

LUTA PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO COM NOVOS RUMOS

Oposicionismo cede lugar à disputa estratégica, à diplomacia, à negociação e à busca de consenso em torno de um tema explosivo e vital para a construção da democracia e da cidadania no país.

Trabalho apresentado por Daniel Herz no GT Políticas de Comunicação no Brasil da Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), no seu XV Congresso, 14 a 17/10/92, em São Bernardo do Campo - SP.

No dia 12 de setembro de 1992, na sede do jornal *O Globo*, no Rio de Janeiro, Luis Inácio Lula da Silva, o candidato a presidência derrotado no segundo turno das eleições de 1989, manteve um histórico encontro com o empresário Roberto Marinho, aquele que foi, individualmente, o maior responsável por sua derrota. O encontro foi cordial e Marinho, que tomou a iniciativa de convidar Lula, admitiu algo aterrorizante, que há muito vinha sendo denunciado e só foi recebido com naturalidade num país com uma sociedade atordoada com as recentes revelações de tantas atrocidades e aberrações do governo Collor: a *Rede Globo* foi mesmo usada sistematicamente a serviço da eleição de Collor.

Mais do que admitir o apoio a Collor, Marinho assumiu a partenidade da sua existência pública nacional. "Quer saber de uma coisa, Lula? O Collor só existe na vida da República por sua causa", disse o dono da quarta maior rede priva de televisão do mundo, "ameaçado por você e pelo Brizola, este, raivoso, fazendo as maiores ameaças, pensei no destino dos sobreviventes do meu país e nas famílias dos meus companheiros do *Globo* e da *TV Globo* e resolvi enfrentar as feras"¹. Foi assim que, para se assegurar a preservação da *Globo*, o Brasil foi ludibriado com a impostura de Collor de Mello².

As palavras de Roberto Marinho não esclareceram tudo o que foi tramado e praticado pela *Rede Globo*, mas certamente foi muito além da célebre e reconhecida manipulação da edição do debate final Collor/Lula, no *Jornal Nacional*, na véspera da eleição. Essa revelação aumenta a importância de vários trabalhos, produzidos em diversas Universidades do país, que demonstram a mobilização de novelas (*Vale Tudo*, *Salvador da Pátria* e *Que Rei Sou Eu?*) para a criação de um clima psicossocial favorável à produção da imagem e do *marketing* do "Caçador de Marajás"³.

Essas revelações também devem tornar objeto de interesse de pesquisadores e da sociedade a veiculação da série *Anos Rebeldes*, produzida às pressas pela *Rede Globo* e que teve, sem nenhuma dúvida, decisivo papel para ativação da juventude. Com seu imaginário sacudido, a juventude passou a encarnar uma reedição do movimento estudantil que não tinha nenhuma base de retomada. Isto é, através da introdução de um impulso psicossocial, um

elemento puramente artificial, a *Rede Globo* reergueu a mobilização estudantil depois de mais de uma década de completa estagnação e, através dos estudantes nas ruas, impulsionou um desfecho para a crise.

Com a série *Anos Rebeldes*, além de defrontar a juventude com seu país - depois de mais de uma década de estagnação do movimento estudantil - colocou-se as Forças Armadas na defensiva e abortou-se qualquer justificativa para uma solução vinda dos quartéis. A radicalização de conteúdo de um movimento formalmente "*light*" e marcado pela alegria da juventude, embora profundamente civil, desnorteou as principais lideranças políticas. Dissimulando a surpresa mais ou menos, de alguma forma, todos se viram a reboque deste movimento que se constituiu com uma aparência de espontaneidade. Toda a riqueza e amplitude da monobra realizada pela *Globo* demonstrou, por outro lado, a potencialidade conscientizadora e constituinte da cidadania que pode ser cumprida pela televisão, independente dos fins particulares que podem ter motivado tal orientação.

BASE DE ACORDO

As preocupações do empresário Roberto Marinho com o seu "negócio", referidas no seu encontro com Lula, ainda que sejam sinceras, assentam-se sobre bases falsas. Afinal, não consta que Brizola, e tampouco Lula, assumissem posturas revolucionárias e de quebra da institucionalidade. A própria Constituição estabelece formidáveis garantias para os radiodifusores - e, afinal, foram plantadas por eles próprios: só a Justiça pode cassar uma concessão ou permissão. Mesmo um Presidente da República, não poderia simplesmente destruir a *Globo*. E nem é o caso de se trabalhar com a perspectiva de destruição da *Globo*.

