. Em especial, o de levantar como bandeira principal a ética na política. Ele aponta como equívoco ainda maior, o de enterrar em poucos meses todas as po-

PLANO CRUZADO

O apoio dos meios de comunicação à implantação do pacote econômico no governo José Sarney garantiu a maior vitória eleitoral da história da República, com a totalidade dos governadores eleitos e quase dois terços da Câmara, do Senado e das Assembleias Legislativas do PMDB

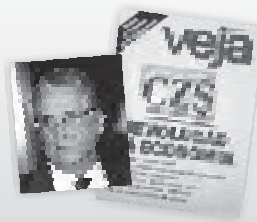


CONSTRUÇÃO DE COLLOR

Ao longo de 1989, a mídia brasileira teve papel crucial na transformação de Fernando Collor, então inexpressivo governador de Alagoas, em presidente da República. A edição tendenciosa do debate eleitoral apresentada nos telejornais da Rede Globo é um exemplo clássico de intervenção da mídia no processo político

DESCONSTRUÇÃO DE COLLOR

Em 1992, as revistas semanais de informação foram as responsáveis por trazer à tona as informações que resultaram no processo de impeachment e na renúncia do “caçador de marajás”

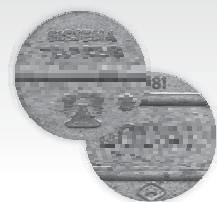


PLANO REAL

Entre 1993 e 94, a mídia deu a sustentação necessária para a implantação do Plano Real e a transformação do ministro da Fazenda de Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso, em candidato a presidente pelo PSDB, sob a imagem de “pai do Real”

PRIVATIZAÇÕES

O programa nacional de desestatização conduzido nos anos FHC quase não encontrou críticos no noticiário nacional. Reportagens regulares enalteciam os resultados positivos da venda de estatais e tratavam como atrasados os opositores do processo



O caso do Paraná

Um dia após ser reeleito Governador do Estado do Paraná, Roberto Requião (PMDB) concedeu uma entrevista coletiva no Palácio Iguazu, sede do governo, na qual proferiu ataques ferrenhos à imprensa. Segundo matéria de Bia Moraes para o site *Comunique-se*, em 31/10, Requião atacou diversos veículos da imprensa paranaense e nacional, ironizou jornalistas presentes e ausentes (citando-os pelo nome), acusou boa parte da imprensa de manipular notícias deliberadamente, durante a campanha, para prejudicá-lo. E ainda culpou a mídia pelos pontos perdidos nas pesquisas de intenção de voto e pela pouca diferença com que se elegeu em relação ao adversário.

Em carta divulgada um dia após a coletiva, o governo do Paraná condenou a postura da imprensa, considerando-a especialmente tendenciosa em sua abordagem durante a cobertura das eleições, em 2006. “Tendo a liberdade de expressão como álibi, os veículos mais críticos superdimensionaram problemas que habitualmente são desafio para qualquer administração pública ou exploraram fatos que estão sob investigação da Justiça e que, ainda sem conclusão, não autorizam qualquer acusação”, dizia a carta. O governo acusava que foram esquecidas regras mínimas e óbvias, como “ouvir o outro lado” e lembrou que existe uma distância muito grande entre liberdade de imprensa e a opinião dos patrões. A carta lamentava a falta de percepção dos profissionais, de que o governador estava criticando a posição facciosa de algumas empresas no processo eleitoral, e não a liberdade dos jornalistas de se manifestar.

sições conquistadas no difícil tabuleiro da hegemonia ideológica, adotando as mesmas práticas que criticava. Mas pondera: “os desmandos do PT não justificam desmandos da imprensa (...) que a denúncia assuma características de linchamento”. Para Kucinski, a mídia está fazendo justiça com as próprias mãos, acusando, condenando e executando, tudo num ato só, sem considerar a presunção da inocência e sem individualizar e hierarquizar as culpas. Segundo o jornalista, o que se passou na mídia brasileira nos últimos 18 meses é muito mais grave do que uma tentativa de golpe, pois o golpe se esgota no seu próprio resultado. “Foram estigmatizados milhares de filiados do PT que estão tão ‘p. da vida’ com o que fizeram algumas de suas lideranças”. A mídia, afirma Kucinski, passou o sentido de que a disputa política é entre honestos e desonestos. Com isso, ocultou não apenas os eventuais conteúdos de classe e ideológicos do conflito, como tratou de modo desigual situações formalmente parecidas. “Pois não foi o tucanato que inventou ao Valerioduto? Ou, para ficar no episódio mais recente: por que repetir *ad nauseam* as fotos do dinheiro do caso Vedoin e omitir as fotos dos cheques passados por eles aos associados do tucanato?”, questiona o jornalista, ex-assessor especial da Presidência da República.

Origem ideológica

O ministro das Relações Institucionais, Tarso Genro, em ensaio para a revista *Carta Capital*, edição de 13/12, reflete que a “grande mídia”, em relação ao governo Lula, deu vezo e espaço às teses mais radicais e extremas da oposição, conseguindo, num certo momento, fixar a imagem dos petistas – independente da sua relação com os fatos criticados – como suspeitos pelo simples fato de serem simpatizantes ou filiados ao partido. Para Genro, a grande imprensa nacional fez oposição ao governo Lula e ao PT não por qualquer “conspiração” ou má vontade contra a “origem operária” do presidente ou por sua falta de “formação acadêmica”, mas por “divergência programática e ideológica da mídia, a respeito de como devem ser tratados os grandes problemas nacionais”. O ministro considera que é preciso avançar numa discussão “não sobre a liberdade de imprensa”, que já está assegurada na Constituição e não deve ser tocada, mas em como ampliá-la, no sentido do direito de as pessoas e instituições da sociedade poderem fazer circular suas opiniões e informações de maneira mais equânime. No bom sentido, diz, “ir às raízes”, radicalizar a democracia, pluralizando a formação do juízo popular, nos últimos anos sufocado pela gestão histórica do caminho único”, avalia Genro.

Também para Sérgio Murillo de Andrade, presidente da Fenaj, a cobertura política eleitoral em 2006 foi ideológica. “Os meios de comunicação foram incoerentes com o papel que se espera da sua atuação. Houve um protagonismo da mídia, que atuou muito além dos limites democráticos desejáveis”, estima. Segundo Murillo, a identificação do profissional das redações com os interesses da empresa para a qual trabalha é pragmática. “Há uma geração de profissionais no controle das principais redações do país, hoje, que defendem a ideologia do neoliberalismo”, ou seja, de um projeto de poder que não estava contemplado, por exemplo, na candidatura do Lula. Andrade, assim como Caio Túlio, acredita que neste processo a mídia saiu perdendo. “Houve uma avalanche de críticas de todos os lados. Da esquerda, do centro, da direita, com prejuízo à imagem dos meios de comunicação de massa”.

