

Texto base
Análise de conjuntura
XVII Plenária Nacional do FNDC

Cresce a luta pela democratização da comunicação na sociedade

1) Muita coisa mudou no Brasil de 2003 para cá. Mudanças que foram impulsionadas por vários fatores: pela alteração no papel do Estado, que passou a ser mais pró-ativo; pela força de novas políticas públicas; pela emergência de governos latino-americanos com compromissos progressistas e de ruptura com o neoliberalismo, que fortalecem um novo bloco econômico na região. Tivemos mudanças na política externa, avanços importantes na área social. A economia cresceu e foi possível, a partir de uma combinação de fatores e ações, reduzir o desemprego e melhorar a renda dos brasileiros.

2) Mas, para acelerar essas mudanças e aprofundar a democracia, é preciso impulsionar o governo a assumir agendas que são estratégicas para a democracia e para um novo projeto de desenvolvimento. Temas que foram deixados de lado pelo governo, como a questão da democratização da comunicação.

3) Como apontou a resolução da Plenária do FNDC, realizada em dezembro de 2011, nenhum dos aspectos estruturantes do setor das comunicações sofreu mudanças substanciais nos últimos anos, “mantendo um alto índice de concentração dos meios (oligopólio), claro predomínio do setor privado comercial sobre os setores estatal e público, legislação excessivamente fragmentada, defasada e insuficiente para enfrentar uma conjuntura de novas tecnologias e convergência de mídias, inúmeras práticas de manipulação da informação, ausência do poder público em ações de regulação e fiscalização, perseguição e criminalização da radiodifusão comunitária e enorme resistência do setor privado empresarial para que sejam realizadas mudanças estruturais”.

4) As sinalizações de que o governo estava comprometido com o debate destes temas – a partir do projeto de novo marco regulatório para as comunicações deixado pelo ex-ministro da Secom, Franklin Martins, para o Ministro das Comunicações de Dilma, Paulo Bernardo – foram ficando cada vez mais raras. Até abril de 2012, aproximadamente, o Ministério das Comunicações ainda dizia estar trabalhando em torno de uma consulta pública para discutir o marco regulatório das comunicações. Depois, passou a tratar o assunto com evasivas e no último período passou a ser mais direto e afirmar que a regulamentação da comunicação não estava na pauta deste governo. A posição de recuo diante de um compromisso firmado anteriormente junto às entidades do movimento social mereceu uma elevação no tom das críticas ao Ministério das Comunicações.

5) Somado a este cenário, tivemos um retrocesso nas políticas de telecomunicações, com uma alteração significativa na agenda governamental para o Plano Nacional de Banda Larga e para o papel inicialmente previsto para a Telebrás, seguido de pacotes cada vez maiores de isenção fiscal para as empresas de telecomunicações. O Ministério das Comunicações chegou a ensaiar a doação dos bens reversíveis à União para os empresários, o que representaria uma privatização do setor muito mais grave do que a realizada por FHC.

6) A discussão do Marco Civil da Internet permanece travada no Congresso Nacional, em razão das negociações que o Ministério das Comunicações tem feito para garantir mudanças na redação do relatório do deputado Alessandro Molon (PT/RJ) e acomodar os interesses dos radiodifusores e das empresas de Telecomunicações. O primeiro, já garantido no relatório pela redação do parágrafo 2º do Artigo 15, e o segundo pela tentativa de alterar a redação do parágrafo 9º, que traz os parâmetros para definir a neutralidade de rede. Em recente audiência pública realizada no Congresso para discutir os casos de espionagem a partir de empresas e agências norte-americanas, o ministro Paulo

Bernardo afirmou que a redação da neutralidade de rede no Marco Civil não poderia impedir que as empresas adotassem seus modelos de negócios.

7) Ainda no tocante à radiodifusão, o Congresso Nacional aprovou de forma relâmpago e sem qualquer debate público – numa comissão mista criada para discutir projetos de regulamentação da Constituição composta por 6 deputados e 6 senadores – um projeto de lei que cria regras para a regionalização dos conteúdos de rádio e televisão (Art. 221 da Constituição) que distorcem completamente todo o debate acumulado sobre o tema e reduz drasticamente o horário destinado para programas regionais e independentes, colocando em risco o avanço da pluralidade e diversidade que deveriam ser o horizonte de qualquer lei para regulamentar este dispositivo Constitucional.

