

Estratégias para a democratização da mídia

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), tem uma resposta

1 a 2 a / 1 a
Tome formulada para o problema da estratégia para a democratização da mídia. Surgido em 1991 o FNDC acumulou uma significativa experiência na articulação de entidades da sociedade civil na luta pela democratização da comunicação no Brasil.

Para que a síntese desta experiência, traduzida na estratégia adotada pelo FNDC, não se confunda como uma "receita" dogmática e universal, procuraremos aqui expor, nos limites desta exposição, a evolução das formulações, bem como a identificação dos problemas e vicissitudes foram gerando respostas.

Não nos referiremos aqui, portanto, em respostas originariamente teóricas a problemas teóricos. Nossa teoria sobre a democratização da comunicação, se é que assim podemos denominar nossas formulações estratégicas, foi uma teoria derivada de respostas concretas buscadas a problemas concretos.

(o rádio)
A partir da década de 70 começa-se a questionar, com sentido político, a organização dos sistemas de comunicação, que vão se constituindo à margem de políticas públicas e com perspectivas contrárias ao interesse público.

A falta de políticas públicas priva a sociedade de instituições capazes de orientar democraticamente a atuação de meios que exercem crescentes determinações sobre a política a cultura e a economia. No caso brasileiro, uma das mais graves conseqüências é a partidarização da mídia, que afeta especialmente o rádio e a televisão, justamente os veículos que prestam serviço de natureza pública, por utilizarem um recurso natural que é o espectro eletromagnético.

Na organização dos sistemas dominantes destaca-se a televisão que, até hoje, absorve quase dois terços do mercado de mídia e constitui o veículo de maior impacto político e cultural sobre a sociedade.

A partidarização da mídia, operada tanto no plano nacional, por conglomerados de comunicação, como no plano local, por pequenas emissoras de rádio e TV, amplifica os efeitos do regime antidemocrático que predominou no país até o fim da década de 80. É como expressão das derrotas sofridas nesta época que surge o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação que verbaliza uma sensação que acabou transformando-se numa consigna: sem democratizar a comunicação, não se democratizará a sociedade.

Para enfrentar este quadro, as entidades que se dispuseram a atuar junto ao FNDC perceberam que era preciso reunir nesta luta todas as principais entidades e segmento da área das comunicações e superar os limites das reivindicações e posturas corporativistas. Foi assim que jornalistas, radialistas, artistas, profissionais de cinema e vídeo, além de professores e estudantes de comunicação, começaram a atuar conjuntamente.

Mas, indo além, estes setores começaram a atuar, desde o início, imbuídos da perspectiva de que a luta pela democratização da comunicação só poderia ser bem sucedida se fosse estendida aos mais diversos setores da sociedade. Também foi assim que advogados, metalúrgicos, engenheiros, professores, petroleiros, médicos e bancários começaram a se aglutinar em torno do Fórum.

A amplitude das forças políticas, entretanto, deveria ser acompanhada pela amplitude dos objetivos.

Até então a luta pela democratização era marcada basicamente pela oposição aos sistemas dominantes. Até o surgimento do FNDC prevaleciam as "formulações imbuídas, principalmente, de um enfoque meramente contrapositivo, oposicionista e 'negativo',

privilegiando as denúncias em detrimento das proposições e identificação de novas possibilidades. Prevalencia, entre setores de esquerda - e mesmo entre setores liberais que se preocupavam com as questões da comunicação no Brasil - a concepção de que, em última instância, só a 'conquista do Estado' proporcionaria os meios necessários para a profundidade das transformações pretendidas que, aliás, nunca eram claramente formuladas. A luta precedendo a 'conquista do Estado', portanto, era caracterizada como um simples momento de contraposição. A prática da denúncia, ainda que desprovida de projeto, satisfazia por seu contorno "heróico".

Ir além do oposicionismo, significava dotar a sociedade de capacidade para ter iniciativa não só na concepção der políticas públicas, ante a omissão do Estado, mas também, para comprometer-se a implantá-las, mesmo que limitada aos elementos destas políticas que pudessem ser viabilizadas.