Murillo avalia que esse prejuízo só não foi maior porque a sociedade brasileira vem construindo um distanciamento da abordagem dos grandes veículos, produzindo meios críticos à suposta opinião pública por eles representada. O jornalista valoriza, neste processo, o surgimento de outras vozes e projetos de poder visando a pluralidade; as diversas manifestações que ocorreram e vêm considerando e sustentando a importância da existência de mecanismos de controle – que nada têm a ver com censura – e asseguram a responsabilidade social na mídia.

Victor Gentilli destaca a importância do espaço do horário eleitoral gratuito, mas julga que este espaço vem sendo manipulado por uma série de controles, como a prevalência do marketing sobre o jornalismo e a publicidade. “O momento eleitoral precisa de uma boa propaganda e um bom jornalismo para encarar o grande desafio, hoje, que é o de repolitizar a política”, avalia o professor. Gentilli considera fundamental enfrentar estas questões e trazer o debate político à sociedade. “Vencemos a ditadura, avançamos na democratização com uma Constituição interessante. O Conselho de Comunicação Social foi uma luta fundamental (que hoje precisa voltar a ascender). Enquanto tivermos populações desinformadas, a gente precisa de jornalismo, de jornalistas”, observa o professor, para quem, além da questão da concentração dos meios, falta jornalismo nas questões fundamentais da cidadania no Brasil.

Governo Lula, segundo tempo

Democratização da comunicação deve ser observada no novo mandato

Ao iniciar seu segundo mandato, o presidente Luís Inácio Lula da Silva tem a oportunidade histórica – e o compromisso – de fazer avançar a democratização da comunicação no Brasil. Após um primeiro mandato marcado pela gestão conservadora nas comunicações, segundo o movimento social em torno do tema, o Programa de Governo 2007-2010 da coligação que elegeu Lula firma de maneira inédita um compromisso do Palácio do Planalto com essa área nos próximos anos.

Entre as ações do programa contidas no “Caderno Setorial: Comunicação e Democracia” (do PT e PCdoB), destacam-se a configuração de um novo modelo institucional adequado ao ambiente da convergência tecnológica, a construção democrática de uma lei geral da comunicação eletrônica, o equilíbrio entre os sistemas público, estatal e privado das comunicações, o recadastramento de todas as concessões para cancelar aquelas que não estejam em conformidade com a lei e para se desenhar um mapa da concentração no setor, e a convocação da I Conferência de Comunicação Social. As treze páginas de texto vão além das generalidades e incorporam até demandas históricas do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

“O governo deve, no início do segundo mandato, ouvir a sociedade civil organizada, pois nos últimos anos só os radiodifusores e a indústria foram ouvidos, e cumprir os compromissos do programa de governo”, recomenda o ex-assessor da Casa Civil Israel Bayma, do Laboratório de Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e membro da equipe que construiu o programa de governo.

Cidadania midiática

Para o jornalista e professor Bernardo Kucinski – ex-assessor da Presidência da República que se mantém cético quanto a uma mudança de rumos –, a comunicação foi uma das áreas mais problemáticas do governo petista. “O governo deveria adotar um novo elenco de políticas públicas que estimulem a

diversidade na mídia, a produção regionalizada, experimental e de vanguarda, a ampliação da base de leitores e a inclusão digital”, destaca Kucinski, propondo uma espécie de Lei Rouanet para incentivar a pequena imprensa.

A comunicação deve possibilitar a pluralidade de opiniões e a diversidade de pontos de vista. A concentração da propriedade de empresas de mídia se reverte no acúmulo de poder que leva a produzir falsos consensos e a formar vontades num mundo cada vez mais interconectado.

Não por acaso, o controle social da mídia, que funciona em países europeus, enfrenta fortes resistências no Brasil. Segundo o professor Antonio Albino Canelas Rubim, da Universidade Federal da Bahia – um dos principais especialistas do país em mídia e política – o governo Lula, até agora, não deu sinais de que pretende comprar essa briga. Ao contrário, as definições políticas no setor vêm beneficiando o empresariado, inclusive com a nomeação de radiodifusores para ocupar o Ministério das Comunicações (Minicom). “No campo da democratização das comunicações estamos muito atrasados, pois a pressão da grande mídia brasileira tem sido muito feroz e muito eficaz no sentido de barrar toda e qualquer medida que

signifique o controle social e democrático da comunicação”, avalia Rubim.

Como escreveu o franco-belga Armand Mattelart em História das Teorias da Comunicação, a liberdade política não pode mais se resumir apenas no direito de exercer a própria vontade. Ela reside igualmente no direito de dominar o processo de formação dessa vontade. Ou seja, a existência de espaços e mecanismos democráticos para discutir e regular a mídia é questão de cidadania.

Marco regulatório

O controle público dos meios de comunicação passa pela revisão da legislação do setor, dispersa, fragmentada e desatualizada. “A tecnologia trouxe um problema para o setor ao eliminar contornos, antes mais claros, entre radiodifusão e telecomunicações”, considera Israel Bayma. Empresários, sociedade e governo, embora motivados por interesses distintos, admitem a importância de um novo marco regulatório para as comunicações.

O próprio programa de governo do PT propõe a construção de uma Lei Geral da Comunicação Eletrônica, abrangendo a radiodifusão aberta (rádio e televisão de recepção gratuita), a televisão por assinatura e as demais mídias eletrônicas resultantes das novas tecnologias digitais da informação e da comunicação. Bayma avalia a conjuntura como favorável à construção de um novo modelo institucional. “O setor precisa de regras claras, de segurança para se desenvolver e tem interesse que esses regramentos sejam definidos”, assegura o ex-assessor da Casa Civil.

O diretor executivo da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), Alexandre Annenberg, concorda com a necessidade urgente de se fazer uma revisão geral dos marcos vigentes, tanto em telecomunicações como em radiodifusão. “Se quisermos atrair investimentos, é preciso transmitir um mínimo de confiança para as empresas. Sem marco regulatório, as coisas acabam acontecendo por imposição dos fatos e não por planejamento”, diz o diretor da ABTA,

“A pressão da grande mídia brasileira tem sido muito feroz e muito eficaz no sentido de barrar toda e qualquer medida que signifique o controle social e democrático da comunicação”

Albino Rubim

referindo-se à entrada das “teles” no mercado de TV por assinatura.

Políticas públicas

Para o presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Sérgio Murillo, é fundamental definir o papel do Ministério das Comunicações (Minicom) no segundo governo Lula e criar políticas públicas para o setor. “O governo continua agindo como agência de defesa dos interesses do setor privado-comercial”, afirma Murillo.

O presidente da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), Gabriel Priolli, tem a expectativa de uma atenção maior para as TVs públicas, com apoio e políticas para financiamento público, inclusive possibilitando a migração para a TV Digital. O Ministério das Comunicações, segundo o presidente da ABTU, teve uma postura oscilante. Foi progressista na gestão Miro Teixeira e depois houve recuo grande nas duas gestões posteriores, de Eunício de Oliveira e Hélio Costa. “A comunicação é uma área na qual o governo sinaliza que quer avançar, mas ainda não definiu as condições políticas”, diz Priolli. Pelos compromissos históricos do PT, ele espera ver transformações no segundo mandato.