8) Na área da Radiodifusão Comunitária houve um retrocesso no atual governo, que interrompeu o processo de negociação com o movimento e se submeteu à lógica dos sistema comercial publicando a portaria 462/11, com mais restrições, e abandonou a proposta, fruto de acordo, de enviar ao Congresso Nacional um projeto reformulando a Lei 9612/98. E por outro lado, concedeu a mais de duas mil rádios AM o direito de migrarem para canais FM e, às FM, o direito de aumentar a sua potência, com direito a ressarcimento dos custos da concessão anterior, tudo isso sem qualquer processo licitatório, enquanto as rádios comunitárias há 15 anos lutam para ter mais canais e potência de até 250 w. Além disso, permanece uma política de perseguição às rádios comunitárias, que continuam sendo tratadas como caso de polícia.

9) A alocação dos recursos de publicidade do governo federal ainda privilegia os grandes grupos de mídia. O governo concentra demasiadamente suas verbas no meio televisivo (62,63%) e neste meio 44% dos recursos são destinados para uma única emissora: a Rede Globo. A internet conta com apenas 5,32% da fatia de publicidade do governo, também concentrados nos portalões da grande mídia ou nos grandes da internet. O conceito de mídia técnica utilizado pelo governo – orientado apenas pela audiência dos veículos – favorece os grandes em detrimento dos pequenos. Os veículos da mídia alternativa e os pequenos empreendedores de comunicação (jornais, revistas, blogs, sites) acabam ficando ou de fora ou recebendo uma fatia irrisória das verbas. O Estado brasileiro, através de suas empresas e órgãos de governo, tem a responsabilidade de adotar parâmetros de distribuição de verbas que considerem não só a audiência dos grandes, mas critérios que promovam a diversidade e pluralidade, sendo um efetivo instrumento de combate ao monopólio da informação e, com isso, tornando a mensagem do governo mais efetiva para a sociedade brasileira.

10) Uma iniciativa fundamental do governo Lula para promover a diversidade na radiodifusão brasileira foi a criação da Empresa Brasil de Comunicação. A EBC completou cinco anos e ainda está em fase de estruturação e consolidação. Contudo, já poderia ter avançado muito mais e estar cumprindo um papel muito mais pró-ativo na oferta de conteúdo jornalístico, esportivo, cultural e de entretenimento que fosse um contraponto ao que é veiculado pela mídia comercial. O sinal da TV Brasil, por exemplo, não é acessado em São Paulo na faixa nobre do espectro eletromagnético. Também, a qualidade do sinal que é transmitido pela TV por assinatura é ruim. É preciso reforçar o caráter público da emissora, e avançar em seu conteúdo e infraestrutura. Um aspecto importante tem sido a participação da sociedade organizada nos processos de renovação do Conselho Curador da EBC, inclusive com a eleição de representantes que vocalizam, no interior do conselho, estas reivindicações e análises.

11) Enquanto o governo se nega a enfrentar este cenário de monopólio e ausência de diversidade e pluralidade, cresce a percepção na sociedade de que criar regras para o setor é uma necessidade. Esta passa a ser uma reivindicação que extrapola os setores tradicionalmente organizados na luta pela democratização da comunicação, como bem aponta recente pesquisa da Fundação Perseu Abramo. Realizada entre 20 de abril e 6 de maio, a pesquisa ouviu 2.400 pessoas acima dos 16

anos, de áreas urbanas e rurais de 120 municípios, das cinco regiões do país. Destas, 82% assistem diariamente a TV aberta, mas quase a metade, 43%, afirma não se reconhecer na programação e 25% se veem retratados negativamente, contra 32% positivamente. Embora haja um desconhecimento de que essas emissoras são concessões públicas, com 60% dos entrevistados respondendo que “são empresas de propriedade privada, como qualquer outro negócio”, ainda assim, 71% são favoráveis a que haja mais regras para definir a programação. Sobre o regramento na TV, 46% declarou que prefere que estas regras fiquem sob a responsabilidade de um “órgão ou conselho que represente a sociedade”, contra 31% favoráveis à autorregulamentação, como a atual, e 19% declararam ser favoráveis a controle governamental. A respeito do caráter de classe dessa mídia, 61% dos entrevistados avaliam que a TV costuma dar mais espaço para os empresários do que para os trabalhadores. A inexistência da diversidade regional também é uma constatação: 44% consideram que o noticiário veiculado é quase só de São Paulo e Rio de Janeiro. Da mesma forma, a pesquisa captou uma percepção de afronta aos interesses de crianças e adolescentes: 39% acreditam que a TV oferece uma programação negativa para sua formação, contra 27% que a consideram positiva. Nada menos do que 65% relativizaram a confiança na “parcialidade e neutralidade” das informações divulgadas e somente 21,9% acreditam que a mídia expõe os fatos sem privilegiar um lado. Conforme a pesquisa, a maioria dos entrevistados avalia que a TV retrata as mulheres às vezes, 47%, ou quase sempre, 17%, com desrespeito, da mesma forma como desrespeita os nordestinos às vezes, 44%, ou quase sempre, 19%, e ainda a população negra, 49% e 17%, respectivamente, sendo que para 52% esta população é menos retratada do que deveria. Embora os números estejam aí, os que buscam democratizar a palavra são identificados pela mídia como agressores, adeptos da “censura” e de outras barbaridades, projetando sobre os movimentos pela democratização da comunicação as suas próprias práticas coercitivas.

