

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

MATHEUS GONÇALVES DE CASTRO

**DEMOCRACIA NA COMUNICAÇÃO:
A OPINIÃO DE LIDERANÇAS DE ENTIDADES QUE ATUAM EM PORTO
ALEGRE E LUTAM PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA**

PORTO ALEGRE

2014

MATHEUS GONÇALVES DE CASTRO

DEMOCRACIA NA COMUNICAÇÃO:
A OPINIÃO DE LIDERANÇAS DE ENTIDADES QUE ATUAM EM PORTO
ALEGRE E LUTAM PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação em
Publicidade e Propaganda na Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profª Dra. Ilza M. Tourinho
Girardi

PORTO ALEGRE

2014

MATHEUS GONÇALVES DE CASTRO

DEMOCRACIA NA COMUNICAÇÃO:

A OPINIÃO DE LIDERANÇAS DE ENTIDADES QUE ATUAM EM PORTO
ALEGRE E LUTAM PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação em
Publicidade e Propaganda na Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

DATA DE APROVAÇÃO:

BANCA EXAMINADORA:

Prf^a Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi

Prf^a Dra. Helenice Carvalho

Prf Dr. Wladimir Ungaretti

“Podem dizer que eu sou um sonhador,
mas eu não sou o único”
(John Lennon)

“Sonho que se sonha só
é só um sonho que se sonha só,
mas sonho que se sonha junto é realidade”
(Raul Seixas)

AGRADECIMENTOS

Agradeço minha orientadora, Prfª Dra. Ilza Girardi, pelo empenho na orientação, mas, principalmente, pela sensibilidade com as pautas de interesse coletivo – o que proporcionou que eu conseguisse chegar ao momento de realizar este trabalho e utilizá-lo como ferramenta de contribuição à sociedade. Agradeço aos (às) meus familiares que sempre me incentivaram a investir nos estudos, em especial minha mãe, Gabriela Gonçalves, que nunca deixou dúvidas de que eu conseguiria trilhar esse caminho. Agradeço a Deus por proporcionar as condições de nascer em meio e conhecer as pessoas que estruturaram material e emocionalmente minha chegada até aqui.

Agradeço minha namorada, Mariana Seabra, por ser minha companheira, parceira de lutas, sonhos e projetos e por sempre se mostrar solidária aos esforços necessários para a realização desse trabalho.

Por fim, agradeço aos (às) militantes de todas as causas progressistas – de todas épocas e povos – que possibilitaram seguirmos suas lutas do atual ponto, sem os (às) quais o caminho a percorrer seria muito maior e mais árduo. Agradeço a você que está lendo, pois (no mínimo) sua curiosidade por esse trabalho já demonstra sensibilidade e inconformismo com a injusta situação no campo das comunicações.

RESUMO

Este trabalho – através de pesquisa qualitativa a partir de levantamento bibliográfico, análise documental e entrevistas semi-estruturadas – atinge o objetivo de conhecer a opinião de lideranças de entidades portoalegrenses que lutam pela democratização das comunicações. Além disso, identifica e aprofunda os principais eixos de luta da democracia na comunicação (direito à comunicação, controle público, equidade na distribuição dos meios e diversidade regional, cultural e ideológica) e percebe a relação indissociável entre esses conceitos. No referencial teórico, aborda - internacional e nacionalmente - o desenvolvimento das tecnologias e mercado da comunicação e o debate da democratização das comunicações. Após entrevistar representantes da sociedade civil organizada, relaciona as informações coletadas com os apontamentos teóricos e entre si. Concluí-se que há necessidade de ampliar o diálogo entre os movimentos sociais para que trabalhem mais coletivamente, conheçam e unifiquem suas pautas, atuem e pressionem (estado, academia e sociedade) para induzir a democratização das comunicações em suas diversas instâncias.

Palavras-chave: Democracia na comunicação, direito à comunicação, controle público, comunicação comunitária, posse dos meios, diversidade regional.

Anexo 1: Lista das siglas utilizadas

ABEPEC - Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Comunicação
ABI - Associação Brasileira de Imprensa
ABRAÇO - Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária
ABRAÇO/RS - Associação Gaúcha de Radiodifusão Comunitária
ALASEI – Agência Latino-Americana de Serviços Especiais de Informação
ALCAR - Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia Alfredo de Carvalho
AT&T - American Telephone and Telegraph
BBC - British Broadcasting Corporation
CBS – Columbia Broadcasting System
CCC - Comitê pela Comunicação Comunitária de Porto Alegre
CCS - Conselho de Comunicação Social
CDES - Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico e Social
CEC - O Centro de Estudos em Comunicação
CNBB - Confederação Nacional dos Bispos do Brasil
CNC - Conselho Nacional de Comunicação
CONTEL - Conselho Nacional de Telecomunicações
CPqD - Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações
CTB - Companhia Telefônica Brasileira
CTN - Companhia Telefônica Nacional
DCT - Departamento de Correios e Telégrafos
DDD - discagem direta a longa distancia
EBC - Empresa Brasileira de Comunicação
ECT - Empresa Pública de Correios e Telégrafos
EUA – Estados Unidos da América
FABICO – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
FAMECOS – Faculdade de Comunicação Social da PUCRS
FCC - Federal Communications Commission
FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas
FEPALC - Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe
FNDC - Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
FNPDC - Frente Nacional de Lutas por Políticas Democráticas de Comunicação

