

OS EQUÍVOCOS DA CAMPANHA DA LEI DA INFORMAÇÃO DEMOCRÁTICA

I. INTRODUÇÃO

1. Em 1992, os encaminhamentos envolvendo a *Lei da Informação Democrática (LID)* tiveram destaque na atuação externa do *Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação*. Só por isso mereceriam uma cuidadosa avaliação. O conteúdo e a forma da campanha da *LID*, na verdade, foram objeto de intensa polêmica no interior do *Fórum*, especialmente a partir de meados do segundo semestre. Mas este debate não chegou a todos os seus integrantes. Além disso, aquilo que inicialmente surgiu como uma discussão sobre o projeto da *LID* e sobre a tática de atuação, progressivamente, foi se explicitando como uma discussão sobre estratégia e questões de fundo.

2. A despolitização que marcou alguns momentos dessa polêmica deve ser superada. Nesta *IV Plenária*, que se propõe a "passar a limpo" a experiência do *Fórum*, deve haver uma discussão franca, clara e firme, indo além de divergências pontuais e formais ou secundárias sobre o projeto da *LID*. O projeto tem diversos problemas. Mas o aspecto essencial é a concepção que presidiu sua elaboração e orientou sua campanha.

3. Através da campanha da *LID* houve um nítido esforço para imprimir um perfil diferenciado para o *Fórum*, em choque com concepções que até então o vinham norteando. O debate da campanha da *LID*, portanto, coloca em cheque os próprios rumos do *Fórum*. Trata-se, assim, de um debate que não pode ser adiado.

A MARCA DA MANIPULAÇÃO

4. Entendemos que a campanha da *LID* apresenta sérios problemas. Esta campanha tem, como traço principal, uma *relação manipulatória* com os militantes e com o próprio movimento, no que diz respeito aos seus rumos.

5. Esse caráter manipulatório, em *primeiro lugar*, é manifesto através de uma falsificação grosseira das formulações políticas que inspiram a direção da campanha da *LID*. Atrás de uma retórica eivada de jargões de esquerda escondem-se posições que têm um nítido fundo liberal-conservador, o que consiste, no mínimo, uma inacreditável subestimação da inteligência e da capacidade de percepção política da militância.

6. Em *segundo lugar*, a relação manipulatória se evidencia na forma personalista com que foi dirigida a campanha, forçadamente pintada com cores de heroísmo pessoal e rompendo com as perspectivas de trabalho em equipe que marcou o *Fórum* desde o seu início. O voluntarismo que se associou a esse personalismo produziu, além do tom messiânico do seu discurso, uma profunda inconsistência organizativa e uma fragilidade na campanha que, além de por em risco seus resultados, compromete o *Fórum* como um todo.

7. Em *terceiro lugar*, os traços manipulatórios se revelam na fantasia com que o Coordenador da campanha da *LID*, o professor José Carlos Rocha, referia o *Fórum*. Aparentemente com a intenção de emular a militância, anunciava-se a existência de Comitês que chegavam à casa das centenas e adesão de um número de entidades que chegava à casa dos milhares. Induzia-se, assim, uma irresponsável perda de perspectiva dos próprios limites, da correlação de forças e estimulava-se uma concepção ilusória do que nós somos e do que está ao nosso alcance. Tudo isso servia de pretexto para justificar mais voluntarismo e mais imediatismo nos seus objetivos.

8. Em *quarto lugar*, a manipulação se expressa no discurso do Coordenador da campanha da *LID* que substituiu o convencimento político e o debate de conteúdo por elementares práticas de sedução. Recorria, sobremaneira, ao elogio fácil, à suposta incorporação de contribuições de indivíduos e a mais descarada demagogia. A pretexto de emular a militância, amesquinhou-se a prática política, inclusive com a utilização de boletins e materiais do *Fórum* para promoção pessoal.

9. Em *quinto lugar*, o caráter manipulatório da campanha da *LID* é evidenciado pela utilização indevida da delegação de responsabilidade atribuída pela *Coordenação do Fórum*, nesta campanha que constituía a sua principal "porta aberta" para o movimento de massas. A direção da campanha, via de regra, apresentava uma visão distorcida do *Fórum*, inclusive reduzindo indevidamente o *Fórum* à campanha da *LID*. Operou-se assim um *projeto próprio*, com práticas de omissão e sonegação de informações. Dos militantes e dos setores sociais com os quais se fazia contato, era omitida a verdadeira amplitude e o conjunto das perspectivas do *Fórum*. Por outro lado, sonegava-se da *Coordenação do Fórum* até mesmo a lista dos contatos que resultavam das viagens envolvidas na campanha. Montou-se um cadastro paralelo, ao qual a *Coordenação* não tinha acesso. Basta constatar que muitos integrantes do *Fórum* só estão tomando conhecimento do *Fax*Fórum*, o boletim oficial da *Coordenação do Fórum*, apenas junto com a distribuição das teses para a *IV Plenária*. Em síntese, a representação do *Fórum* foi utilizada para a preparação de um *movimento paralelo*, sem que os militantes e entidades que aderiam fossem informados da situação. Nas últimas semanas, evidenciou-se o sentido dessas práticas urdidas pelo Coordenador da campanha, ao que se percebe agora, voltadas para a constituição de um "racha" no *Fórum*.