Para isso, era necessário que o movimento social rompesse o circuito fechado constituído entre o Estado e o setor privado, no qual eram tomadas as decisões sobre a área das comunicações, em especial as do segmento de radiodifusão, mais dependentes do Poder Executivo. Tratava-se de um movimento que precisava enfrentar os arraigados traços de patrimonialismo, cartorialismo e corporativismo que permeiam tanto os negócios públicos como os privados.

O movimento social precisava, para tanto, preparar-se para se relacionar de igual para igual com o Estado e o setor privado.

A capacitação da sociedade para uma interlocução qualificada com o Estado e o setor privado, tanto do ponto de vista político como técnico, era apenas uma das dimensões ressaltadas pelo Fórum. Logo se perceberia que esta capacitação da sociedade deveria

Capacitação
↳ isto

acompanhar a capacitação dos cidadãos para o conhecimento e o seu posicionamento diante da mídia.

Permitir aos indivíduos a capacitação para entender os mecanismos subjacentes às linguagens utilizadas pela mídia deve ser encarado, na avaliação do Fórum, como um *X mídia* direito básico de cidadania. A alfabetização dos cidadãos na linguagem audiovisual e o desenvolvimento da capacidade crítica para avaliar a mídia é um ponto de partir para a autonomização intelectual dos indivíduos.

O FNDC mais do que desenvolver uma abordagem de sentido estratégico passou a definir que, na sua atuação, a estratégia deveria estar efetivamente no posto de comando.

Esta era uma condição imprescindível para se enfrentar uma luta que o FNDC passou a entender que não tinha um fim previsível. Ou seja, a luta pela democratização da

*sem
fim
real* comunicação envolve um processo que é recorrente ao desenvolvimento da tecnologia, dos mercados e das relações sociais em um sentido abrangente. As condições de uso social da tecnologia estão em permanente modificação e a luta pela democratização, seguramente jamais poderá ser definida como finda, sendo, portanto, uma atitude da sociedade a ser desenvolvida, em caráter permanente.

SINTETIZAR: "A luta pela democratização da comunicação passou a ser encarada como um esforço que deve ser permanente, como uma atitude a ser despertada nos cidadãos, estimulada na sociedade, compreendida no setor privado e impulsionada pela ação do Estado, de modo que, com esse enfoque, se tem uma única certeza: nunca teremos uma plena democratização da comunicação. O alcançável é um determinado **grau de democratização** que será, permanentemente, recorrente ao estágio de desenvolvimento tecnológico, e ao conflito entre as distintas vontades. Sendo assim, percebe-se a

necessidade de avanços, sobretudo, na capacidade da sociedade elaborar o próprio conflito humano".

X
botões
A abordagem desenvolvida pelo FNDC exigiu a superação de mitos. O primeiro deles é o do discurso corrente do empresariado de comunicação segundo o qual o uso dos botões de liga-e-desliga e o seletor de canais, bem como o "direito" comprar ou não revistas e jornais atesta a democracia da mídia. Tal democracia regulada por capacidade de consumo e botões desconsidera que a mídia cumpre um papel social que transcende as relações de consumo.

X
alternativos
Outro mito é o de que a democracia na mídia só poderá ser alcançada pelo incremento dos sistemas estatais – que, simplificada e são denominados de "públicos" – e dos sistemas referidos como alternativos. Tal análise parece desconsiderar que os sistemas "alternativos" são definidos a partir da existência de sistemas predominantes que, além de predominar, são controlados pelos estratos dominantes na sociedade.

mal
X
bem
Algo que pode ser definido como um terceiro mito é a pretensão, velada ou explícita de substituição dos sistemas dominantes com práticas consideradas "inadequadas" por práticas "adequadas", mantendo, entretanto, a sua lógica. Tal mito que tem a ilusão de substituir o "mal" pelo "bem" na operação dos sistemas dominantes desconsidera a lógica perversa que, de um modo geral, prevalece na atuação excludente dos sistemas que predominam. O conceito de democracia contido nesta lógica é o da afirmação excludente da manifestação dos vencedores.