IBM - International Business Machines
ISDB-T – Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial
MMM - Marcha Mundial das Mulheres
NBC - National Broadcasting Company
NUCC – Núcleo de Comunicação Comunitária da FABICO/UFRGS
NOMIC - Nova Ordem Internacional da Informação e da Comunicação
OAB - Ordem dos Advogados do Brasil
ONU – Organização das Nações Unidas
PBS - Public Broadcasting Service
PFL – Partido da Frente Liberal
PLIP - Projeto de Lei de Iniciativa Popular
PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PNC - Políticas Nacionais de Comunicação
PSD - Partido Social Democrático
PTTs – Postal Telegraph and Telephone
PUCRS – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
RBOC - Regional Bell Operating Companies
RBS (Rede Brasil Sul de Comunicação)
RCA - Radio Corporation of America
SBT – Sistema Brasileiro de Televisão
SOCICOM - Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação
TV - Televisão
UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.
UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
UHF - Ultra High Frequency
URSS – União das Repúblicas Socialistas Soviéticas
VHF – Very High Frequency

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 O desenvolvimento das tecnologias e do mercado das comunicações nos países desenvolvidos	14
2.2 O desenvolvimento das tecnologias e do mercado das comunicações no Brasil	20
2.3 As discussões internacionais sobre a democratização das comunicações	24
2.4 As discussões sobre a democratização das comunicações no Brasil	29
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS	39
4 RESULTADOS	42
4.1 Análise dos resultados	42
4.2 Discussão	49
4.2.1 A questão da ditadura	49
4.2.2 A questão da democracia plena	52
4.2.3 A questão do controle público sobre as comunicações	53
4.2.4 A questão do direito à comunicação (acesso aos meios para informar e ser informado, enviar e receber mensagens)	59
4.2.5 A questão da posse dos meios (os monopólios), os modelos de negócio de comunicação, o financiamento e a legislação (regulação)	64
4.2.6 A questão da diversidade regional, cultural e ideológica	68
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS	80
ANEXOS	82

1. INTRODUÇÃO

A democratização da comunicação é um tema urgente e já discutido globalmente a partir dos anos 60 na Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Existem diversos trabalhos sobre o tema, abordando teoria, história, tecnologias, mercado, repercussões de proposta de Conselho de Comunicação Social, práticas por uma outra comunicação, entre outros. Apesar de haver produção acadêmica e debate, a comunicação social no Brasil segue carecendo de democracia, sendo monopolizada e autoregulada (para não dizer não-regulada), ou seja: a academia, os movimentos sociais e as entidades que acreditam na necessidade de uma democratização da comunicação não conseguiram ainda colocar em prática suas aspirações a ponto de desviar o caminho tomado pelo desenvolvimento das comunicações – intrinsecamente (ou quase exclusivamente) ligado aos interesses do mercado e apontar um caminho onde a comunicação seja vista como algo a mais que um negócio.

Através da nossa experiência obtida com a organização da Semana Acadêmica da Comunicação da UFRGS de 2011, cujo tema era “Democracia na Comunicação”, com o Núcleo de Comunicação Comunitária (NUCC) da FABICO – UFRGS, entre outras iniciativas e projetos – chegamos ao momento de elaborar esta monografia, certos de que não poderíamos apenas cumprir com um requisito burocrático para a conclusão do curso. As experiências dentro e fora da academia, as orientações e as referências bibliográficas nos concedem tranquilidade para tratar a execução desse desafio com a mesma responsabilidade social da nossa atuação política e a objetividade que a academia e a pesquisa séria requisitam.

Este trabalho tem como objetivo geral conhecer as opiniões sobre democracia na comunicação de lideranças de entidades portoalegrenses que lutam por essa pauta, com o fim de aproximar as discussões acadêmicas da realidade das lutas por políticas públicas para democratização da comunicação. Como objetivos específicos, pretendemos identificar e aprofundar os principais conceitos relacionados à democratização das comunicações e perceber a relação entre esses conceitos e a luta pela democratização da comunicação.

Tendo em vista os recursos humanos escassos e o tempo disponível para a realização deste trabalho, este estudo será restrito à Porto Alegre - capital do Rio Grande do Sul, o estado mais ao sul do Brasil, cidade sede da Universidade Federal

do Rio Grande do Sul (UFRGS). Além da restrição geográfica, para tornar este trabalho viável, utilizaremos outros critérios restritivos. Apenas entrevistaremos entidades que atuam ou possuem representação na cidade de Porto Alegre e que tem a pauta da democratização da comunicação como prioritária. Decidimos utilizar este critério (ter a democratização como pauta prioritária), pois o universo de entidades com outras pautas prioritárias (reforma agrária, reforma urbana, direitos humanos) e com alguma atuação ou posicionamento quanto a democratização da comunicação é muito grande. Assim, restringimos o estudo às entidades que priorizam a democratização da comunicação no seu discurso e atuação.

