

A NECESSIDADE DO CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Daniel Herz

Texto sem revisão final com a intervenção do vice-diretor do Departamento de Relações Institucionais da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) em audiência pública realizada no último dia 9/5 na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados, com a promoção de "debate acerca do Conselho de Comunicação Social". Além do representante da Fenaj foram ouvidos na audiência pública o professor Roberto Amaral Vieira, da PUC-RJ; Paulo Machado de Carvalho Neto, presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert); e Murilo Aragão, representante da Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner).

A expressiva audiência obtida pela canal da TV Senado nas recentes sessões da Comissão de Ética do Senado Federal, a exemplo do que aconteceu em outras oportunidades com a TV Câmara, evidencia o reconhecimento da utilidade pública destes canais.

Os dois canais – TV Senado e TV Câmara – integram o conjunto de canais legislativos de exibição obrigatória e gratuita, em todo o país, pelas operadoras de TV a Cabo. Essa exigência surgiu em 1994, na mesa de negociações da Lei da TV a Cabo, integrada por representantes de entidades da sociedade civil e de profissionais, integrantes do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação e, de outro lado, por representantes de entidades empresariais da área de comunicação.

O papel hoje desempenhado por estes canais não foi antecipado com muita facilidade e enfrentou incompreensões, a começar pelo relator do projeto na Câmara, o deputado Koyu Iha (PSDB-SP). A resistência do deputado Koyu, que teve um papel decisivo na criação de um ambiente favorável para as negociações, decorria de um motivo que pode ser considerado nobre. Koyu acreditava que, de certa forma, o Congresso estaria legislando em causa própria ao aprovar uma lei que determinava a obrigatoriedade destes canais, o que poderia não ser bem recebido pela sociedade.

Gastou-se bastante argumentação para convencer o deputado Koyu de que a obrigatoriedade de veiculação destes canais era uma exigência que partia da sociedade e não do Congresso. A criação, como apelidamos na época, de "janelas eletrônicas" para as instituições do parlamento, permitindo que um cidadão, da sua própria casa, sempre que necessário, pudesse se colocar no plenário do legislativo, acompanhando ao vivo os debates realizados, era por nós considerado como um elemento essencial do processo democrático.

Além disso, dotar o Congresso de um meio de expressão que, sem qualquer manipulação editorial das empresas de comunicação, revelasse a atuação do legislativo foi considerado pelo Fórum como um avanço no sentido da democratização da comunicação.

Esta referência a uma das conquistas da Lei 8977, a Lei da TV a Cabo, tem sentido, nesta audiência pública, se lembrarmos que a composição da mesa de negociações desta lei, em boa medida, reproduziu a composição hoje prevista para o Conselho de Comunicação Social. Os diversos setores profissionais, empresariais e da sociedade civil que se fizeram representar na negociação da Lei da TV a Cabo anteciparam o papel

que projetamos para o Conselho. Isto é, um órgão com uma representação ampla, que cumpre a função de equacionar questões técnicas e políticas complexas e de buscar o estabelecimento de bases de consenso e de propor ao Congresso, consultivamente, soluções para problemas da área das comunicações.

Nesta rápida intervenção vamos passar ao largo das referências históricas da disputa pela instalação do Conselho – que estão registradas no levantamento realizado pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação hoje distribuído – procurando destacar os aspectos conceituais e analíticos que envolvem as finalidades que atribuímos ao Conselho e as persistentes dificuldades para a sua instalação.

Finalidades do Conselho

Apontamos quatro funções do Conselho que tornam sua existência imprescindível para o avanço da democracia no país.

1. O Conselho deve afirmar-se como instituição mediadora

Em relação à área das comunicações, de um modo geral, os setores organizados da sociedade têm mostrado pouca iniciativa e formulação. Necessitamos de alterações nos padrões culturais e de mudanças na conduta das entidades representativas da sociedade civil que devem desenvolver tanto capacidade de elaboração como de ação, em relação à área das comunicações. Isto é necessário para que a sociedade não fique refém nem do setor privado e nem do Estado, que hoje monopolizam esta capacidade de ação e de elaboração sobre a área das comunicações. A sociedade civil tem que se habilitar para conseguir tratar de igual para igual, com o Estado e com o setor privado. Deve ter iniciativa e conhecimento de causa, para pensar e agir estrategicamente sobre as questões da comunicação.