Digitalização

Sérgio Murillo considera como o principal desafio do segundo mandato conduzir de forma democrática o processo de digitalização tanto da TV quanto do rádio. Na definição pelo padrão japonês para a TV Digital, o governo atendeu aos interesses da indústria de eletroeletrônicos e dos radiodifusores. “A reestruturação do sistema tem implicação direta na criação de novos postos de trabalho para jornalistas, publicitários, artistas, escritores. Quanto mais concentrado o mercado, menos empregos e mais precárias são as condições”, afirma Murillo.

Para Josué Franco Lopes, da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), o processo de digitalização tem que ser debatido primeiro com a sociedade. No caso da digitalização do rádio, a Abraço e o FNDC defendem a publicação de decreto instituindo o Sistema Brasileiro de Rádio Digital, a exemplo do criado para a TV, com o objetivo de definir democraticamente o melhor padrão para beneficiar a sociedade brasileira. Nos últimos anos, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) vem autorizando as

“O principal desafio da digitalização não é o tecnológico e sim uma regulação do novo espectro, que dê acesso a novas empresas, entidades e setores da sociedade hoje excluídos do sistema de concessões”

Bernardo Kucinski

emissoras de rádio a realizar testes, antes mesmo de uma discussão sobre o melhor modelo para o Brasil.

O principal desafio da digitalização, pondera Bernardo Kucinski, não é o tecnológico e sim o normativo: uma regulação do novo espectro que dê acesso a novas empresas, entidades e setores da sociedade hoje excluídos do sistema de concessões. “Exigir a adequação do modelo a parâmetros radicalmente democráticos é essencial, dada a importância que o rádio e a televisão têm no país e a relevância da digitalização para a sociedade contemporânea”, avalia Albino Rubim.

Rádios comunitárias

No primeiro mandato, a Abraço tinha a expectativa, pela trajetória do presidente Lula, de que houvesse melhoria da legislação e o fim da repressão. “Fomos traídos”, afirma Josué Lopes. Embora tenham sido criados grupos de trabalho para discutir soluções para o problema do processamento dos pedidos de autorização para execução do serviço de radiodifusão comunitária, nada do que foi sugerido nos relatórios foi implantado.

“Poderíamos ter tido vários avanços como um fundo público para financiar as rádios comunitárias, o aumento de potência nas áreas urbana e rural, assim como mais canais. Mas sabíamos que havia uma conjuntura desfavorável”, destaca. Lopes aponta ainda como aspectos negativos do primeiro mandato o fracasso da tentativa de criar o Conselho Fe-

deral de Jornalismo e a Agência Nacional de Cinema e Audiovisual (Ancinav).

No trato com as emissoras comunitárias, Hélio Costa foi sempre contundente: sem outorga, são “piratas”. Sendo “piratas”, devem ser fechadas. A Abraço espera a nomeação de um novo ministro comprometido com a democratização dos meios de comunicação.

Mídia, governo e sociedade

Uma das possíveis mudanças no segundo mandato de Lula deve ser a criação da Secretaria de Democratização da Informação (SDI), substituindo a Secretaria de Comunicação (Secom) e saindo do âmbito da Presidência para a Casa Civil. O governo não confirma, mas a grande mídia já olha com desconfiança. “O governo, em geral (o primeiro mandato), tentou estar bem com a grande mídia, mas ela mostrou todas as suas garras no processo eleitoral, no qual a partidarização ideológica da mídia foi impressionante e só comparada às piores experiências vividas no país no período pós-ditadura”, afirma Albino Rubim. Para Kucinski, as relações com a imprensa foram ruins por falta de maior atenção do governo para com os jornalistas e suas necessidades de informação ampla, substancial e rápida. Faltaram ainda “rituais de comunicação” (entrevistas coletivas e *releases*) para evitar vazamentos e informações parciais e inexatas. “O governo se portou de maneira pouco profissional no acesso às informações de caráter público aos jornalistas. Com relação às empresas de mídia, foi servil, agindo como agenciador desses interesses que controlam o setor há mais de 40 anos”, afirma Murillo.

Se, como vem sendo dito pelo presidente Lula desde a campanha eleitoral, o segundo governo tem compromisso com o desenvolvimento do país, os interesses nacionais passam, necessariamente, pela comunicação social. “O governo e os partidos progressistas no Brasil não podem deixar de reservar na agenda política e cultural um lugar privilegiado para o tema da democratização da comunicação. Espero que tenham aprendido com o primeiro mandato”, destaca o professor Rubim. Como diz o ditado, o cavalo não passa encilhado duas vezes.

Congresso aprovou 1,68 mil outorgas em quatro anos

Em quatro anos, o Congresso Nacional aprovou 1.680 novas rádios e emissoras de TV por meio de decretos legislativos (o instrumento que garante a liberação oficial da emissora). De acordo com levantamento periódico realizado pelo Epcom – Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação, associado ao FNDC, o número representou 60% das concessões, permissões e autorizações liberadas nos últimos oito anos. Ao todo, foram 3.334 decretos publicados entre novas rádios e TVs e renovações de licenças mais antigas. Em média, foram concedidas 42 outorgas por mês de 2003 a 2006. O ritmo de trabalho ficou acima do segundo mandato do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, quando o Parlamento federal manteve uma média de 27 liberações mensais.

Neste primeiro mandato de Lula, manteve-se uma peculiaridade em relação ao governo Fernando Henrique Cardoso. A maioria absoluta das aprovações foi de rádios comunitárias. Nos

últimos oito anos, foram liberadas 1.790 autorizações de emissoras de baixa potência. Este número representa quase 64% do total de novas rádios e TVs criadas de 1999 para cá. De acordo com a análise do Epcom, este fenômeno pode ser explicado por três razões básicas: a popularização da lei das rádios comunitárias, que data de 1998, o esgotamento do modelo de exploração da radiodifusão comercial, que atualmente arrecada menos de 5% do bolo publicitário brasileiro, o interesse de políticos locais em explorar o serviço de rádio como forma de sustentação de sua base eleitoral.

O número de emissoras de TV criadas nos últimos oito anos também chama atenção na leitura das tabelas produzidas pelo Epcom (veja abaixo). Apesar de representar quantitativamente apenas 5,2% do total de outorgas do período, as 174 novas estações praticamente duplicaram o número de geradoras de sons e imagens existentes no país antes de 1999. Minas Gerais e São Paulo, com

47 e 33 concessões respectivamente, receberam quase metade destas estações. Estes montantes contrastam com o de outros estados importantes como Rio de Janeiro, Ceará, Bahia e Rio Grande do Sul que tiveram, respectivamente, apenas 5, 6, 2 e 8 emissoras licenciadas no mesmo período.