Neste trabalho buscaremos atingir os objetivos colocando em diálogo conceitos e teorias com as opiniões dos (as) entrevistados, comparando as visões destes (as) entre si e com o referencial teórico. Isto será de grande utilidade tanto para os movimentos como para a academia e para as políticas públicas voltadas para o setor, pois contribuirá para a aproximação dos mesmos e a identificação do que é feito e discutido nas diferentes esferas. Para atingir os objetivos propostos organizamos o trabalho em cinco capítulos. Neste primeiro, apresentamos o tema e os objetivos do estudo. No capítulo dois apresentaremos o referencial teórico - construído através de uma pesquisa bibliográfica e análise documental - dividido em quatro partes: desenvolvimento das tecnologias e do mercado das comunicações nos países desenvolvidos, como se deu o mesmo desenvolvimento no Brasil, as discussões internacionais sobre a democratização das comunicações e a mesma discussão em âmbito nacional. No terceiro capítulo exporemos os aspectos metodológicos – o tipo de estudo, como se deu a coleta de dados, qual é a amostra, os aspectos éticos e como se dará a análise dos dados. No quarto capítulo constam os resultados, que serão subdivididos em: análise dos resultados, discussão, a questão da ditadura, a questão da democracia plena, a questão do controle público sobre as comunicações, a questão do direito à comunicação, da posse dos meios e da diversidade regional e cultural. No quinto e último capítulo serão feitas as considerações finais, onde apontaremos as conclusões deste trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O desenvolvimento das tecnologias e do mercado das comunicações nos países desenvolvidos

Estudar o desenvolvimento dos negócios e tecnologias de comunicação é essencial para compreendermos como esse mercado chegou à atual situação e também para melhor entendermos as dificuldades existentes para a democratização das comunicações. Assim, nesse capítulo será abordado como se deu esse desenvolvimento no mundo e a seguir, no próximo capítulo, como se deu no Brasil. Para isso, usaremos principalmente a obra *A lógica do capital informação: a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos* de Marcos Dantas (2002).

A comunicação social está atrelada a interesses privados desde seus primórdios. A origem remota do jornalismo, por exemplo, no século XIII, é de quando banqueiros (as) e grandes comerciantes sustentavam redatores (as) profissionais nas diferentes capitais europeias e mediterrâneas para que periodicamente lhes enviassem relatórios sobre fatos que pudessem afetar os negócios. O panorama brasileiro na questão da propriedade é de que a grande maioria dos meios de comunicação (jornais, rádios, revistas, TVs, portais de internet) estão sob propriedade privada. Além disso, há o domínio privado (e internacional) sobre as comunicações por celular, internet, telefonia fixa (as teles), em um modelo monopolizado. É interessante verificar que este tipo de discussão ocorreu na Europa tendo como objeto o telégrafo.

Se temos hoje uma pressão pelos setores conservadores para que o estado se afaste dos negócios de comunicação (e de todos os outros também), privatize as empresas estatais que existem e evite criar ou comprar novas empresas, tivemos, em determinado momento da história, liberais e conservadores europeus defendendo a estatização dos telégrafos.

Inúmeros movimentos conservadores e liberais conquistaram a estatização dos telégrafos, denunciando a prática de preços abusivos e prestação de serviços ruins pelos antigos proprietários privados; outro motivo é que também necessitavam manter o controle da informação, considerado essencial à consolidação dos regimes políticos pós conturbações revolucionárias da primeira metade do século XIX. Suas

redes acabavam incorporadas a algum monopólio, estatal ou privado, por sua natureza técnica, assim como certas atividades econômicas tendem naturalmente a constituir monopólios (por exemplo, é inviável, num mesmo prédio, a presença de dois fornecedores de água potável).

É interessante destacar aqui essa natureza de certas atividades e a diferença decorrente dos monopólios estatais e privados sobre esses serviços. Os estatais tem como fim - ao menos em princípio - prestar serviços para o estado e sua população, enquanto os privados tem como único objetivo maximizar ganhos financeiros, dentro dos limites possíveis. Porém, como veremos a seguir, essas estatais ao entrarem na disputa global por mercado acabam por reproduzir práticas da concorrência capitalista, próprias dos monopólios privados. (DANTAS, 2002)

O desenvolvimento das tecnologias na modernidade, assim como ocorreu com a origem do jornalismo, também não escapa dessa lógica atrelada ao capital. Uma variada gama de inventos e evoluções permite-nos identificar no final do século XIX e início do século XX uma segunda grande revolução das tecnologias de informações (considerando-se a primeira como a introdução do telégrafo). Foram inventadas entre outras tecnologias, a telefonia, radiodifusão, fotografia e cinematografia.