O temor de Roberto Marinho parece ser mais elementar. É o temor de que um governo independente e comprometido com o interesse público produzisse uma investigação, em bases legais, revelando o que realmente é a *Rede Globo*. Roberto Marinho, ousadamente, antecipou-se à pergunta que o país acabaria se fazendo: "afinal, quem elegeu Collor?". E, antecipadamente, fez um certo pedido de desculpas que acompanhou a decidida entrada em cena para depor Collor.

No final do encontro com Lula, Roberto Marinho foi auspicioso: "Sua vinda foi proficua para nós, para o PT e para o país"⁴. Não é fácil interpretar que promessas trazem essas palavras. A *Globo* mostra estar, de fato, vivendo um novo momento, embora reiterando uma velha atitude estratégica: manobrando em linhas interiores para impedir a constituição de uma frente indesejável. Isto é, agindo para evitar que se estabeleça uma grande aliança *anti-Globo*.

Antes de virar um "Judas entregue à malhação", a *Globo* parece admitir que este é o momento de fazer concessões à esquerda, para estabelecer flancos nos seus opositores. Trata-se de fazer concessões parciais e conjunturais, a setores localizados, visando impedir a unificação de uma frente *anti-Globo* e fazendo esses setores acreditar que, isoladamente, tenham mais a perder se unindo do que compondo, de alguma forma, com a *Globo*. Até porque os setores que poderiam integrar uma frente *anti-Globo* têm muitas diferenças e certamente teriam dificuldade em estabelecer um acordo sobre o que seria um sucedâneo para a *Globo*, se é que existe. Trata-se, portanto, de um movimento seguro e limitado da *Rede Globo*. Mas nem por isso menos importante, na luta por avanços democráticos para o país.

Os setores que têm percepção crítica sobre o grave problema da comunicação de massa no Brasil e o papel estratégico da *Rede Globo*, por isso, não podem se furtar a uma atuação conjunta, se quiserem favorecer a construção da democracia, da pluralidade e da cidadania no país. Trata-se de encontrar meios para enfrentar a usurpação praticada pelos sistemas de comunicação de massa, em especial pela *Rede Globo*. Estes não podem negociar isoladamente, em troca de facilidades quaisquer, mas devem buscar o estabelecimento de concessões reais, que reduzam a capacidade de intervenção política da *Rede Globo* e que possibilitem o estabelecimento de formas de controle público sobre seus conteúdos.

Roberto Marinho deseja garantias para a existência da *Globo* como empresa privada comercial? Pois que tenha essas garantias. Mas, em troca, a *Globo* deveria ser desmontada como *partido político*. Cremos que esta é uma troca justa, para a sociedade e para o país. A persistência da *Globo* como empreendimento que se sustenta por sua competência, em troca de instrumentos para o estabelecimento de uma ascendência pública, alguma forma de controle público sobre o seu conteúdo, de modo a que, nunca mais, a *Globo* venha a atuar, aliás como ocorre desde a sua fundação, como o maior partido político desse país, com projeto próprio, com sua própria política externa, discriminando amigos e inimigos, e com idéias que se impõem ao conjunto do país, através de um serviço público.

CONTROLE PÚBLICO

A gigantesca máquina de poder da comunicação há muito vem sendo denunciada. Desde a década de 80, diversos mo-

vimentos de luta pela democratização, surgiram e desapareceram. No final de 90, entretanto, surge o movimento que vem revelando mais fôlego: o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, que hoje reúne 15 comitês regionais em 14 Estados e é integrado por mais de 300 entidades da sociedade civil.

A novidade do Fórum além das suas dimensões - ainda modestas diante da tarefa a que se propõe - está na superação do oposicionismo e da linguagem da impotência que até então marcavam as posições da esquerda. Nessa abordagem do Fórum, ressalta-se que não podemos nos conformar com a espera do momento de uma suposta conquista do Estado e muito menos com a expectativa de produzir uma *Globo* com "sinal contrário", com a virtual substituição do "mal" pelo "bem". O Fórum reivindica uma democratização da comunicação baseada no estabelecimento de novas relações políticas em torno dos sistemas de comunicação de massa.