Em termos de renovações de outorgas, as duas últimas legislaturas do Congresso não foram menos comedidas. Os 523 decretos desta natureza representaram 15,6% do total de processos de emissoras que tramitaram na Câmara e no Senado nos últimos oito anos. Este número de ratificações para as emissoras operarem pelo mesmo período de tempo (15 anos no caso de TVs e 10 anos no caso de rádios) poderia ter sido maior se a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara não tivesse rejeitado, de forma inédita, a renovação de 83 processos e enviado os mesmos para o Plenário votar nominalmente, como prevê a Constituição.

Comparativo de aprovação de outorgas nos governos Fernando Henrique Cardoso e Lula

	TVs	Radcom	FMs	Outras	Renovações	Total	%
FHC	97	709	280	45	171	1.302	39,05%
LULA	77	1.081	468	54	352	2.032	60,95%
Total 8 anos	174	1.790	748	99	523	3.334	100%

	Governo FHC (2º mandato)				Governo Lula (1º mandato)				TOTAL	%
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*		
OUTORGAS										
Emissoras de TV	9	9	22	57	43	19	3	12	174	6,19%
Rádios Comunitárias	2	51	246	410	372	469	25	215	1.790	63,68%
FMs Comerciais e Educativas	23	61	62	134	218	177	7	66	748	26,61%
Outras emissoras (OM, OC e OT)	1	14	4	26	22	23	0	9	99	3,52%
Total ano	35	135	334	627	655	688	35	302	2.811	100%
RENOVAÇÕES										
Emissoras de TV	2	2	2	5	1	1	2	1	16	3,06%
FMs Comerciais e Educativas	18	47	38	11	47	88	170	7	426	81,45%
Outras emissoras (OM, OC e OT)	7	16	20	3	21	10	3	1	81	15,49%
Total ano	27	65	60	19	69	99	175	9	523	100%

Até 18/12/06

Fonte: Levantamento do Epcom (Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação) com base no Sistema de Tramitação de Matérias do Senado Federal – Acesso em 18/12/06 – Expressões-chave: “aprova o ato que outorga concessão”, “aprova o ato que outorga permissão”, “aprova o ato que autoriza”, “radiodifusão de sons e imagens” e “radiodifusão comunitária”

O jornalismo midiático está longe da democracia

Sem a democratização da comunicação não há democracia. Se essa afirmação, largamente repetida, corresponder a uma constatação verdadeira, seguramente estamos, no Brasil, muito longe da sonhada e almejada sociedade democrática.

A democracia supõe igualdade de direitos, garantia de espaços de discussão pública e oportunidades iguais para todos. Nós já produzimos um conjunto de regras que garantem institucionalmente uma estrutura democrática na política, mas nossa sociedade permanece vertical e autoritária dividida entre o privilégio e a carência. A estrutura atual do sistema de comunicação é exemplar de como a manutenção dos privilégios obstaculiza o processo de democratização, pois a apropriação particular do que é de interesse público não propicia a criação da esfera dos direitos.

O problema se acentua quando observamos a importância que a comunicação adquiriu ao longo dos últimos anos em todas as esferas da sociedade, a ponto de se designar a sociedade contemporânea de sociedade midiática e o nosso tempo de Idade Mídia. Já não faz sentido perguntar se a imprensa é o quarto ou o primeiro poder porque sabemos que ela detem o poder simbólico, o poder não só de “fazer ver” mas de “fazer crer” naquilo que lhe convém. Enquanto a cultura de massa era instrumental, a cultura midiática é constitutiva da estrutura social, deixando de ser veiculante, de representação para ser formuladora e formadora desta nova estrutura social.

Penso que a sociedade contemporânea constituída pelo sistema de comunicação midiática tem como características o regime de visibilidade, a instantaneidade, a tecno-interação e a hegemonia da imagem. E que este sistema complexo, com um protagonismo incalculável junto à população e formador da sociedade “transparente”, trabalha contra a sociedade democrática. Pelo menos é o que vemos no Brasil através da organização das empresas de comunicação, da oferta cultural na grade da programação e das coberturas jornalísticas, principalmente da cobertura política.

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação e pesquisadores acadêmicos têm propiciado um amplo conhecimento da situação da comunicação no Brasil, enfatizando a questão dos oligopólios e dos constrangimentos dos “donos da mídia” aos que fazem política para terminar com os privilégios. Estas informações, no entanto, estão disponíveis para poucos porque não circulam na grande mídia. Aí reside a questão central para a democratização da comunicação: a circulação plural e igualitária da informação.

A população está relativamente informada sobre seus direitos em relação à educação, à saúde, à segurança, ao meio ambiente, mas não sabe nada sobre seus direitos em relação à comunicação, que também é de interesse público. Este é um serviço público que rende muito dinheiro e cujos donos tem o poder de “dizer a realidade”. Por isso, leitores, radiouvintes e telespectadores não são informados sobre cri-

térios de concessão de canais de televisão, sobre a concentração dos meios justamente nas mãos de políticos, sobre as disputas que acontecem no Conselho de Comunicação. A imprensa que tanto fala de si para celebrar suas coberturas e seus bem sucedidos profissionais nada diz sobre sua estrutura e suas relações com o poder econômico. A imprensa, rápida na denúncia (mesmo sem prova) das irregularidades dos outros nada diz sobre suas irregularidades e não dá sequer uma notinha sobre a proposta que circula nos espaços alternativos da necessidade de um Dossiê da Mídia. Ou seja, a informação enquadrada pelos privilégios de classe é duplamente desigual: pela seleção e o teor do que publica e pelo acesso do que circula. Uma parcela significativa da população carece entre tantas outras coisas, também, de boa informação.

Pierre Bourdieu definiu as teorias e práticas neoliberais essencialmente como um programa para destruir as estruturas coletivas capazes de resistir à lógica do mercado puro. Ele afirma, que o discurso neoliberal adquiriu todas as características do “discurso forte”, aquele que é quase impossível de combater porque representa as ações coordenadas de todas as forças com poder econômico e simbólico.

O comportamento da grande imprensa no Brasil é exemplar do discurso neoliberal, pois é a afirmação da lógica do mercado e está aí para garantir privilégios. Além do mais repete, incansavelmente, o credo de que “não há alternativa”. Ou de que todas as alternativas são, devem ser e se revelarão piores se experimentadas na prática. Este foi, por exemplo, o tom da cobertura do primeiro governo Lula. E é o tom da cobertura das políticas públicas que oferecem uma esperança para a “parcela dos sem parcela” – não há alternativa ao modo de ser desigual da nossa sociedade.

Assim, chegamos à triste constatação sobre o desencontro entre o que deve ser a comunicação em uma sociedade democrática e o que ela efetivamente é na sociedade midiática brasileira. Mas é, também, no intervalo desse desencontro que estão as razões para seguirmos pesquisando, estudando, lutando, fazendo uma comunicação que contribua com a democratização da sociedade brasileira.