10. Em *sexto lugar*, a manipulação é traduzida na prática de esconder os limites da elaboração do *Fórum* em torno de pontos e concepções inseridas no projeto da *LID*, mascarando a falta de consenso interno sobre muitos aspectos do projeto e a criação da ilusão de que havia rigor teórico e técnico em formulações que apresentam evidentes insuficiências. Ou seja, foi estimulada entre os militantes e apoiadores uma fé cega em pontos polêmicos que deveriam estar sendo objeto de discussão. A sustentação de proposições precariamente elaboradas foi realizada com um inaceitável tom salvacionista.

11. Finalmente, em *sétimo lugar*, a manipulação fica estampada na forma despolitizada como foi obstaculizado o debate sobre a campanha e o projeto da *LID*. Especialmente a partir do final do segundo semestre de 1992 essas tentativas de discussão foram res-

pondidas por reações intempestivas e que chegavam à difamação e à injúria. Quem tinha reparos ou mesmo se opunha a aspectos do conteúdo da *LID* ou à maneira através da qual vinha sendo conduzida sua campanha, acabava taxado de "traidor" da luta pela democratização da comunicação. Aliás, expressão de triste memória para quem tem trajetória na esquerda, sendo impossível deixar de lembrar como esse tipo de acusação puniu quem cometia o "crime" da dúvida e ousava pensar diferente dos manuais. No *Fórum* esse qualificativo, não raro, vinha acompanhado de "estórias" distorcendo fatos ou simplesmente fazendo ilações mirabolantes e até mesmo de "má-fé". Anunciava-se assim como, pretensamente, determinados companheiros teriam "praticado negociações espúrias" ou "defendiam a capitulação". Tudo isto, evidentemente, circulando ao abrigo das conversas de bastidores e atitudes conspiratórias. Estranhamente, essas "graves denúncias" nunca chegaram a vir ao debate aberto no *Fórum* ou foram objeto de documento público.

12. Por isso tudo, a linha de atuação empreendida pela direção da campanha da *LID* se choca com as concepções políticas e desconstitui as bases tanto éticas como morais que devem informar o ato de fazer política.

13. Consideramos que esta forma de atuar é desagregadora e, mais que isso, é suicida, considerando a dimensão dos objetivos a que se propõe o *Fórum*. Por isso, deve ser rejeitada como prática e como concepção.

14. Antes de realizarmos os ajustes no projeto da *LID* e as necessárias correções de rumo, desse modo, é necessário fazermos um acerto de contas com esse tipo de concepção e de prática.

11. EM DEBATE A EXPERIÊNCIA DA CAMPANHA DA *LID*

FORMALISMO LEGALISTA

15. Um grave defeito da campanha, e do próprio projeto, é seu viés "legalista", sua abordagem estritamente "jurídico-formal". E isso é algo que, de uma vez por todas, temos que evitar na luta pela democratização da comunicação.

16. Muito mais do que preceitos legais e normas jurídicas, nossa luta tem que produzir uma mudança de cultura, uma transformação de atitudes, engendrar novas condutas, em suma, uma eticidade na área da comunicação.

17. Não serão leis que farão as transformações. Antes de mais nada, temos que alterar o *consenso* existente na sociedade sobre a comunicação. Esse *consenso* permitiu, por 57 anos, que o Presidente da República tivesse delegação para decidir *pessoalmente* a quem seriam destinadas as concessões e permissões de emissoras de rádio e televisão. Foi esse *consenso* que selou a omissão da sociedade civil, permitindo que o ex-presidente José Sarney distribuisse 1.028 concessões e permissões de emissoras, às vésperas de perder esse poder para o Congresso Nacional e utilizando-as, ostensiva e escandalosamente, para a barganha de votos na Constituinte. A omissão também é a marca da atitude da sociedade civil diante da implantação das novas tecnologias de comunicação, que estão criando sucedâneos para os atuais siste-

mas de comunicação de massa. Esse consenso - a ser alterado - ainda permite, talvez o mais grave em tudo isto, que quatro empresários administrem pessoalmente a monumental capacidade de determinação da cultura nacional através da televisão.

18. É uma nova atitude da sociedade e do empresariado, diante do estatuto da comunicação de massa na contemporaneidade que nossa luta quer produzir. Nesse sentido, as regulamentações, as normas jurídicas - se quiserem ser mais do que letra morta, preceitos inaplicáveis ou textos simplesmente desprezados - devem ser *conseqüência* desse consenso e dessas atitudes da sociedade diante da comunicação. E não o contrário, ou seja, aprovarmos normas que *farão* as mudanças. As formalidades existem para preservar ou reproduzir conteúdos já existentes e não o contrário.