Neste sentido, a afirmação do Conselho como uma instituição mediadora, exige da sociedade uma postura ativa e de empenho no aprofundamento das elaborações.

A Lei 8389, que regulamentou o artigo 224 da Constituição, tem o mérito de caracterizar o Conselho não como um mero apêndice do Congresso, mas como um órgão da sociedade instalado no interior do parlamento federal, constituído com a finalidade de assessorá-lo, mas também estimulando novas relações entre os diversos setores sociais.

A melhor possibilidade do Conselho é a de afirmar-se como uma instituição mediadora, um efetivo canal de interlocução entre profissionais da comunicação, setores organizados da sociedade civil e o empresariado de comunicação. Com base em novas e politizadas relações, o Conselho pode propiciar o início de um processo de superação da atomização e da particularização de debates e de sistematização das relações políticas entre estes agentes e destes com o Congresso, com o Executivo e mesmo com o conjunto da sociedade. Na medida em que se constituir como um instrumento de relação abrangente da sociedade com as questões da comunicação de massa, o Conselho pode favorecer a superação do corporativismo, das lutas particularizadas, dos encaminhamentos tópicos e das perspectivas unilateralizadas.

O Conselho é uma resposta arrojada à necessidade contemporânea de criação de novas instituições que superem o formalismo, a opacidade e o sentido usurpador da universalidade que caracterizam boa parte das instituições da tradição republicana. A Lei da TV a Cabo impulsionou o Conselho para o cumprimento deste papel ao exigir que o Poder Executivo ouvisse o parecer do órgão sobre a regulamentação e normatização deste serviço. A exigência é de que o Executivo ouça o parecer do órgão

sem, entretanto, a este se subordinar. Observe-se que esta disposição vincula a ação do Executivo à apreciação de uma opinião que deverá ser formulada pelo Conselho, no que se refere à regulamentação da TV a Cabo, independentemente da posição do Congresso. A Lei obriga a que o Executivo, desde modo, ouça uma representação da sociedade que está alojada no Congresso. Este modelo de relacionamento, sem dúvida, constitui uma instituição estranha à tradição republicana, saudavelmente estranha, diríamos. Na verdade, trata-se de uma instituição inovadora e renovadora de práticas e condutas, que enriquece democraticamente o Congresso, o Executivo e a própria sociedade.

2. O Conselho deve promover a gestão política do mercado de comunicação

Necessitamos desenvolver meios e instrumentos para promover a uma gestão política do mercado, superando a mera espontaneidade das relações econômicas e orientando seu desenvolvimento e dotando-o de finalidades humanizadoras.

Podemos constatar a existência de um trágico ponto em comum entre as experiências do liberalismo e do socialismo real, que é a redução do homem ao econômico, ainda que a partir de outro ângulo, atribuindo ao mercado – não pela via do planejamento centralizado, mas pela exaltação da espontaneidade – um automatismo benigno e racionalizador.

O liberalismo capitalista, na verdade, só consegue aproximar-se da prática do seu ideário quando os mercados estão estabilizados. Em qualquer dificuldade, os Estados liberais recorrem, pragmática e utilitariamente, a qualquer tipo de instrumento, indo de práticas repressivas no plano político, até o estabelecimento de formas simbióticas entre o Estado e o setor privado.

O Conselho, como instituição mediadora, apresenta requisitos necessários para se afirmar como um vigoroso instrumento de incidência do público sobre o privado. Possibilita, assim, que à pura e simples lógica do mercado se contraponham, de forma politizada e com sentido estratégico, elementos críticos e humanizadores.

3. O Conselho deve estimular o debate da estética e da cultura

O Conselho pode ir muito além de uma função saneadora ou moralizadora das relações entre o Estado, o setor privado e a sociedade. Há um campo de intervenção do Conselho, no debate da estética e da cultura, que também pode impulsionar mudanças na qualidade da comunicação de massa no país.