O tensionamento com estas concepções levou a uma das mais importantes definições conceituais conquistadas pelo Fórum: a noção do que o principal problema na mídia dominante no Brasil é a sua incapacidade ou indisposição para representar, na mídia, a pluralidade que existe na sociedade. Neste sentido, o índice de democratização alcançado

pluralidade

por um sistema de comunicação ou por um veículo é o seu grau de representação da pluralidade.

O desenvolvimento de tais concepções levou a que o FNDC propugnasse um alcance até então não reivindicado na luta pela democratização da comunicação. O elemento central na disputa pela democratização é o conteúdo da mídia. O acesso à mídia e a disputa do seu controle e orientação adquirem sentido porque o que se quer alcançar não é o "controle físico" dos instrumentos, meios ou sistemas, mas é o conteúdo que estes produzem e veiculam.

controle público

SINTETIZAR: Cabe ressaltar que um dos principais objetivos, que perpassa toda esta elaboração, é a construção do **controle público** sobre o conjunto dos sistemas de comunicação. Para se compreender o conceito que se quer constituir é preciso superar o sentido adjetivo e o uso vulgar da palavra **controle** no senso comum, seguidamente usada com uma conotação negativa e associada a autoritarismo. Tal como propomos, **controle** representa uma resposta estratégica ao problema da relação do homem com sua própria essência. Constitui premissa política para que o homem se identifique com a sua essência, isto é, com a realidade que é projetada para fora de si, através dos meios que desenvolve, tanto os meios materiais como as instituições. No sentido aqui empregado, **controle** constitui um esforço para inaugurar uma relação revolucionária dos homens entre si e com sua própria essência. Uma relação que pretende realizar toda a radicalidade da insubmissão diante do primado dos meios em relação aos fins. Ou seja, reconhecendo que os meios sempre excedem as finalidades particulares para as quais foram concebidas, deve ser exercitado permanente esforço para fazer com que os meios correspondam aos fins humanos propostos e não se autonomizem, voltando-se contra o próprio homem, com a força bruta de uma realidade na qual o homem não mais se enxerga. Por **controle**, assim,

referimos à relação multilateral que se deve estabelecer para o equacionamento do conflito e da própria condição humana.

X
propriedade

SINTEZAR: É graças a este sentido politizado das relações multilaterais envolvendo o **controle público** que se pode **relativizar** a natureza da propriedade dos meios de comunicação como fator de condicionamento e determinação exclusiva da sua operação e cumprimento do seu papel social. Sejam estes submetidos a formas privadas, estatais ou mistas, os meios de comunicação sempre cumprem funções que são objeto de interesse público. E o **controle público** deve ser um fator de configuração desta **natureza pública**. Trata-se de um impulso que, se bem sucedido, poderá ser vertebrador do desenvolvimento consciente da cultura nacional e de uma **nova esfera pública**. O **Público**, assim entendido, *X*
lugar não é um **lugar** especial, como pretendem alguns, associado mecanicamente a alguma forma de propriedade, mas é uma **qualidade das relações**.

Assim

A diferença de método defendida pelo FNDC aponta para a busca do esgotamento das possibilidades de interlocução e de busca de consenso não só como um componente de eticidade a ser afirmado no equacionamento dos conflitos mas, também, com um componente pragmático. Isto é, em um conflito como os que envolvem a organização e a atuação dos sistemas de comunicação as partes em conflito, de um modo geral, guardam capacidade de obstrução da vontade das outras partes.

A busca de bases reais de consenso – como resíduo de unanimidade que pode ser encontrado mesmo entre vontades antagônicas – só se torna possível quando os interesses reais das partes são reconhecidos.