19. A pretensão de fazer as transformações pela via jurídica evidencia o caráter liberal-conservador da campanha e explica o seu sentido salvacionista. O fato de transformar uma *vontade* num mero *projeto de lei* parece impregnar alguns de uma sensação de onipotência e alimentar uma fé ingênua de que esse projeto se transforme em lei e - o que é o mais sério - que essa lei substitua os *sujeitos políticos* e faça as transformações.

PERSONALISMO E VOLUNTARISMO NA CAMPANHA

20. A falta de clareza em relação aos objetivos estratégicos resultaram na estreiteza política das ações e na injustificável má formulação da campanha de assinaturas em torno da *LID*. A *conseqüência* é um lamentável amadorismo e improvisação. Falamos de pobreza de perspectivas até mesmo em função do *despretencioso* objetivo de uma campanha que se dispunha a colher 400 mil assinaturas. O apoio que nossa campanha buscou é menos da metade do que a Constituição exige para o acolhimento de um projeto de lei de *iniciativa popular* pelo Congresso Nacional¹. Isto é, muito pouco para criar um impacto e sensibilizar o Congresso.

21. O voluntarismo, os traços de aventura da campanha, aparecem em diversos fatos. Um deles é a inexistência de um sistema eficiente de controle da distribuição e de retorno dos formulários de assinaturas numa campanha que se propunha a ser nacional. Isso pode ser avaliado pela determinação de que os formulários preenchidos fossem enviados *para a residência particular* do seu principal organizador. Mas não é apenas voluntarismo e desorganização que se verifica numa campanha em que o seu Coordenador tenha participado de debates, em diversas cidades, sem que o Comitê local fosse avisado. Assim foi se constituindo uma rede de contatos à parte do *Fórum*.

22. Sério equívoco político é o que se pode atribuir a uma campanha que passou a articular, em vários pontos do país, *grupos de apoio* ao projeto da *LID*, ao invés de buscar a expansão do *Fórum* através de Comitês que tomassem conhecimento de todos os objetivos do movimento e se habilitassem a participar de todas as suas lutas. Isso ocorria porque, na condução da campanha da *LID* era sonogada a divulgação do debate interno do *Fórum* e das suas várias áreas de atuação. Tudo era reduzido, contra as determinações expressas da *Coordenação do Fórum*, à campanha da *LID*. Os contatos assim conduzidos, e mantidos através de boletins e correspondências produzidas sem o conhecimento da *Coor-*

denação do Fórum, eram referenciados exclusivamente na pessoa do Coordenador da campanha. Isto é, trata-se de uma campanha que, dirigida desta forma, despreza e, mais do que isso, devora, desmantela a organicidade do Fórum.

O ESTANDARTE DA ILUSÃO

23. Sem dúvida, há uma demanda reprimida de discussão e de mobilização, na sociedade, em relação aos problemas da comunicação. Há um enorme potencial de mobilização popular em torno das questões da comunicação e grande interesse sobre o tema na sociedade. Um dos desafios do Fórum sempre foi o de traduzir toda a complexidade dessas questões num verdadeiro debate público e em mobilizações de caráter massivo. A campanha da LID foi a primeira experiência de campanha massiva, depois da campanha em torno da *Emenda Popular* apresentada à Constituinte. Evidentemente, despertou atenção e muitas adesões, por ser uma forma concreta de participação dos indivíduos e entidades. Mas quem participou de um debate da campanha da LID, certamente ficava apenas impressionado com o relato da formação, em todo o Brasil, de centenas de Comitês, num processo que se prometia, em breve, chegar à casa dos milhares. Relatava-se que dezenas de milhares de pessoas já estavam se mobilizando. Enfim, um quadro irresponsavelmente ilusório, que desprepara os indivíduos e o próprio Fórum na avaliação da dimensão das tarefas e das dificuldades a serem enfrentadas. A militância e as entidades que aderiam não tomavam conhecimento do conteúdo dos verdadeiros problemas e impasses vividos pelo Fórum na luta pela democratização da comunicação. Ao apresentar apenas "soluções simples" para problemas complexos, a campanha iludia, instrumentalizava politicamente os indivíduos, ao invés de permitir que os indivíduos instrumentalizassem a política.

A PRÁTICA DA SEDUÇÃO E DA COOPTAÇÃO

24. A leitura dos boletins da campanha da LID, especialmente os últimos, produzidos já sob o calor de uma polêmica que não chegava a todos os integrantes do Fórum, mostra uma imprudente subestimação da inteligência da militância. Os contatos produzidos pela campanha, em todo o Brasil, apareciam sob a forma de citações elogiosas, estímulos ao ativismo e insistindo na personalização do envolvimento dos indivíduos. Acreditamos que é importante a emulação da militância e a circulação de informações sobre o máximo possível de atividades no interior do Fórum. Mas não cremos que seja possível deixar de perceber a forma amesquinhada e o sentido manipulatório de cooptação que marcava esses boletins. É relevante que os integrantes do Fórum saibam que as informações sobre o andamento da campanha da LID eram intencionalmente sonegadas do Fax*Fórum, o boletim oficial da Coordenação do Fórum, sendo reservadas para circular em material próprio. Posteriormente estes boletins paralelos acabaram sendo oficialmente desautorizadas pela Coordenação do Fórum. Basta uma leitura comparando o Fax*Fórum e o boletim da campanha da LID para se chegar a uma conclusão sobre essas práticas e perceber qual o material era realmente informativo e qual se prestava à promoção pessoal.