“O comportamento da grande imprensa no Brasil é exemplar do discurso neoliberal, pois é a afirmação da lógica do mercado e está aí para garantir privilégios”

Christa Berger é professora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. É pós-doutorada pela Universidad Autònoma de Barcelona.



O real sentido do “comunitário”

Juçara Terezinha Zottis

Uma das referências culturais mais importantes para a comunidade do Distrito de Brasilândia está fechada há quase um ano. É a Rádio Cantareira (FM 107,5), uma emissora comunitária que abrange um território de 48 bairros da região norte da cidade de São Paulo e alcança uma população aproximada de 250 mil habitantes.

A ausência da rádio desperta saudades nos seus ouvintes, como a dona-de-casa Márcia Regina Costa. “Sinto falta, principalmente porque é voltada para a região, os colaboradores conhecem bem nossa realidade, têm outra visão”, diz Márcia.

Brasilândia é um dos distritos mais pobres da capital paulista, marcado por muitas dificuldades, onde 42% dos loteamentos são irregulares e o índice de violência é alto. Segundo o mapa da Exclusão e Inclusão Social de São Paulo, entre os 96 distritos da cidade, Brasilândia está entre as piores colocações no índice de qualidade de vida. Neste aspecto, a Rádio Cantareira tem um papel primordial: “um veículo de comunicação por onde se pode ouvir o que sua comunidade tem a dizer e ouvir de si mesma, é uma grande oportunidade de inclusão social”, avalia o comunicador Omar Garcia, justificando a importância da rádio.

O sucesso da Cantareira é atribuído aos comunicadores, uma equipe de 22 voluntários que produzem e levam os programas aos ouvintes. Eles contribuem mensalmente com um valor de até R\$20 para o pagamento de contas básicas, como energia elétrica, por exemplo. Existe também apoio cultural de empreendimentos locais, como mercadinhos, farmácias e outros pequenos comerciantes.

Pelo poder de ampliar a voz da comunidade, as rádios comunitárias aparecem no cenário da comunicação como uma grande alternativa de levar ao ar cidadãos que não encontram espaço para se pronunciar. A missão da Rádio Cantareira, segundo seus organizadores, membros da comunidade, é valorizar a região. Por isso, ela é ponto de referência para os moradores, atingindo a todos os segmentos presentes no distrito. Na programação da Cantareira é possível encontrar



Comunidade de Brasilândia constrói seu próprio espaço de comunicação na Cantareira

jornalismo comunitário, programas religiosos, cultura e realidade latino-americana. A diversidade é opção também no estilo musical da rádio, onde os ouvintes podem escutar MPB, sertanejo, músicas latinas e outros gêneros, “desde que possuam mensagem”, salienta Juçara Zottis, coordenadora da Cantareira.

Uma rádio para todos

Omar Garcia é responsável por um programa de música sertaneja e divide com outro radialista um horário de músicas românticas. Também faz parte da sua programação o *Jornal Cantareira*, no qual são divulgadas notícias sobre a comunidade. “Para os programas, são eleitos temas e o ouvinte liga dando sua opinião sobre o assunto em discussão”, conta Garcia. As intervenções de ouvintes ocorrem por telefone e ao vivo.

A rádio Cantareira tem na democracia suas bases estruturais. Juçara conta que a comunidade é convidada mais do que a ouvir, a fazer parte da construção da programação e apresentação dos programas. Para participar, o candidato precisa fazer um curso básico de três dias, onde são debatidos os valores do que é “ser comunitário”. Após o intensivo, os candidatos a comunicadores devem fazer um acompanhamento do que está no ar e, a partir do que foi analisado e percebido, produzir

uma proposta de programa e apresentá-la aos comunicadores da rádio para avaliação. Caso o projeto vá para o ar, é feito o acompanhamento do programa durante 30 dias. Após esse tempo, os comunicadores decidem se ele será aprovado ou não.

Na Cantareira, só é veiculado o que é de interesse da comunidade, seja qual for o conteúdo. “Um comunicado, um aviso, um anúncio, a prestação de serviço, a orientação sobre um evento, tudo isso incorpora o jornalismo comunitário”, explica Cilto José Rosembach, comunicador popular, radialista, professor universitário e presidente da Associação Cantareira. Recentemente, Cilto defendeu a dissertação “O Jornalismo nas Rádios Comunitárias”, no curso de Mestrado em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. Segundo Cilto, o jornalismo na Cantareira é de fato o ensaio e uma proposta de como deveria ser a comunicação popular alternativa. “É de uma contribuição significativa, pois garante o acesso à comunicação que interessa ao povo. É essencialmente democrático porque brota dessa matriz que é o próprio povo”.

Assim como tantas outras rádios comunitárias, a Cantareira enfrenta realidade adversa para funcionar. A emissora passou por diversos problemas, até decidir desligar os microfones e aguardar a autorização do governo federal.

O Brasil e a Rede Globo na encruzilhada do sistema global das comunicações (final)

Pode ser muito ilustrativo, neste ponto, traçar um breve panorama da televisão indiana, introduzida no país em 1959, na perspectiva da educação para o desenvolvimento, nos quadros de um projeto experimental da UNESCO, restrito inicialmente ao entorno de Déli e estendido, ao longo dos anos 60 e 70. Em 1965, se estabelece um sistema público regular de TV e em 1976 é criado o organismo público Doordarshan, (separado do da rádio, o All India Radio – AIR), que manterá o monopólio até 1990, centrado numa perspectiva de serviço público e de educação para o desenvolvimento.¹

Um elemento importante para entender a TV indiana são as suas relações com uma indústria cinematográfica poderosa e popular, como a daquele país, decorrente, em boa medida, de uma divisão de trabalho em que a TV se dedica à educação popular, de acordo com os projetos desenvolvimentistas dos sucessivos governos nacionais, preocupados com a unificação cultural de um país multi-étnico e multi-lingüístico, enquanto o cinema garante essa mesma unidade na perspectiva do entretenimento, explorando a rica iconografia tradicional, para constituir, já nos anos 20 e 30 do século XX, uma indústria e um *star system* poderosos, comparáveis apenas, em nível mundial, com Hollywood.

A televisão pública estatal sempre foi considerada como instrumento de uma política desenvolvimentista consistente desde Nehru, influenciada, é preciso dizer, não só pelo socialismo soviético, como insiste Deprez², mas também pelo velho paradigma cepalino da industrialização por substituição de importações e, no plano que nos interessa, pelas teorias educacionais e comunicacionais, desenvolvidas inicialmente no Brasil e na América Latina, com grande influência nos foros internacionais, especialmente na Unesco, nos anos 70. Mesmo o acordo de 1975, com a Nasa, para o lançamento de um satélite experimental de televisão (Site), que torna o país, pioneiro na utilização do satélite para esse fim, não altera essa perspectiva geral, como a política de aproximação dos EUA de Indira Gandhi não altera a autonomia do país, líder do movimento dos não-alinhados, em matéria de política exterior e de desenvolvimento econômico.