A idéia chave é a de *controle público*, aqui entendida como algo distinto de um poder estatal, burocrático, normativo, censório ou restritivo. Por *controle público* entende-se a criação de relações e instituições que, em última instância, resultem numa incidência do público sobre o privado. As instituições voltadas para o *controle público* constituiriam espaços apropriados para uma permanente pactuação e repactuação, um "fórum mediador" estabelecendo relações entre os setores organizados e representativos da sociedade, os empresários da comunicação e o Executivo, produzindo diretivas que incidam sobre os meios de comunicação de massa.

A justificativa para essa incidência do público sobre o privado vai muito além do caráter escasso das frequências e canais que, universalmente, são sujeitos a políticas públicas. Essa abordagem ressalta preocupações com o papel dos meios de comunicação na determinação da cultura. Encara a "artificialidade" das relações culturais como algo que deve ser produzido, apropriado e controlado pela própria sociedade, como um gesto de consciência e não como resultante da espontaneidade das relações de mercado. Não há justificativa para que qualquer setor social, mesmo majoritário, nem o Estado, possa controlar exclusivamente meios com tamanha capacidade de determinação da cultura.

A idéia de democratização, sob este enfoque, passa a ser encarada como processo: nenhuma conquista é pequena demais para ser desprezada e nenhuma vitória poderá ter a dimensão de resultado final. Os programas fechados e finalistas são substituídas por uma conduta orientada por objetivos estratégicos. Assim fundamentado, o Fórum preocupa-se, imediatamente, menos com a socialização da propriedade e mais com o controle do conteúdo da programação. E não apenas porque, conjunturalmente, a correlação de forças é desfavorável, mas por princípio político e finalidade estratégica, como engendramento de uma eticidade, de conduta que é meio, mas também é fim, no sen-

tido da afirmação da pluralidade.

Em menos de dois anos de existência, o Fórum conseguiu uma expressiva vitória e terá chances de testar esse projeto. Como resultado de negociações diretas com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT, controlada pela Globo e pela RBS, foi criado o Conselho de Comunicação Social, previsto na Constituição como órgão auxiliar do Congresso Nacional⁵. Integrado por representantes da sociedade civil e dos setores empresariais e profissionais da área da Comunicação⁶, o Conselho surge como o primeiro espaço institucional para debate da comunicação, no Brasil, superando a relação direta e exclusiva entre o Executivo e o empresariado, e criando uma instituição que pode se voltar para o equacionamento dos conflitos e busca de consenso.

NOTAS

¹ LULA E ROBERTO MARINHO DEBATEM A CRISE. *O Globo*. Rio de Janeiro, 12 set.92, p.8.

² Marinho não fez segredo do grau de articulação mantido com Collor: "Tive 22 reuniões com o Collor antes de lançá-lo candidato e decidi lançá-lo mesmo contra você, Lula, e o Brizola, porque representavam uma ameaça à Globo e a tudo que represento". In: LULA DISCUTE CRISE COM ROBERTO MARINHO. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 12 set.92, p.1-9.

³ Destacam-se: LIMA, Venício Artur de. *Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989*. In: *Comunicação & Política*, v.9, n.11, abr./jun., 1990, p.29-54.; e WEBER, Maria Helena. *Pedagogias de despolitização e desqualificação da política brasileira: as telenovelas da Globo nas eleições presidenciais de 1989*. In: *Comunicação & Política*, v.9, n.11, abr./jun., 1990, p.67-83.

⁴ LULA E ROBERTO ..., op.cit. p.8.

⁵ O Conselho de Comunicação Social foi criado pela Lei 8.389 de 30/12/91.

⁶ A lei que criou o Conselho prevê, entre os seus 13 membros, oito representantes dos seguintes setores, assim designados: empresários de rádio, empresários de televisão, editores de jornais e revistas, engenheiros de telecomunicações, jornalistas, radialistas, artistas, profissionais de cinema e vídeo. Os demais membros são escolhidos entre representantes de entidades da sociedade civil. Em acordo firmado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação e representantes do empresariado, prevendo a composição das vagas abertas para a sociedade civil, foram feitas as seguintes indicações: OAB (Marcelo Lavenère) CNBB (Dom Ivo Lorscheider), ABI (Nilson Lage), Petrônio Correia (representando o empresariado de publicidade) e o jurista Saulo Ramos. Até a data de fechamento deste artigo, a composição do Conselho ainda não havia sido votada pelo Congresso Nacional.