A CONSTITUIÇÃO DE UM MOVIMENTO PARALELO

25. A campanha da LID foi potencializada depois que o seu Coor-

denador participou, representando o *Fórum*, no Encontro Nacional dos Estudantes de Comunicação - ENECOM, em julho de 92, em Belo Horizonte. Desde então, graças à intensa militância e ao decidido empenho dos estudantes, multiplicaram-se os debates sobre a *LID*, em todo o país. Faça-se justiça à percepção de diversos estudantes que não demoraram muito a perceber o tom messiânico e pseudo-salvacionista da campanha e passaram a questioná-la. Mas nem os estudantes de comunicação, nem os que participavam das dezenas de debates com o Coordenador tomavam conhecimento do conjunto das perspectivas do *Fórum*. Tudo resumia-se à campanha da *LID* e o *Fórum* acabava sendo apresentado como uma entidade recém-criada e que existia apenas ou fundamentalmente para lutar pela aprovação do projeto da *LID*. Isso era uma fraude e chegamos, então, a uma situação insustentável. O *Fórum*, até agora, não foi apenas isso e, acreditamos, nem pode passar a sê-lo.

26. Em determinado momento percebeu-se que a *Coordenação do Fórum* não tinha mais controle sobre a campanha da *LID*. A *Coordenação* não era informada dos roteiros de debates. Os contatos decorrentes do cumprimento desses roteiros não eram repassados à *Coordenação*, enfim, tratava-se de um movimento paralelo em franco desenvolvimento. O debate dessa situação foi duro, mas não resolveu a situação. Ao contrário, culminou com a expedição, pelo Coordenador da campanha da *LID*, de boletins paralelos ao *Fax*Fórum*, com posições e ilações de caráter meramente pessoal e indevidamente atribuídos ao *Fórum*. Essas manifestações pessoais, em nome do *Fórum*, foram formalmente desautorizadas pela *Coordenação do Fórum* que, para não deixar dúvidas sobre a situação, desautorizou inclusive o uso de papel timbrado do *Fórum* que, entretanto, continuou sendo usado pelo Coordenador da campanha da *LID* para suas manifestações pessoais.

MASCARANDO AS POLÊMICAS

27. As formulações de diversos pontos do projeto da *LID* são polêmicas, não foram fundamentadas em suficiente acúmulo do *Fórum* e não tinham sequer consenso interno. Entre esses pontos, podemos citar os que tratam de monopólio, oligopólio e multimídia², regionalização da produção e produção independente³, exigências quanto à programação⁴, conceituação de informação, direito de antena⁵ e abordagem do problema das novas tecnologias⁶. Não temos a intenção, aqui - pois estamos conduzindo a crítica num plano mais abrangente - de alinhar todos os argumentos sobre o mérito desses pontos, embora a *IV Plenária* deva fazê-lo inadiavelmente. Tampouco consideramos correta a imobilização do *Fórum* enquanto não se tenha posições minuciosamente formuladas. Temos sempre que "correr atrás da máquina" e, nas condições que enfrentamos hoje, atuar com um certo grau de improvisação nas nossas formulações. Por isso o debate jamais pode ser fechado e nossas posições, mesmo as públicas, não podem ser cristalizadas. Não consideramos correto, desse modo, que pontos polêmicos como os citados sejam apontados como fundamento de uma fé cega na sua "correção" e "justeza". No projeto da *LID* foram inseridos até mesmo pontos que romperam o acordo feito na *III Plenária*, em São Paulo⁷. Apesar disso, as divergências internas do *Fórum*, sobre esses pontos, sequer eram citadas - e isto no interior do próprio *Fórum* ! - para que o debate pudesse ser aprofundado e as posições aperfeiçoadas. Nem o próprio deputado Zaire Rezende, que tem prestado um inestimável serviço à luta

pela democratização da comunicação e apresentou na Câmara o projeto da *LID*, teve um relato fiel desse quadro interno do *Fórum*. O nome dessa omissão é *manipulação*.

III. CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE O PROJETO DA *LID*

28. Finalmente, fazendo uma avaliação geral sobre o projeto da *LID* ressaltamos seu equívoco estratégico de transformar a regulamentação de *alguns aspectos* da comunicação do país numa espécie de *Constituinte da Comunicação*, abordando simultaneamente muitos problemas e pretendendo ser "o" instrumento para democratizar a comunicação.