Neste sentido, observa-se que o empresariado de comunicação só se dispõe a estabelecer interlocução e negociar quando seus interesses são ameaçados. Este pragmatismo do empresariado, compreensível, acaba por sugerir a base da tática do movimento social na luta pela democratização da comunicação. Isto é, sem que o empresariado se sinta

movimento
x
luta pela

ameaçado nos interesses, não há interlocução possível. *Acute, mas se sente ameaçado*

A experiência mostrou que só assim o empresariado de comunicação no Brasil tem sido trazido a equacionar suas demandas à luz do interesse público.

Apesar destas ressalvas – e, talvez, por isso mesmo – é preciso considerar que não basta aprovar leis. É preciso manter atualizada a base de consenso e o substrato político e material que deu substância à base dos acordos. Isto é, legislações que não são sustentadas por um consenso ativo, tendem a ser negligenciadas e podem deixar de ser aplicadas. Além de aprovar leis é preciso mobilizar a sua sociedade para assegurar sua aplicabilidade.

leis e
material

Finalmente, outra constatação decisiva para a formulação da estratégia do FNDC é a de que há muitas formas para se alcançar os objetivos estratégicos. Muitas vezes estes objetivos são alcançados de formas totalmente imprevistos ou com características distintas das concebidas inicialmente. Por isso, reconheceu-se que devíamos ser audaciosos e flexíveis com as formas concebidas para realizar os objetivos estratégicos, mas extremamente zelosos com a preservação do conteúdo destes objetivos.

muitas
formas
x
concebidas

Todas estas concepções recomendam que, sob todos os aspectos, é imprescindível que se constitua uma representação ativa da sociedade. Sem constituir uma representação da sociedade especializada na abordagem das questões públicas da área das comunicações não se contituem alternativas. Ter uma representação constituída, a despeito das suas eventuais, limitações, pode representar uma diferença entre alcançar ou não objetivos. Com senso de oportunidade resultados podem ser alcançados até de forma desproporcional as forças

①

movimento e representação.

efetivamente mobilizadas. O conflito de interesses entre os agentes econômicos em disputa pode gerar oportunidades imprevistas.

Por este motivo considera-se que, embora os objetivos programáticos possam ser hierarquizados, sua importância relativa depende de aspectos conjunturais e situações que gerem oportunidades especiais que permitam antecipação do alcance de certos objetivos.

oportunidade
x
implicar
relativa
No que se refere ao programa do FNDC, por tudo isso, entende-se que a luta pela democratização da comunicação não pode ser reduzida a nenhum dos seus pontos programáticos, e nem mesmo a qualquer formulação programática, sobretudo se esta pretender ser fechada ou definitiva. O programa da luta pela democratização, como evidenciou a trajetória do Fórum, evolui de acordo com o desenvolvimento da tecnologia e, também, com a conjuntura.

Resulta de toda esta experiência a definição de quatro eixos estratégicos que norteiam a formulação programática e a atuação do Fórum. São estes os seguintes:

- 1) Instituição de diversas formas de controle público para possibilitar a incidência democrática do interesse público sobre os sistemas estatais, públicos e privados de mídia
- 2) Mobilização da sociedade para incidir sobre a organização dos sistemas e dos mercados de comunicação
- 3) Capacitação da sociedade e dos cidadãos em relação ao conhecimento e a ação.
- 4) Reconhecimento de que a finalidade essencial, na luta pela democratização da comunicação e a construção da cultura do país, através da mídia, com a sociedade se assenhorando, democraticamente, dos meios de produção da cultura do país, como base para a afirmação da soberania e da nacionalidade,

Finalmente, ressaltamos o entendimento de que, embora experiências e concepções possam ser compartilhadas e possam ser empreendidas formas de cooperação do movimento social

de diversos países, a questão da democratização da comunicação é uma questão específica
de cada país e da estratégia de desenvolvimento econômico, político e cultural que diz
respeito a cada país, e aos seus povos, na afirmação de sua bases de soberania e
nacionalidade.

Neste sentido, ressalvados estes aspectos estratégicos de caráter nacional, a síntese mais
universal que se pode fazer da luta pela democratozação é a de transformar os indivíduos de
consumidores em cidadãos, diante da mídia.

META 13.500