Deste último ponto de vista, sabemos, a Índia, nos anos 80, aprofunda o planejamento econômico no sentido do desenvolvimento autônomo de tecnologias de informação, que a tornarão competitiva em nível internacional. Hoje, o país é considerado nos meios internacionais como o caso mais retumbante de sucesso econômico, depois da China, tendo inclusive vantagens em relação a esta na área das TICs. Some-se a essa performática indústria de informática, o fato de ser a maior produtora de cinema do mundo e teremos uma noção das perspectivas de inserção do país na chamada “economia do conhecimento”, em que pese, entre outras coisas, o grave problema demográfico e a miséria endêmica que ainda apresenta.

Do ponto de vista da televisão, o panorama começa a mudar no país, primeiro com a entrada da TV pública na produção de entretenimento, a partir da criação do segundo canal estatal (Metro), em 1984, com o que aumenta a capacidade de atração de verbas publicitárias (a publicidade em televisão é autorizada ao final dos 70), sobretudo após a introdução da TV em cores, em 1982. A política de liberalização posterior não tirará o protagonismo da TV pública, mas ampliará a oferta, com base numa legislação extremamente permissiva, no que

se refere às redes de cabo e satélite (Cable Television Regulation Act, também de 1995, como a Lei do Cabo brasileira) em relação à penetração do capital estrangeiro. O resultado é a constituição de um panorama extremamente diversificado, articulando grandes capitais internacionais com redes locais de diferentes dimensões, redes de quarteirão, transmitindo em diferentes línguas locais, além do inglês, do indi e do chamado hinglish, uma explosão de TVs comunitárias, enfim, uma oferta diversificada de todo tipo, verdadeiramente impressionante.

A TV pública reage e amplia também a sua oferta, contando hoje com mais de 20 canais regionais, canais segmentados e um serviço internacional que disputa, com a iniciativa privada, a audiência nos países limítrofes e por onde se espalha a enorme diáspora indiana. Desde 2004, oferece, inclusive, DTH gratuito, como forma de universalização do acesso. Tudo isso, mantendo o monopólio da televisão terrestre, agora em fase de digitalização.

Dois fenômenos são fundamentais nessa evolução. Por um lado, a força da cultura local, que acaba por produzir um padrão tecno-estético particular nas diferentes áreas da produção televisiva, a partir certamente das suas relações com a indústria nacional de cinema, o que, além de garantir uma importante resistência cultural frente à expansão da produção estrangeira, sobretudo norte-americana, lhe dá competitividade em nível internacional, apesar das vantagens de precedência de outras áreas mais tradicionais na produção televisiva, como os EUA, o México ou o Brasil.

Por outro lado, a estratégia desenvolvimentista local, ao contrário da América Latina dos anos 60 e 70, garantiu um grau de autonomia da política econômica que faz com que a liberalização dos anos 90 se dê, como na China, de forma controlada e num ambiente de ampliação do consumo de uma classe média urbana emergente, base para qualquer projeto de desenvolvimento sustentado. Assim, enquanto aumenta a sua competitividade sistêmica em matéria de produção televisiva, acompanhando o sucesso do país na economia global, com taxas de crescimento das mais altas do mundo e uma inserção privilegiada na chamada economia do conhecimento, dada pela sua importante indústria de software, fruto de um planejamento estatal consistente e de longo prazo, para não falar na produção cinematográfica, a Índia unifica e amplia seu mercado de consumo interno e oferece a sua população um panorama televisivo diversificado e rico, fortemente baseado na cultura local.

Nessas condições, não é surpreendente o amplo consenso social sobre a manutenção do sistema público estatal na televisão de massa, coexistindo (e competindo em boas condições) com o capital privado nacional e internacional, com a TV comunitária, de bairro, local etc., na área da TV segmentada, mas devendo cumprir estritamente suas obrigações de serviço público. Qualquer diferença com o caso brasileiro não é mera coincidência.

¹ Esta análise do caso indiano está baseada na leitura do interessante livro de Camile Deprez, “La télévision indienne”, Bruxelas: De Boeck & Lacier/INA, 2006.

² Op. cit., p. 34.

De consumidores a cidadãos

Os veículos de comunicação passaram a incidir sobre a população na esfera social, política e cultural, à medida que foram atingindo uma escala industrial e massiva. Os conteúdos noticiados nos jornais, a polêmica abordada na novela, os comerciais de produtos e serviços determinam os assuntos que serão comentados à hora do jantar, enquanto o que não é tratado na mídia pode provocar até certa alienação entre os leitores, ouvintes e telespectadores. Por essa presença e influência é que a comunicação deve ser observada por todos os cidadãos.

Uma forma de refletir sobre a mídia é pensar sobre ela a partir de alguns questionamentos, como: a mídia atende a interesses de grupos privados ou ao interesse público? Que mensagens são transmitidas? O que elas querem realmente comunicar? Como podemos usar a comunicação de uma forma melhor? Qual é a consequência de pequenos grupos, entre eles parlamentares, controlarem grandes veículos de comunicação?

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) considera primordial propagar estes questionamentos, no sentido de fortalecer o desenvolvimento de uma visão crítica da comunicação e capacitando a sociedade para a ação multiplicadora das iniciativas em busca de uma nova comunicação, mais democrática e plural. O estímulo à produção científica e técnica das universidades e institutos de pesquisa que atuam sobre temáticas da área das comunicações é apontado pelo FNDC como um dos instrumentos para desenvolver o olhar crítico sobre a comunicação. O foco, segundo o Fórum, é romper com a passividade e a mera submissão aos conteúdos veiculados e transformar consumidores em cidadãos. “O simples acesso à informação não é suficiente para a interpretação do mundo”, diz o sociólogo francês Edgar Morin, ao evidenciar que informação não é necessariamente conhecimento e tem sentido apenas em relação a uma situação e um contexto.

Victor Gentili, jornalista e professor universitário, um dos fundadores do *Observatório da Imprensa* – grupo que faz um trabalho crítico sobre a postura e deslizes da mídia, em sua página na internet e programas de rádio e televisão – considera que a crítica da mídia chegou no Brasil em 1975, quando o jornalista Alberto Dines produziu a coluna *Jornal dos Jornais*, na Folha de São Paulo. Em 1989, a Folha trouxe para o país a figura do *ombudsman*, profissional cuja função é receber críticas, sugestões e reclamações, devendo agir na defesa imparcial dos leitores. O *ombudsman* é bastante comum em outros países, porém, no Brasil, é visto ainda por alguns profissionais como uma forma de censor.

Para habilitar os cidadãos a refletir e agir sobre a mídia e se posicionar sobre a forma como ela é feita, é preciso educar a população. Isso pode ser feito já nas escolas, em todas as séries, ou ainda através da comunicação comunitária, a partir do indivíduo como agente mobilizador em sua própria realidade.