Essas invenções eram coletivas, caracterizadas por séries de microinvenções. Mas o que projetou alguns nomes de inventores ao olimpo da história foram as oportunidades que alguns souberam aproveitar para transformar seus inventos em *fontes de acumulação*. A patente, primordialmente, consistia em um prêmio atribuído pela sociedade ao (à)¹ inventor (a), ao mesmo tempo que obrigava-o (a) a tornar pública as características do seu invento. A mesma dava ao (a) inventor (a) o direito de auferir renda monopolista temporária pela exploração comercial exclusiva do invento. Em fins do século XIX, esse significado foi desvirtuado e os (as) inventores (as) de sucesso se tornaram “patenteadores (as) profissionais”.

Os interesses da sociedade em relação aos inventos foi subjulgado pelo interesse econômico sobre os mesmos. Foram criados laboratórios de pesquisa

¹ Usaremos linguagem inclusiva contemplando os dois gêneros, através do uso do artigo feminino entre parênteses, por considerarmos machismo (ou androcentrismo) entender que o artigo masculino, por si só, contemple o feminino: argumento baseado em uma regra que acreditamos deva ser questionada, pois vemos como um meio - para se desconstruir essa cultura que consideramos opressora – essa utilização para combater a invisibilidade feminina.

onde cientistas e técnicos (as) são assalariados para produzir patentes: AT&T (a partir das patentes de Grahan Bell), General Eletric (de Thomas Edison), a Westinghouse, a Ericson, a IBM, etc. É importante registrarmos o nome dessas empresa, pois veremos a seguir que elas possuirão papel central nos próximos momentos do desenvolvimento das comunicações. (DANTAS, 2002)

Quando surge, no início do século XX, a indústria da informação se distingue em três grandes ramos: o de comunicações, o cultural propriamente dito (cinema e disco) e o então pouco observado segmento das máquinas de escritório. A industria de material de escritório dará um salto revolucionário. Ao contrário da telegrafia, a telefonia e a radiofonia viriam a escapar da restrita esfera das empresas e penetrar no espaço da família e dos usos não comerciais.

Nesses novos usos a AT&T descobrirá uma nova frente de acumulação e seu primeiro presidente, Theodore Vail, implementa uma agressiva estratégia visando levar uma linha telefônica a cada lar norte-americano, transformando a AT&T em teletransportadora universal de informação e também fornecedora universal dos equipamentos e sistemas necessários a esse transporte. Processado por truste, Vail negociou o monopólio com o governo, reivindicando controle público sobre seus negócios, especialmente na fixação de tarifas. Foi permitido o lucro na telefonia comercial, como meio de financiar a telefonia residencial. Em 1925, 40% das residências norte americanas estavam conectadas à rede telefônica. Em 1940, quase 100%. (DANTAS, 2002)

A telefonia consolidou-se como negócio logo na primeira década do século XX. Nessa época a radiofonia não parecia ter futuro. Não era confiável às comunicações empresariais, pois as emissões dispersavam-se e qualquer um poderia detectá-las. O rádio era um instrumento de lazer amador. Mas, ao detectar o grande número de usuários (as) regulares por volta da década de 1920, a Westinghouse decidiu fabricar e vender equipamentos receptores domésticos, que captariam programas culturais e noticiosos produzidos por ela ou por terceiros.

A indústria que produzia equipamentos para registrar e gravar informações passou, ela própria, a ser também produtora da informação a ser registrada e comunicada. Para financiar a produção dos programas, a empresa vendia espaços (tempo de transmissão). A produção e realização de boa parte dos programas cabia aos anunciantes, ou melhor, às agencias de publicidade que os serviam.

Em 1926, por intermédio da Radio Corporation of America (RCA) - companhia composta pela Westinghouse, AT&T e General Electric, criada para explorar as ligações telegráficas transoceânicas, concorrendo com os cabos britânicos - constitui-se a National Broadcasting Company (NBC), primeira rede de rádio dos EUA, para difundir nacionalmente programas de rádio, cabendo à AT&T viabilizar as transmissões pelas linhas telefônicas a todo país.

A característica anárquica do acesso às frequências foi “solucionada” em 1927, quando o Congresso Nacional Americano aprovou a Lei do Rádio, pela qual, sob o argumento de que as ondas do ar pertencem ao público, estabeleceu que elas só poderiam ser usadas com concessão governamental (esse modelo de concessões seria posteriormente utilizado no Brasil). Seis anos depois uma nova lei criou a Federal Communications Commission (FCC) que passou a regular e fiscalizar, em todo EUA, os serviços de radiodifusão e telecomunicações.

Em 1928 foi criada a segunda rede nacional de rádio, a CBS. Em 1943, desmembrando-se da pioneira NBC, foi criada uma terceira. Como as três eram subordinadas à publicidade, dependentes da AT&T (transmissão) e dos fabricantes de equipamentos, seus conteúdos e qualidade de transmissão eram quase iguais. Essa articulação entre transportadores (de informação) e fabricantes de equipamentos cuidaria, inclusive, de desestimular métodos alternativos (DANTAS, 2002).