A estética, ao contrário do que se pensa, não é uma particularidade restrita exclusivamente à arte, embora, sem dúvida, a obra de arte se distinga justamente pelo valor estético. Estética é aqui entendida como uma categoria universal que está presente em todos os campos da expressão humana, obviamente, não de igual maneira.

É no plano da percepção estética e dos seus significados mais profundos e que se enraizam na própria cultura, mediante a realização de uma dialética entre forma e conteúdo, que se pode construir a possibilidade de uma estética de sentido emancipatório. Isto será possível se houver condições para uma apropriação crítica da elaboração artística e também da dimensão estética de todas as criações humanas. É com o rebaixamento da percepção estética que se sujeita ao caráter desumanizador da produção massificada que não vai além da padronização, da reiteração e da homogeneização. Ou seja, com o mero consumo de uma produção que não é assimilada criticamente, acaba-se sucumbindo a uma regulação burocrática do cotidiano, que "robotiza" os indivíduos e esteriliza as relações sociais.

Os elementos da percepção estética perpassam, por exemplo, as relações que a TV mantém com o imaginário popular e as conexões estabelecidas com o psiquismo humano, produzindo e induzindo idéias, concepções, hábitos, condutas e valores. Por isso a discussão sobre os padrões estéticos na produção do rádio e da TV, prosseguindo no exemplo, é decisiva para a construção de uma cultura nacional e popular e para a afirmação de valores de sentido emancipatório. Sob este ponto de vista, o debate estético se torna uma tarefa e uma responsabilidade da própria cidadania.

Decorre desta preocupação a busca estratégica da criação de instituições especializadas na "mediação" entre aquilo que o setor privado-comercial produz e o que é assistido pelo público, criando-se uma relação de duplo sentido. Esta relação consiste, de um lado, em saber valorizar frente ao público consumidor aquelas obras que contém valor estético, e aqueles conteúdos que transitam valores humanos e qualificam a cultura. Enfim, busca-se a elevação do nível de percepção do público e o desenvolvimento do seu senso crítico, apurando seu discernimento, dotando-o de premissas a partir das quais seja possível estabelecer uma relação crítica com a mídia e, portanto, sendo virtualmente humanizadora.

Em contrapartida, de outro lado, esta relação leva as demandas dos setores organizados da sociedade para dentro dos veículos privado-comerciais, responsáveis pela produção de programação, estimulando as práticas qualificadas e expondo-lhes a crítica quando estes incorrem em concorrência predatória, degenerando o conteúdo da programação - por exemplo, com o recurso gratuito à pornografia e à violência - ou mesmo discutindo alternativas para a programação destituída de valor estético e que brutaliza e desumaniza.

Este é um complexo campo de debate, porém inarredável. Infelizmente, mesmo para uma grande parte dos profissionais da área da comunicação - jornalistas, radialistas, artistas, etc. - o conceito de estética não faz o menor sentido e suas atuações profissionais tendem a se reduzir a um tecnicismo operativo. O problema, evidente, não é menor entre os setores mais esclarecidos da sociedade civil. O que não é gratuito, pois um dos aspectos perversos da comunicação de massas tem sido, a condição de emascular da produção cultural de massa a categoria da estética.

Enfatizamos que estética supõe juízo, e que juízo supõe crítica e debate. Eliminando-se o debate da percepção estética, elimina-se o juízo e a crítica. É um problema da cidadania superar a mera relação de empatia e identificação com os produtos veiculados nos meios de comunicação de massa e substituir essa relação passiva por uma atitude crítica diante desses conteúdos. Essa relação crítica constitui um momento importante da construção da cidadania porque ela forma indivíduos que, se não forem assim mobilizados por um esforço de capacitação crítica - no contexto de um projeto de construção da cultura e da nacionalidade - serão reduzidos à condição de meros objetos de um mercado que privilegia a relação instrumental.