29. Do ponto de vista político, o projeto é equivocado porque, ao ser excessivamente amplo, desconsidera as possibilidades de explorar as contradições do próprio empresariado da área da comunicação e acaba unificando a todos contra o nosso projeto. Aliás, esse é um dos principais acúmulos de experiência do *Fórum*: a certeza de que com o empreendimento de disputas pontuais e delimitadas - sem nunca perder a dimensão estratégica e a visão de conjunto dos problemas - é possível estabelecer acordos pontuais e enfrentamentos também delimitados, otimizando as correlações de força e as composições de interesses em cada disputa.

30. A própria *Rede Globo* se preocupa em realizar aquilo que em estratégia se denomina "manobra em linhas interiores", isto é, evitar que diante de si se forme uma "frente indesejável", ou seja, que seus eventuais adversários a combatam ao mesmo tempo. A bem sucedida realização desse tipo de manobra pela *Globo* - ora frente aos militares (como ocorreu, principalmente, nas décadas de 70 e 80), ora diante da esquerda (como se verificou recentemente, na aproximação com Lula), ora junto aos liberais (com as mais variadas formas de cooptação) - tem sido a responsável pela sua subsistência, até hoje, apesar da aparente unanimidade que existe no seio da sociedade contra a *Globo* e suas práticas. Assim, a *Globo* obteve sucesso em impedir a formação de algo como uma "frente única" anti-*Globo* que, certamente, constituiria uma ameaça à sua existência.

31. O mínimo que podemos fazer, diante da exibição de "competência política" da *Globo*, é aprender a lição. O *Fórum* só terá futuro se, igualmente, formos capazes de impedir que os adversários da democratização, ao mesmo tempo, unifiquem-se contra as nossas políticas.

32. São as tensões existentes entre os empresários, advindas da própria lógica predatória do mercado, que têm permitido ao *Fórum* obter avanços, ganhar espaço e mesmo chegar a conquistas como a do Conselho de Comunicação Social. Ainda assim, sempre que a menor sombra de um interesse seja ameaçada, ou haja o mínimo questionamento de algum privilégio, os empresários de comunicação agrupam-se sob a batuta dos monopólios - em especial atrás da *Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT)* - para coesionarem-se contra o movimento pela democratização da comunicação. É o que parece estar ocorrendo, agora, com as resistências à composição do Conselho de Comunicação Social no Congresso. A *ABERT*, porém, não conseguiria produzir uma obra de "engenharia política" tão "brilhante" quanto a resultante do projeto da *LID*: uma verdadeira "frente única"

anti-Fórum.

33. Bem ou mal, esta dinâmica do empresariado tem suas fragilidades e, especialmente através de nossas "manobras em linhas interiores", temos conseguido avançar. Com o projeto da *LID*, ao contrário, unimos a todos, o tempo todo, contra nós.

34. Por outro lado, é necessário reconhecer o pragmatismo pendente do projeto que pretende resolver tudo com receitas prontas e estereotipadas. Não é admissível lutar pela democratização sem entender a aceleradíssima dinâmica da evolução técnica e dos processos de produção e de linguagem nessa área que, continuamente, propõe questões novas e apresenta impactos a serem avaliados.

35. Nosso projeto da *LID* foi formulado sem o reconhecimento da nossa insuficiência para abordar todas as questões a que se propôs. E quando incidiu em pontos que ainda carecem de acúmulo, foi marcado pela improvisação e pelo receituário salvacionista que quer resolver tudo ao mesmo tempo. Um projeto assim elaborado, vale reiterar, só poderia se prestar para a campanha "messiânica" a que foi sujeito.

36. O Brasil já viu isso com o movimento *Muda Brasil* de Tancredo Neves e com o *Brasil Novo* de Collor. Agora, esse tipo de expectativa retorna com o debate entre Presidencialismo e Parlamentarismo que alimenta a ilusão de que *uma fórmula* de sistema de governo será a salvação para o país.

37. O imediatismo e as soluções fáceis para problemas complexos tem farta história na política, aliás, uma triste história. Ambas são características do fascismo e do populismo de direita. Foi propondo soluções imediatas e simplistas frente a problemas complexos que Mussolini - e, para citar um exemplo mais próximo, Collor no Brasil - chegou ao poder. Mussolini, enquanto perpetrava a barbárie fascista na Itália, gabava-se de que "os trens passaram a andar no horário". Collor, por sua vez, sacrificou ao extremo os brasileiros com seu projeto para "liquidar" a inflação com um "tiro só". Os resultados, nos dois casos, são sobejamente conhecidos.

38. Soluções fáceis, simplificações, atitudes demagógicas são o caminho mais fácil para o autoritarismo e a usurpação do público. Não podemos condescender com esse tipo de prática no seio da sociedade civil. Sabemos que esse tipo de apelo ainda tem eco em nosso meio e isso é lamentável. Mas a sociedade também demonstra que está exausta de salvacionismo e soluções formais. A luta *pró-impeachment* e a presença dos brasileiros nas ruas para remover Collor, especialmente da juventude, é uma mostra do que queremos ser e do que desejamos para nosso país.