Atualmente, por estarem inseridas em um mesmo mercado e subordinadas às mesmas condições técnicas, podemos afirmar que ainda existe uma padronização do conteúdo transmitido pelos veículos privados, conforme afirma Cicilia Peruzzo (2011) quando diz que, tanto nacional como regionalmente, no Brasil, os meios de comunicação estão historicamente concentrados na mão de poucos grandes grupos econômicos de matriz familiar e com vínculos políticos de tendência conservadora ou liberal. A autora fala que a entrada recente de igrejas, principalmente evangélicas, na operacionalização de redes de comunicação é uma novidade, mas não rompe a oligopolização, nem a linha de programação predominante – que é centrada no entretenimento e sustentada pela publicidade.

Após a segunda guerra mundial a FCC foi chamada para regular a nascente televisão comercial e pressionada pelo oligopólio do rádio liberou, inicialmente, apenas a banda VHF (aqui identificamos como os interesses privados, de bem poucos proprietários dessas empresas, determinam as políticas de interesse de toda

uma nação). Quando, no início da década de 1950, a FCC decidiu liberar a banda UHF a indústria dos fornecedores recusou-se a fabricar televisores que capturassem ambos os tipos de sinais, evidenciando o grave problema da insubmissão de grupos empresariais a decisões de interesse público. Consolidou-se assim, na cultura norte-americana, o hábito de assistir programação de grandes redes de massa, não por imperativos técnicos, mas por decisões políticas e empresariais. A produção cultural era integrada à produção capitalista geral.

A proposta de Brecht, a teoria do rádio, poderia estar a frente de seu tempo, mas a quase ausência de lideranças democráticas e populares em debates na imprensa e parlamento contribuiu para o poder absoluto que os monopólios empresariais viriam a deter. Com o desenvolvimento do capitalismo, tudo passa a girar em torno do capital. Não seria diferente com a informação. Daí nasce a economia da informação.

Nos países desenvolvidos o modelo institucional das comunicações sustentou-se dos anos 1930 aos anos 1980. Algumas diferenças formais importantes diferiam os EUA dos países europeus. No primeiro os agentes eram monopólios privados sob fiscalização federal, nos segundos a herança dos correios e telégrafos estatais evoluiu a estatização da telefonia e radiofonia (nascendo as PTTs – Postal Telegraph and Telephone). Na Europa e URSS a radiodifusão era financiada pelo tesouro governamental e cumpriria um papel mais político e ideológico, de construção de coesão social, do que de articulação da produção social geral, como aconteceu nos EUA (onde a radiodifusão era financiada pela publicidade).

Consolidam-se dois serviços distintos: telecomunicações e radiotelevisão. No primeiro o prestador do serviço apenas conecta os (as) usuários (as) (comunicação “ponto a ponto”). Na radiotelevisão o prestador se ocupa do conteúdo transmitido. O primeiro é controlado por normas predominantemente econômicas e industriais, enquanto o segundo é regulado por normas predominantemente políticas e culturais.

No interior desse modelo nasce a terceira revolução tecnológica nas comunicações. Computadores, satélites, microondas, fibras ópticas oferecem ao capital novos meios de processar e transmitir informação. Inovações financiadas por capital privado ou do estado, buscando tornar cada vez mais rápido, barato e eficiente o transporte da informação que interessa ao capital. (DANTAS, 2002)

A partir de 1950, sobretudo nos EUA, o chamado “capital de risco” passa a desempenhar papel importante. Grandes investidores especializados em identificar

inventos passíveis de serem comercializados, antecipam capital viabilizando novas firmas industriais. Aple, Intel, Microsoft, HP, entre outras empresas, devem suas origens ao “capital de risco” (ou venture capital). Ao mesmo tempo, o estado segue cumprindo papel estratégico de fomento. O transistor, financiado pelo estado e desenvolvido por empresas privadas, viabiliza a digitalização da informação, base técnica por excelência da produção social geral, cujo objetivo é a informação social.

Cada indivíduo, inserido na produção capitalista, não passa de um elo informacional que recebe, processa e transmite algum subconjunto de informações. O que distinguirá os indivíduos entre si serão suas competências para buscar e processar quantidades maiores ou menores de dados. O valor da informação é poupar tempo de trabalho (para quem a acessa). Esse valor não se realiza por meio da troca na circulação (como na mercadoria), mas por meio da interação, da comunicação. Disso decorre uma desigualdade entre o valor de quem consome e de quem a produz. Por isso, no modo de produção capitalista, as partes envolvidas precisam encontrar novas estratégias que possibilitem a apropriação e acumulação privadas da riqueza. O (A) fornecedor (a) terá que criar barreiras de acesso à informação, tentará evitar que o (a) usuário(a) tenha acesso quase simultâneo a fontes alternativas. Paralelamente, tentará ao máximo que o (a) usuário (a) tenha acesso a ele, enquanto fornecedor (a) (ex: copy-right). Aqui vemos como a informação passa a submeter-se a interesses capitalistas (DANTAS, 2002)