12) A disputa política em torno dos rumos do governo e, principalmente, em torno da eleição de 2014, se acirra. A elite econômica e os setores conservadores, em aliança com os monopólios privados da comunicação, elevam o tom do denunciamento contra o governo e chegaram a manipular parcela das manifestações populares que ocorreram em junho, tentando impor uma pauta política que tivesse como alvo o governo Dilma Rousseff e sua desestabilização.

13) As manifestações de junho aglutinaram variados setores sociais e reivindicações por maior presença do Estado, centradas fundamentalmente na denúncia sobre as péssimas condições de mobilidade urbana. Elas tiveram como embrião a luta pela redução do preço das passagens de ônibus e foram impulsionadas pela truculência policial que ocorreu em São Paulo contra os manifestantes, gerando uma onda de solidariedade e mobilizações em todo o Brasil. Em determinado momento, os meios de comunicação perceberam uma oportunidade para impor sua agenda política a estes atos – como o Fora Dilma e a questão da corrupção – mas não lograram êxito, apesar da consequência imediata desta jornada ter sido uma queda significativa na aprovação do governo e da presidenta. Entre os elementos políticos centrais que puderam ser percebidos destas mobilizações, estavam à reivindicação de melhoria dos serviços públicos (educação, saúde, mobilidade urbana) e a crítica aos gastos com os megaeventos esportivos, além da crítica aos meios de comunicação.

14) A própria cobertura que a grande mídia fez destes atos passou a ser questionada a partir da ampla repercussão da cobertura realizada pela “mídia alternativa”, com destaque para o Mídia Ninja, que acabou virando alvo dos grandes meios de comunicação, assustados pela ameaça que um grupo de jovens representou nesse processo político.

15) Diante do imobilismo do Ministério das Comunicações, as entidades avaliaram que era preciso dar um passo adiante na pressão sobre o governo e na mobilização social a fim de garantir a efetiva liberdade de expressão. Nascia então, em maio, o Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Mídia Democrática, um instrumento político de pressão e mobilização da campanha Para Expressar a

Liberdade, Uma Nova Lei para Um Novo Tempo, que tem entre outros objetivos: coletar 1, 3 milhão de assinaturas para apresentar o projeto no Congresso Nacional, pressionar o governo a debater publicamente o tema; mobilizar os setores organizados da sociedade em torno da necessidade de todos incorporarem a luta pela democratização das comunicações nas suas pautas políticas específicas; e a tentativa de ampliar o debate para toda a sociedade, procurando desfazer o mito criado pela mídia de que os meios comerciais são os mandatários da liberdade de expressão. A campanha aglutinou inúmeras organizações sociais – filiadas ou não ao FNDC – e criou uma dinâmica importante de atividades nos estados em torno da discussão de uma nova lei para as comunicações e da tarefa de coletar as assinaturas.

16) O tamanho do desafio dos setores que estão discutindo a urgência de o Brasil construir um novo marco regulatório das comunicações é grande: colocar este tema na agenda pública nacional; mostrar que nas democracias tidas como exemplo para o setor conservador existe regulação da comunicação na sua dimensão de atividade econômica e, inclusive, em questões de conteúdo. É inaceitável que concessões públicas continuem sendo manipuladas como instrumento de lucro e poder pelo grande capital. Guiados pela compreensão de que a comunicação é um direito humano, e de que a regulação é papel do Estado, vamos à luta para ampliar a pressão e garantir a efetiva diversidade e pluralidade na comunicação, essencial para o enraizamento da própria democracia.