39. Sempre defendemos que nossa luta pela democratização da comunicação deveria ser pretensiosa, diante da dimensão das tarefas a que nos propomos. Mas esse sentido pretensioso e revolucionário da nossa luta - ou seja, o esforço para enfrentar problemas gigantescos dispondo de poucos recursos - não pode ser confundido com arrogância, com indevida sensação de onipotência ou como admissão de salvacionismo. Não se avança com ativismo sem rumo e voluntarismo, ou com atuação de sentido meramente tático, isto é, sem a criteriosa estipulação de objetivos fi-

nais, tanto a curto como a longo prazo. Ao contrário, a nossa pretensão, a nossa audácia surge do esforço para transformar nossas debilidades em força e isso se faz com *estratégia* e *inteligência*. Em outras palavras, necessitamos buscar uma profunda e ampla compreensão do objeto em disputa e da capacidade para dispor de limitados recursos, com o empenho para deles obter a melhor resultante possível. Mas é necessário fazer isso tudo sabendo que essa luta é permanente e nos defrontará, sempre, com questões, situações e problemas novos.

IV. PROPOSIÇÕES PARA A IV PLENÁRIA

40. Diante do quadro que aqui traçamos, nossa proposição é reconhecer nossas insuficiências, preparar para próximas disputas os pontos em que nosso acúmulo é insuficiente - iniciando, imediatamente, um esforço sério para constituir esse acúmulo - e delimitando claramente o objeto em disputa.

41. Não podemos nos iludir, deixando para mais tarde a decisão sobre a abrangência da *LID*, esperando eventuais concessões no processo de negociação com o empresariado. Temos que ter a ousadia de assumir essa delimitação, habilitando-nos a pautar e a conduzir o rumo das negociações.

42. Essa delimitação é necessária, porém, não apenas para "facilitar" as negociações. Mas porque diversos pontos da *LID*, especialmente os que abordam questões de radiodifusão, estão equivocados em conteúdo e não estabelecem garantias para avanços democráticos ou, ao contrário, podem resultar em problemas por aparecerem descontextualizados de uma política mais ampla e consistente.

43. Até há algum tempo atrás, o empresariado admitia - a contragosto, é bem verdade - uma lei que abordasse o problema dos direitos e deveres em torno da informação jornalística e da liberdade de expressão. Coincidentemente, essa é a parte da *LID* que envolve mais acúmulo e consenso interno do *Fórum*. Vamos, então, trabalhar nesse patamar de consenso, conduzindo as negociações para a profundidade e a intensidade das soluções.

44. É justamente pela importância de pontos como monopólio e oligopólio, regionalização da produção e produção independente, só para citar alguns exemplos, que devemos separá-los para uma disputa de fôlego. Estes pontos são matéria para uma política de radiodifusão e podem, inclusive, produzir efeitos negativos se implantados de forma tópica, à margem de uma política global. Temos a convicção de que esses pontos estão *indevidamente* inseridos na *LID* e que sua disputa pode ser *potencializada* se tratados de forma mais adequada. Caso não façamos isso, temos a convicção, além do comprometimento da disputa desses pontos, estaremos bloqueando a possibilidade de avanços que podemos alcançar imediatamente com uma disputa delimitada.

45. Nossa proposta, portanto, é deixar, imediatamente, de forçar nos pontos em que sequer entre nós existe consenso sobre suas formulações e buscar a melhor resultante de uma disputa delimitada.

46. Desse modo, sem abrir mão da íntegra e do conjunto dos objetivos da luta pela democratização da comunicação propomos:

1. A delimitação do objeto da legislação em disputa às questões da liberdade de informação e expressão e dos direitos e deveres envolvidos na regulação das atividades e práticas jornalísticas, informativas e opinativas. Entre os pontos que, entendemos, devem ser reafirmados na *LID* destacamos:

- * PLURALIDADE DE VERSÕES
- * RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
- * REGRA DE TRANSPARÊNCIA
- * SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO
- * VEDAÇÃO DA RECUSA DE PUBLICIDADE
- * IDENTIFICAÇÃO DE MATÉRIA PAGA
- * GARANTIAS PROFISSIONAIS
- * CONSELHO EDITORIAL (Versão do Acordo da *III Plenária*)
- * INICIATIVAS EXTRAJUDICIAIS
- * PENA MORAL
- * AFORAMENTO
- * AMPLIACÃO DO DIREITO DE RESPOSTA

2. Condicionar essa delimitação à imediata implantação do Conselho de Comunicação Social e, já no interior do Conselho, iniciar os debates e negociações para encaminhar a regulamentação, através de legislação específica, dos seguintes pontos:

- a) radiodifusão e novas tecnologias de comunicação;
- b) coibição do monopólio e oligopólio;
- c) regionalização da produção e estímulo à produção independente.