Em 1982 ocorreu nos EUA um fato com consequências globais para as comunicações. A AT&T teve seu monopólio quebrado pelo juiz federal Harold Green em sete monopólios regionais, as RBOCs (Regional Bell Operating Companies), que operariam apenas comunicações locais. As operações interurbanas e internacionais seriam feitas por transportadoras de informação (AT&T, MCI, GTE-Sprint). A quebra do monopólio abriu caminho para o desenvolvimento qualitativo e quantitativo das redes de TV a cabo e, em pouco tempo, as RBOCs deixaram de ser as principais transportadoras de informação dos EUA. Nas comunicações a longa distância a AT&T manteve seu domínio sobre as concorrentes (devido ao peso da marca, ampla cobertura nacional, desinteresse e confusão dos consumidores) que em troca de espaço para sobreviver, mantinham o governo afastado dos negócios nas comunicações a longa distância. (DANTAS, 2002)

Pressionadas pelo crescimento das redes alternativas, as RBOCs tenderam a oferecer tarifas mais “competitivas” para os (as) clientes interessantes (grandes corporações e usuários (as) de alta renda) em detrimento dos menos interessantes (que também não recebiam acesso às novas tecnologias). Na administração de Bill Clinton seu vice, Al Gore, propôs a construção de uma “auto-estrada da informação”. Aprovada em 1996, a Lei das Telecomunicações representou um difícil acordo entre companhias telefônicas (locais e de longa distância), provedores de serviços, fabricantes, emissoras, entre outros, percebendo a ausência do cidadão. Isto representa uma mudança de ênfase: antes, justificava-se o atendimento ao interesse público como salvaguarda da cultura democrática básica; agora ele é salvaguarda da saúde econômica e da oportunidade. O papel da regulação é ajudar a indústria a se expandir e inovar, deixando para o processo político a tarefa de alocar diretamente qualquer subsídio. A tendência da “superestrutura jurídica” capitalista é não mais fazer distinção entre interesse público e privado. Cada rede atende um conjunto selecionado de clientes. Fragmentação, e não competição, é o significativo que melhor descreve os rumos das comunicações neste início de século. (DANTAS, 2002)

Até aqui, demos uma visão geral dos modelos norte-americanos de comunicação. Mas também vale estudar os paradigmas não norte-americanos. Do ponto de vista do (a) usuário (a) residencial, esses programas tem sido um sucesso. Do ponto de vista das corporações, submeteu-as a restrições “competitivas” das quais haviam se “libertado” suas congêneres norte-americanas. No momento em que as empresas não forem mais formalmente públicas ou estatais não haverá justificativas políticas ou legais para diferirem de corporações capitalistas privadas. A evolução das redes e serviços prosseguirá determinada pelas exigências da acumulação de capital, apoiadas na apropriação da informação social e não no atendimento às carências ou direitos maiores do conjunto da sociedade. (DANTAS, 2002)

Ao longo das décadas de 1970 e 1980 estudos e pesquisas mostraram uma enorme disparidade na distribuição dos recursos informacionais. Além (e decorrente) disso os países centrais exportavam em massa produtos culturais e informacionais para os periféricos. A circulação da informação fazia-se em sentido único. Esse fluxo de informação levou a discussões na UNESCO sobre o tema, como veremos mais

adiante. As consequências têm sido as reações irracionais de um número crescente de grupos humanos com a reafirmação de modos de vida e crenças pré-medievais (como os fundamentalismos religiosos). Empresas multinacionais atuam nos países periféricos mantendo suas bases de processamento de dados nos países centrais (“roubando” mão de obra e investimento dos primeiros) para economizar recursos – e ter maior controle sobre as filiais.

As contradições entre redes corporativas de comunicação e as estruturas monopolistas nacionais desdobrou-se num choque de interesses de escala global. Para contornar limitações impostas pelos monopólios estatais as corporações privadas se agruparam para constituir suas próprias redes internacionais. Reagindo, os transportadores de informação estatais, posicionam-se também como corporações transnacionais. A América Latina tornou-se o maior alvo dessas redes por possuir alguma infraestrutura (desenvolvida por estatais) e ser “subinformada”. Chile, Argentina, México, Venezuela, Porto Rico e Perú tiveram suas estatais privatizadas de 1991 a 1994. No Brasil a privatização das estatais foi retardada pelo processo da constituinte de 1988, quando a sociedade estava atenta ao tema, mas o interesse das empresas estrangeiras foi efetivado durante o governo de Fernando Henrique Cardoso. (DANTAS, 2002)

Após essa avaliação sobre a história do desenvolvimento das tecnologias e mercados de comunicação no mundo, conclui-se que nossa sociedade não sairá de seus impasses enquanto não se der conta da necessidade de interiorizar os trabalhos de pesquisa e desenvolvimento científico e tecnológico que hoje asseguram a poucos países do mundo uma posição de riqueza e liderança nessa chamada economia global. Além disso, entende-se que o estado não pode resumir-se a operar um mecanismo regulador que limite as suas funções à distribuição e fiscalização de concessões. O eixo central de todo programa proposto é a (re)construção da esfera pública cidadã, com um caminho para a superação das limitações do capitalismo. (DANTAS, 2002)

A história da mídia nos países que sustentam e que são os maiores beneficiados pelo atual sistema econômico serve de base para entendermos como se desenvolveu essa mesma história em países como o Brasil, onde o capitalismo moderno desenvolveu-se tardiamente, ou seja, influenciado por interesses dos

países que estavam buscando novos mercados. As empresas dos países centrais (privadas ou estatais) já possuíam a experiência da concorrência interna e entre países desenvolvidos - assim aplicam esses conhecimentos para maximizar seus lucros em detrimento dos interesses dos países nos quais o consumo interno os interessa. As motivações externas do nosso país acaba por determinar, em muitos momentos da história, nosso modelo de sistema de comunicação, de tecnologia e de desenvolvimento científico.