Inclusão por princípio

Para Bruno Fuser, coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação pela Cidadania da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), esse conteúdo está disseminado de uma maneira ainda fragmentada. “A alternativa para formar uma consciência crítica é fortalecer os movimentos pela inclusão digital, vista não como um consumo dos meios, mas de uma apropriação dos meios de forma democrática, seguindo a Leitura Crítica da Mídia aplicada atualmente ao rádio, jornal e televisão. A inclusão digital cidadã passa pela questão do software livre e apropriação crítica da tecnologia”, reflete Fuser, sobre o uso dos novos meios de comunicação.

O surgimento na internet de *blogs* críticos e observatórios de mídia contribui com a postura ética dos profissionais dos meios de comunicação de massa. Alguns esmiúçam a cobertura elei-

toral e a maneira como cada empresa jornalística explorou os fatos, enquanto outros focam sua atenção na existência de oligopólios da mídia e coronelismo eletrônico.

A Rede Nacional de Observatórios lançada em 1998 por Gentili é um desses organismos. Ligada a 12 instituições de Ensino Superior e presente em nove estados brasileiros, a rede conta hoje com sete observatórios em funcionamento e seis projetos em fase de consolidação.

A campanha *Quem financia a baixaria é contra a cidadania* – da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados e organizações da sociedade civil na promoção dos direitos humanos – colhe bons resultados com adesão expressiva de telespectadores discutindo o conteúdo transmitido pela televisão. A campanha faz um acompanhamento permanente da programação da TV, indicando os programas que de forma sistemática desrespeitam os princípios constitucionais e a legislação brasileira de proteção aos direitos humanos e à cidadania.

Os caminhos são muitos. “Todo o setor organizado que prega a democratização da comunicação e liberdade de imprensa deve se envolver. A Federação Nacional dos Jornalistas sempre fez isso e a Associação Brasileira de Imprensa já teve um papel relevante nesse sentido”, revela Luiz Spada, presidente da Comissão Nacional de Ética da Federação Nacional dos Jornalistas. Os programas devem atingir a sociedade de uma forma geral, não deixando de lado a questão no Ensino Fundamental, Médio e Superior.

Para isto, contribuem ações como a campanha contra a baixaria na TV, o trabalho dos observatórios de imprensa e o envolvimento da sociedade nos órgãos públicos incumbidos de zelar pela comunicação no Brasil. Por enquanto, porém, as iniciativas são muito pontuais e não atingem o país inteiro. “É preciso encontrar parceiros novos e reuni-los aos antigos e caminhar para uma comunicação de qualidade”, reflete Spada.

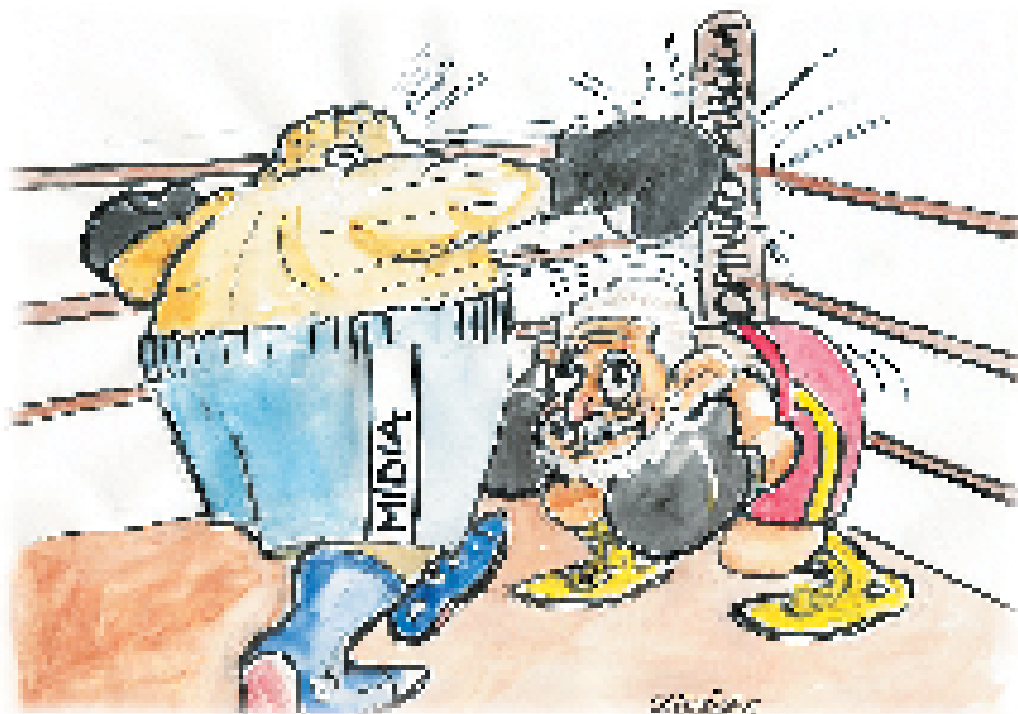
CDHM requer Conferência Nacional de Comunicação

Para definir objetivos ao pleno exercício do direito humano à comunicação, “direito da pessoa se expressar, manifestando sua identidade civil, política, econômica, social e cultural”, e formular políticas públicas para a Comunicação, com participação da sociedade civil e organizações governamentais e do setor, a deputada Iriny Lopes (PT-ES), da Comissão de Direitos Humanos e Minorias, defendeu a convocação da I Conferência Nacional de Comunicação no requerimento 56/2006, apresentado em dezembro na Câmara dos Deputados. Segundo o documento, nos últimos anos tornaram-se mais evidentes os obstáculos ao exercício da liberdade de expressão e de difusão de informações à sociedade, relacionados à forte concentração da propriedade sobre os meios de comunicação. A proposta de realização do evento vai ao encontro da proposição do FNDC. A CDHM tem debatido as rádios comunitárias e outras questões de comunicação popular e pública, como a campanha Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania.

Curso Anual

O Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC) realizou no Rio de Janeiro, entre os dias 30/11 a 3/12, seu 12º Curso Anual, que tratou da “Fusão da mídia com o Estado e os limites da indústria de manipulação das consciências”. Participaram cerca de 180 pessoas, entre estudantes, sindicalistas, jornalistas e professores de todo o país. Venício

HUMOR



Lima, Hamilton de Souza, Dênis de Moraes, Élson Faxina, Laurindo Leal, Joaquim Palhares, Adelaide Gonçalves, Ademar Bogo e José Abex Jr., entre outros, abordaram temas como “Mídia e política no começo do século XXI” e “A comunicação e a disputa contra-hegemonica”. Houve também o lançamento do catálogo de vídeos populares do NPC e de livros de autores que participaram desta edição do curso. Altamiro Borges, Alípio Freire, Virgínia Fontes, Marcelo Freixo, Kjeld Jakobsen, Ricardo Kotscho, Marcos Alvito, Vereadora Soninha e Adair Rocha, debateram com a platéia “uma comunicação contra-hegemônica, hoje”. Beto Almeida, João Pedro Stédile e Vito Giannotti encerraram o curso com o tema “Nossa resposta à manipulação das consciências pela mídia”. O jornalista Raimundo Rodrigues Pereira foi homenageado por seu engajamento na construção de