Porto Alegre, 23 de fevereiro de 1993

Daniel Herz

Diretor de Relações Institucionais da
Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ

Representante da FENAJ na
Coordenação Nacional do Fórum

NOTAS

¹ Para se avaliar o significado do número de assinaturas buscado para apoiar o projeto da *LID*, apresentado pelo deputado Zaire Rezende, podemos referir as exigências para se dar entrada em um projeto de lei de *iniciativa popular* na Câmara, conforme o art. 61, parágrafo 2, da Constituição. É necessário o apoio de pelo menos 838 mil eleitores (isto considerando a composição do eleitorado

de 1990) sendo exigido no mínimo 1% do eleitorado do país, distribuído pelo menos em 5 Estados, com não menos de 0,3% dos eleitores de cada um destes Estados.

² Além dos problemas como conceitos de monopólio, oligopólio e multimídia, o projeto passa ao largo de práticas nocivas de sentido monopolista e

oligopolista. Tanto no mercado de comunicação, como em relação a outros raios da economia. Por exemplo, associação de grupos econômicos distintos, da área da comunicação, mancomunados para se fortalecer mutuamente, com práticas de concorrência desleal. Ou então, UI dono de televisão que utiliza sua emissora, para promover, sei faturamento ou com faturamento frio, seu supermercado, empreendimento imobiliário ou carnet de prêmios.

³ Parece haver um sério erro estratégico no projeto. A regionalização deveria ser buscada menos com a "produção própria" e mais com a "produção independente", pela necessidade de rateio, até em escala nacional, dos custos de produção. Em síntese, precisamos modelar as bases de um mercado nacional de produção para a televisão. Nesse sentido, o projeto desconsidera uma perspectiva adotada com sucesso em diversas experiências de outros países: estimular a tendência de separação entre a "produção" e a "exibição". Assim, o empresário de televisão é estimulado a ser mais um "exibidor/programador" do que um "produtor", evitando-se a concentração das funções de produção e exibição. Tal como está formulado, o projeto estimula essa concentração, em médias ainda mais elevadas do que se pratica hoje no mercado, onde existe a situação excepcional da Rede Globo, que produz cerca de 70% da programação que exhibe. Além disso, o projeto deixa de estabelecer limites máximos para aquisição de programas de uma mesma fonte. O projeto também desconsidera a situação técnica, hoje viável, de veiculação direta, no país, de canais estrangeiros. A política de radiodifusão, portanto, deve considerar, no seu conjunto, menos medidas de restrição a esse tipo de veiculação, que tende a ser irrefreável, e mais medidas de estímulo e desestímulo, equacionando a produção e a exibição de produções de caráter local, regional, nacional e internacional da televisão. É um suicídio pensar que vamos simplesmente opor produção regional e local à globalização dos mercados. A formulação de uma política de radiodifusão, portanto, não pode unilateralizar sua abordagem e, obviamente, tel de ir muito além das limitadas formulações contidas no projeto.

⁴ Exemplifiquemos com algumas questões que podem ser levantadas em relação à programação. A especificação de exigências quanto à natureza da programação - estabelecendo que 50% da "programação local e regional" será "cultural e artística" e os 50% restantes "informativa" - é irreal, diante das características do mercado, e especialmente diante das tendências de segmentação. Como podemos coibir, por exemplo, uma emissora dedicada 100% à informação? Enfim, falta uma elaboração mais consistente sobre a matéria.

Também falta consistência à abordagem da questão

da rádio e da teledramaturgia. Parece que, aqui, tivemos mais uma resvalada corporativista, uma tentativa a "qualquer preço" de ampliar mercado para artistas, do que elementos para compor uma política séria. Queremos mesmo ressuscitar a "radiodramaturgia"? Isso é coerente com o papel contemporâneo do rádio? Ou será apenas uma exigência burocrática fadada a não ser cumprida, ou cumprida com expedientes que desviam do objetivo proposto? Mesmo sem resposta a essas perguntas, no que se refere à teledramaturgia a inconsistência é evidente. Em primeiro lugar, os quinze minutos diários exigidos não correspondem a nenhum padrão nacional ou internacional de produção seriada para televisão. É uma verdadeira piada. Em segundo lugar, é obviamente muito difícil obter qualidade mínima de teledramaturgia produzida localmente, com exceção, talvez, de umas três ou quatro praças no Brasil. A fundação de bases para um mercado nacional de teledramaturgia - na verdade, o conceito já é, por si só arcaico, na verdade, trata-se de produção seriada para a televisão - deve ser pensado em bases nacionais, evidentemente, rompendo-se a concentração hoje existe no Rio e São Paulo. Consegue-se isso com um forte estímulo à produção independente e à formação de pólos regionais de produção e medidas específicas voltadas para a indústria nacional de cinema. A fórmula limitada adotada pelo projeto poderia, no máximo, forçar a exibição de atores em cenário com fundo pintado, um teatro televisado, tal como existia nos primórdios da televisão. Isso é o absorvível, em termos de custos, pela maioria dos mercados locais. Pode até animar alguns saudosistas. Mas não cria mercado. Ao contrário, corresponde a uma regressão da televisão brasileira naquilo que a projetou mundialmente e talvez seja o que ela tem de melhor. Impulsionar essa regressão é desarmar a televisão brasileira para um mercado com tendências globalizadoras e, mesmo, liquidando-a frente a um público nacional cada vez mais exigente em recursos de linguagem audiovisual.