2.2. O desenvolvimento das tecnologias e do mercado das comunicações no Brasil

Nos países periféricos a comunicação inicialmente se limitou basicamente às necessidades do transporte de riquezas para os países centrais (EUA e Europa). Empresas estrangeiras especializadas nas comunicações internacionais (como a ITT – empresa privada americana – e a Cable & Wireless – braço estatal britânico) espalharam por todo mundo redes de comunicação, acompanhando rotas de navios e ferrovias. Aproveitando e fomentando a expansão mundial dessa infraestrutura, surgiram as agências de notícia. Elas produziam e vendiam noticiários jornalísticos, coletavam e forneciam informações para banqueiros e comerciantes e, sobretudo, eram instrumentos de propaganda das grandes potências. A chegada dessas agências no Brasil fez com que seus telegramas determinassem quais acontecimentos eram importantes no dia-a-dia e como deveriam ser noticiados. Essas agências forneciam, e seguem fornecendo, uma única imagem do mundo (com a qual todos devem se identificar, caso queiram parecer desenvolvidos). Sob esse pano de fundo que se (sub)desenvolveram as comunicações brasileiras. Em 1870 Charles Bright instalou um cabo submarino costeando o litoral brasileiro; em 1879 Paul Charles Burke montou uma rede telefônica no Rio de Janeiro, assim como outros anglo-saxões aventureiros que “traziam o progresso”. Em 1904 o inventor brasileiro, Roberto Landel de Moura, foi chamado de louco quando pediu apoio para avançar em pesquisas de radiotelegrafia e radiotelegrafia. O telegrafo brasileiro foi introduzido por Guilherme de Capanema que, de 1852 a 1889, criou, dirigiu e expandiu um serviço telegráfico estatal. Em 1872 o Visconde de Mauá obteve licença para interligar, por cabos submarinos, o Brasil a Portugal e suas colônias. Após sua falência, repassou sua concessão (sem cobrar) para a Telegraph

Construction and Maintenance Co. que logo incorporou a concessão dada a Charles Bright. Em 1872 um decreto imperial confirmou à empresa, por 60 anos, uma concessão exclusiva e, por mais 40 anos, uma sem exclusividade. Em 1874 ela transferiu seus direitos para a Western and Brazilian Telegraph Co., que até 1973 controlou amplamente as telecomunicações no Brasil. Em 1907 a Light & Power (grupo anglo-canadense que explorava os serviços de eletricidade e bondes elétricos) fundou a Companhia Telefônica Brasileira (CTB) que dotou a capital federal e as principais cidades do sudeste com rede telefônica, mas não investiu no segmento longa-distância, dominado pela Western. Assim o telégrafo foi o meio de comunicação mais confiável durante um século. Em 1907 o congresso nacional decretou que os serviços de radiotelegrafia seriam explorados exclusivamente pela União, mas – entre 1921 e 1924 – por decisões legislativas, fez-se um parêntese no monopólio, permitindo-se a entrada de grupos estrangeiros. Todos eles foram fechados após a revolução de 30, exceto a CTN (Companhia Telefônica Nacional, controlada pela americana ITT, que alegava transmitir “fonogramas” e não rádio). Nesse processo a Western, que dominava os telégrafos, desincentivou o desenvolvimento de outras tecnologias que acabariam por gerar competição (e desenvolvimento interno), tendo em vista o ocorrido nos países centrais, onde o telégrafo (assim como qualquer outra tecnologia) gradativamente foi perdendo espaço para outras tecnologias. É interessante destacar essa lógica do capital, onde um controlador de terminada tecnologia tem sempre o interesse de desincentivar o desenvolvimento de tecnologias concorrentes, mesmo que essas sejam de interesse da sociedade. (DANTAS, 2002)

Venício Lima (2011, p. 28), fala que “A primeira característica “moderna” da nossa mídia é que o Estado brasileiro fez uma opção - ainda na década de 30 do século passado - por um modelo de exploração da radiodifusão que privilegia a atividade privada comercial”. Lima ainda destaca que essa “não foi uma opção que contou com a participação popular. Ao contrário, foi uma decisão de gabinete, sem que houvesse qualquer debate ou participação pública”. Como vimos anteriormente, em Dantas (2002), essa decisão teve grande influência no modelo norte-americano.

Ao ressaltar alguns aspectos para demonstrar elementos centrais que configuram o setor das comunicações no Brasil, Peruzzo (2011) elenca três distintas concepções na construção do modelo brasileiro de regulamentação do audiovisual.