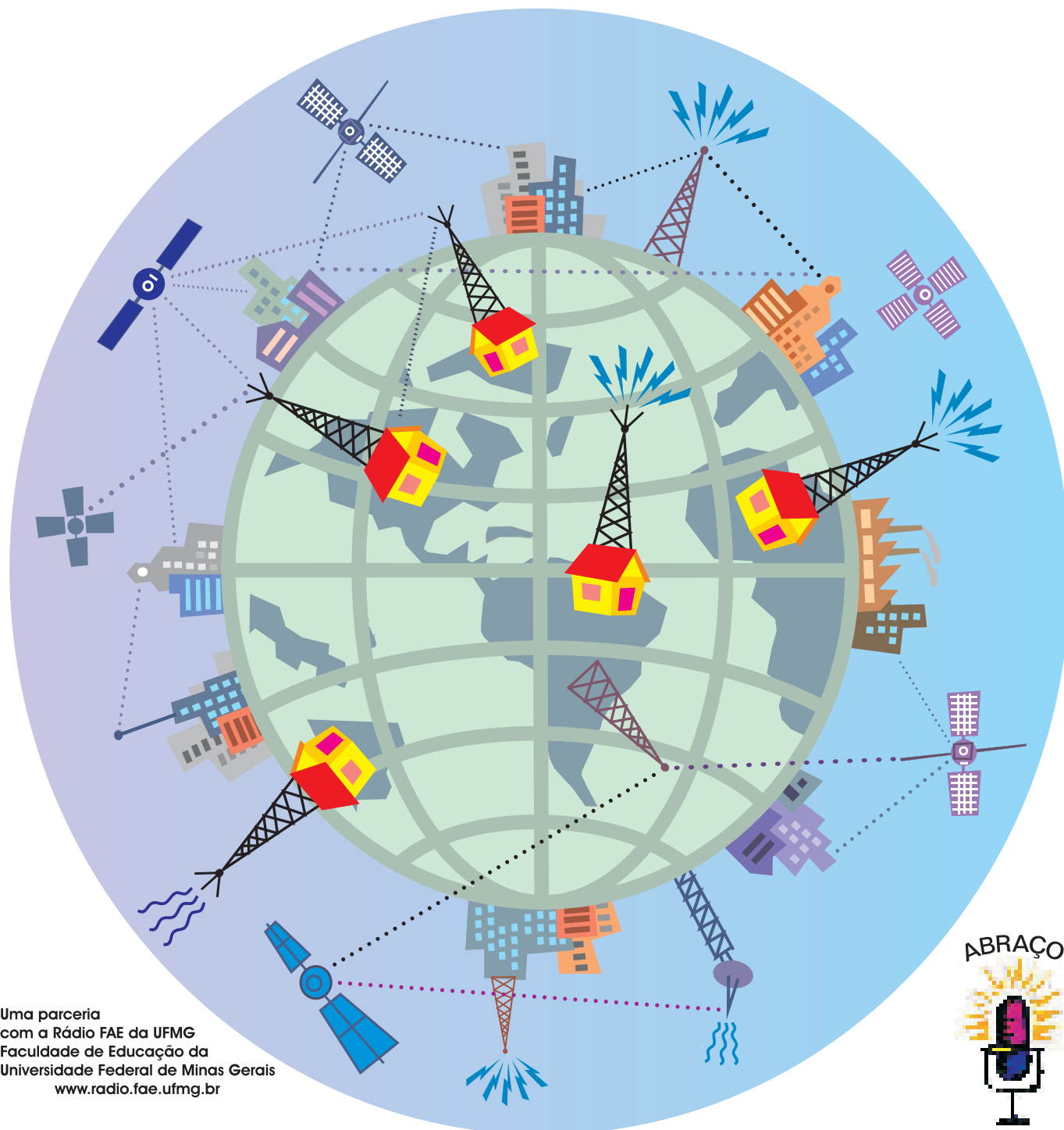
uma comunicação alternativa no Brasil.

NET terá que reintegrar canais públicos do cabo

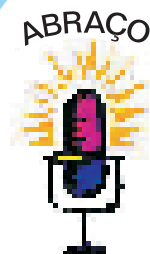
O Ministério Público Federal e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) preparam um Termo de Ajustamento de Conduta a ser assinado pela NET Serviços, que retirou os canais comunitários, universitários e legislativos de seu serviço digital. O acordo prevê que a NET deverá oferecer os canais básicos de utilização gratuita o quanto antes nas cidades onde já disponibiliza o pacote digital: São Paulo, Porto Alegre e Rio de Janeiro. O transporte destes canais está previsto na Lei do Cabo (nº 8.977/95). Há oito meses, porém, os Clientes desse serviço só podem assisti-los desligando o decodificador. Em junho do ano passado, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), com

o Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e os canais comunitários do Rio de Janeiro e do Distrito Federal, protocolou na Procuradoria Regional dos Direitos do Cidadão de São Paulo um pedido de representação contra a empresa. Em outubro, a Procuradoria recomendou a inclusão dos canais nos pacotes digitais da prestadora, no prazo de 30 dias. Em novembro, em reuniões mediadas pelo Ministério Público com representantes do FNDC, do Intervozes, da Associação Brasileira de Canais Comunitários, Associação das TVs Legislativas do Brasil e Associação Brasileira de Televisão Universitária, a NET apresentou proposta de transmitir os canais obrigatórios a partir de maio de 2007, num processo que iria até o final do ano. O FNDC e o Intervozes não concordaram, pois consideraram que a medida deve ser imediata.

RÁDIO COMUNITÁRIA É PLANETÁRIA



Uma parceria
com a Rádio FAE da UFMG
Faculdade de Educação da
Universidade Federal de Minas Gerais
www.radio.fae.ufmg.br



Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária – Rede Abraço de Rádios

Uma iniciativa socializante de comunicação popular, para dar visibilidade ao protagonismo dos trabalhadores e fortalecer as RadCom, construindo a revolução no campo eletromagnético, sem a qual jamais haverá democracia de verdade no Brasil!

www.redeabraco.org

redeabracors@yahoo.com.br OXX (51) 3227 0096

Definitivamente, há algo mais no céu do que os aviões de carreira.

A opinião que você nem sabia que tinha.

O desejo de comprar algo
que ontem não existia.

A celebridade que você
não conhece mas é sua amiga.

O que a mídia não diz
mas quer que você pense.

Tudo isso é invisível aos olhos.
Mas está no ar. Todos os dias.
Em todos os lares.

Democratizar a comunicação
é aprender a produzir informação
e a decifrar as mensagens
que nos entregam.

O caminho é longo.
Venha trilhá-lo com a gente.

Associe-se ao FNDC.
Mais informações em www.fndc.org.br