A meritória tentativa de fortalecer o cinema nacional é outro dos lamentáveis tropeços do projeto. A maneira açodada com que o projeto lança mão de fórmulas o levou, aqui, a exigir a veiculação semanal de pelo menos um filme brasileiro de longa metragem e um desenho animado ou documentário de curta metragem. Em primeiro lugar, sequer há um estoque e nem produção de filmes brasileiros para abastecer essa exigência de veiculação, pelo menos nos próximos 5 anos, sob pena de uma insuportável sucessão de reprises. Em segundo lugar, esses não são formatos típicos da televisão contemporânea. O que a indústria cinematográfica precisa é produção em escala, condição para rateio de custos de equipamentos, estúdios, equipes, etc. A experiência de diversos países demonstra que o abastecimento das necessidades de produção seriada para a televisão

e mesmo o mercado de telefilmes (produções específicas para a televisão) é uma condição essencial para o fortalecimento da indústria cinematográfica como um todo. É assim nos Estados Unidos, por exemplo, onde a veiculação internacional da produção cinematográfica, juntamente com o abastecimento da demanda da televisão, são dois pilares fundamentais do mercado. Além da modelação de bases para um mercado nacional, portanto, além de estabelecer o vínculo - que deveria ter sido planejado há muito tempo - entre o desenvolvimento da televisão e do cinema, temos de buscar uma adequação da produção que estimularemos, face às crescentes e gigantescas demandas do mercado internacional para a produção audiovisual, especialmente no que se refere à absorção de formatos e linguagens. Não se trata de atrelarmos nossa produção a essas exigências, mas um certo grau de compatibilização. O sucesso na distribuição internacional das nossas novelas - que são produzidas, obviamente, sem subordinação, pois são voltadas para o mercado interno - mostra que esse recurso ao mercado internacional para o financiamento da nossa indústria cinematográfica e mesmo da produção de televisão é viável. Para isso, é necessário uma política consistente que, obviamente, não está ao alcance das formulações limitadas do nosso projeto.

⁵ O "direito de antena" incluído no projeto parece ter sido "tomado de ouvido" de outras legislações, como a portuguesa, desprezando-se o contexto da legislação em que este direito se insere. Temos que pensar, portanto, na formulação correspondente ao nosso contexto. A primeira pergunta a fazer é a compatibilização desse direito de acesso público direto à radiodifusão face à criação de um sistema público, tal como reivindicamos.

O projeto comete o erro de impedir que o acesso público seja facultado aos partidos. É um contrasenso substituir a representação orgânica da sociedade pelos partidos apenas por uma representação direta da sociedade civil. É uma perspectiva politicamente restritiva e que só estimula corporativismos e particularismos. Nosso projeto de democratização para o país deve prever tanto o fortalecimento dos partidos quanto a organização autônoma da sociedade civil, e não a hipertrofia de uma em detrimento da outra.

Ou equívoco grave: ao liberar a "emissão, transmissão e retransmissão" de baixa potência, sem fins lucrativos e em caráter municipal o projeto inclui nessa liberação a operação "por fio", o que abrangeria portanto a Cabodifusão ou TV a Cabo. Ora, se os redatores do projeto pelo menos lessem o que o próprio Fórum vem defendendo - inclusive através de um projeto de lei apresentado ao Congresso - jamais colocariam num projeto tamanho

disparate.

⁶ As novas tecnologias ficam à margem das perspectivas estabelecidas pelo projeto que, entretanto, tem a pretensão de regular a radiodifusão no país.

⁷ Neste ponto verifica-se um inaceitável rompimento do acordo estabelecido na III Plenária, em São Paulo. O perfil previsto para o Conselho Editorial era outro: tratava-se de um Conselho de quatro membros sendo um indicado pelos profissionais e outro pela direção do veículo e mais dois representantes de entidades da sociedade civil, sendo um convidado pelos profissionais e outro convidado pela direção da empresa. Esse Conselho teria apenas funções consultivas e, portanto, políticas, sendo um espaço destinado a examinar os problemas de relacionamento do veículo com seu público. Na versão adotada pelo projeto, volta-se à idéia de um Conselho com feições "soviéticas", destinado a "planejar, determinar a execução, avaliar e controlar a atividades informativas". Isso é de um autoritarismo inconcebível. Ou seja, o empresário investe num jornal, por exemplo - e observei que o "empresário", aqui citado, poderia ser, por exemplo, uma central sindical ou um partido político - e depois é obrigado a entregar o controle direto do veículo a "terceiros". Além disso, na versão acolhida pelo projeto fecha-se a participação, corporativamente, limitando-a a "categoria dos jornalistas" e à "direção do veículo". A Federação Nacional dos Jornalistas não considera essa enfoque correto, não aceitando a eliminação da sociedade civil.