O Conselho, diante desse complexo e grave problema da contemporaneidade, portanto, atuará sobre uma esfera de problemas que é brasileira, mas também é universal. Trata-se do esforço para que no país se controle, de forma democrática e plural, os meios que a própria sociedade desenvolve e para que estes - os meios de comunicação, inclusive - não se voltem contra o próprio homem.

4. O Conselho deve contribuir para a capacitação da sociedade e dos cidadãos

Necessitamos capacitar a sociedade para compreender o papel contemporâneo da comunicação na construção da democracia e da cidadania e, além disso, capacitar os

cidadãos para a leitura crítica dos meios de comunicação e para o debate da sua estética, entendendo-se que a autonomia intelectual dos indivíduos e o desenvolvimento da capacidade crítica são fatores decisivos para o exercício da autonomia estratégica do país.

Até mesmo no interior das empresas privadas as teorias e técnicas de gestão da qualidade estimulam que os indivíduos sejam críticos em relação ao produto do seu trabalho e ao próprio processo do trabalho. A gestão de qualidade mobiliza os indivíduos a participar, opinar e responsabilizar-se, solidariamente às empresas, pela qualidade do que produzem.

O princípio desta abordagem, que se dissemina entre as empresas administrativamente mais atualizadas do país, deve ser estendido à cidadania e basear a atitude crítica e responsável que estes devem ter diante do que é produzido pelos meios de comunicação de massa. Sem capacidade para relacionar-se criticamente com os produtos da cultura, não teremos o tipo de cidadão necessário para que o país otimize o exercício da sua autonomia estratégica.

O maior patrimônio da nação é o seu povo. A esta idéia, tão antiga quanto válida, acrescentamos que a qualidade da cidadania - que constitui alicerce das potencialidades nacionais - está ligado à capacitação para o exercício da crítica, o que diz respeito à capacidade de reflexão e à autonomia intelectual dos indivíduos.

Uma sociedade em que os indivíduos estão submetidos a uma estética massificada e empobrecida vai impulsionar uma capacidade crítica nos limites dessa massificação e dessa pobreza. Dificilmente vai produzir, socialmente, algo maior do que esses limites. A importância da mídia brasileira na determinação da cultura nacional certamente ajuda a explicar a atual falta de rumos e perspectivas para o país.

Resistências à implantação do Conselho

A instalação do Conselho tem sido obstruídas por fortes reações do Poder Executivo, do empresariado de comunicação e, sobretudo, de senadores e deputados federais.

Diversos argumentos têm sido utilizados para justificar que o Congresso Nacional descumpra sistematicamente, já há quase uma década, a legislação que o próprio parlamento aprovou. E quando o próprio Congresso é flagrado violando as leis do país, perguntamos, qual é a mensagem que se passa para as empresas, para o mercado e para a sociedade? Sem dúvida, os desmandos, o descompromisso com o interesse público, as irregularidades da área das comunicações verificadas no Brasil tem relação com um cenário que, infelizmente, tem sido alimentado pelo próprio Congresso.

A última manobra protelatória foi a aprovação, em 12/6/96, pelo Senado, de um substitutivo para o projeto 2525/92, aprovado na Câmara em 27/10/93. A tramitação deste projeto tem sido usada pelos últimos presidentes do Congresso, inclusive o atual, como justificativa para a não instalação do Conselho. Usa-se assim o canhestro argumento de que a necessidade de aprovação deste substitutivo justifica o descumprimento de uma lei em plena vigência,

Nosso apelo à Câmara, em particular a esta Comissão, é de que, sem arrefecer as ações em defesa da imediata instalação do Conselho, se aprove o projeto de lei 2525/92 que acrescenta mais dois membros à composição do Conselho e que, com isso, se derrubem os argumentos formalmente subsistentes contra a instalação do Conselho.

Acreditamos que a imediata instalação do Conselho é imprescindível para se criar um ambiente no qual os indivíduos, diante da mídia, evoluam da posição passiva de meros

consumidores, para a condição de cidadãos. E a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática pode ter um papel decisivo nesta transformação.