A primeira seria a conservadora, que predominou de forma absoluta durante o regime militar e garantiu uma sólida articulação entre interesses dos poderes políticos e econômicos locais e nacionais. A segunda concepção tem características liberais. Com justificativas modernizadoras, esta visão defende o fortalecimento da eficiência das tecnologias. A terceira concepção – a progressista – defende a diversidade cultural, os princípios do serviço público e da prioridade das funções culturais e educativas dos meios.

Em 1962 (enquanto - como vimos no capítulo anterior - quase 100% das residências americanas possuíam telefone residencial), o mais confiável meio de comunicação a longa distância no Brasil ainda era o telégrafo. Em 1965 é criada a Embratel - que treinou seus técnicos e engenheiros. O Ministério das Comunicações e o Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel) são criados em 1967. A rede nacional de microondas e o sistema de transmissão via satélite, a Empresa Pública de Correios e Telégrafos (ECT) surge em 1969 – antes a ECT chamava-se Departamento de Correios e Telégrafos (DCT) - e a Telebrás e a TV a cores surgem em 1972. (SANTOS, 1995)

A Embratel, de 1969 a 1972, pôs todas as capitais e principais cidades brasileiras em comunicação (discagem direta a longa distancia – DDD). A Telebrás (holding das “teles”) incorpora a Embratel. O número de linhas saltou consideravelmente, sofrendo queda a partir de 1979 quando a demanda das classes média e alta estava atendida. Outra hipótese, afirma que não é coincidência que nos países onde direitos civis e políticos estavam sendo negados, embora se desenvolvessem as centralizadas tecnologias de radiodifusão, usadas para a propaganda, as telecomunicações residenciais permaneceram subdesenvolvidas. Em 1980, no Brasil, apenas 12% dos domicílios tinham telefones, mas 55% possuíam televisão. A comunidade que é levada a desejar o teatro, a música, o noticiário “enlatados” também vai preferir o doce “enlatado” e a blusa *prêt-à-porter*, desqualificando o trabalho e o produto da sua doceira e costureira. O acelerado crescimento das comunicações brasileiras nos primeiros dez anos de governos militares realizou-se por meio de elevadas importações de bens e serviços. Entre o Estado comprador e as filiais fornecedoras articulou-se uma sólida aliança que se infiltrou e se espalhou pelos mais importantes gabinetes do Minicom (ministério das comunicações). O Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações

(CPqD), criado a partir de resoluções ministeriais de 1975 e 78, desenvolveu 76 produtos novos e gerou centenas de pedidos de patentes. Mas, em 1981 o Minicom reduziu para 50%, das futuras compras da Telebrás, a reserva de mercado para os produtos desenvolvidos pelo CPqD. Com a ascensão de Collor toda essa política foi definitivamente desmontada e a CPqD – única instituição do gênero fora do eixo EUA – Europa – Japão – tornou-se um mero centro de estudos e análise. (DANTAS, 2002)

A constituição de 1988 retardou o processo de privatização das estatais da comunicação no Brasil, já que movimentos sociais estavam atentos ao tema (mesmo estes últimos sendo derrotados na constituinte, como veremos a seguir). Sarney, Collor e Itamar não souberam o que fazer com o monopólio depositado pelo povo em suas mãos. Teve início um processo de deterioração das telecomunicações. Dominadas politicamente, a direção e administração das subsidiárias estaduais passaram a atender interesses da clientela governista. Após fatar e desvalorizar o sistema Telebrás (um dos 20 maiores transportadores de informação do mundo), o governo promoveria sua privatização. Fernando Henrique Cardoso reproduziria no Brasil o modelo adotado na Argentina e outros países latino-americanos (monopólio privado). No Brasil, ao contrário da França, Alemanha e outros países europeus, o capital estatal não logrou reordenar-se para responder aos desafios dos novos tempos, até porque a força básica de sustentação do estado brasileiro era o capital multinacional estrangeiro. Como já foi dito no primeiro capítulo, existe uma diferença quando se tratam das finalidades das empresas públicas ou estatais das empresas privadas. As primeiras têm como fim - ao menos em princípio - prestar serviços para o estado e sua população, já as empresas privadas têm como fim gerar ganhos financeiros; quaisquer outros compromissos, do ponto de vista das empresas, constituem-se como empecilhos, concorrentes. (DANTAS, 2002)

Até aqui analisamos o desenvolvimento das comunicações enquanto tecnologia e enquanto modelo de negócios. Baseados principalmente em Marcos Dantas (2002) fizemos alguns apontamentos sobre as resistências ao modelo de comunicação sob propriedade privada, abordamos as experiências onde estatais resistiram às investidas das empresas privadas, mas que, ao atuar em mercados internacionais, se comportavam da mesma forma exploradora. A seguir, vamos abordar mais profundamente como ocorreram as discussões sobre a democratização das comunicações.

2.3. As discussões internacionais sobre a democratização das comunicações

No artigo “El lugar de la comunicación comunitária em las políticas de comunicación em Brasil” Cicilia Peruzzo (2011) conclui que as demandas por democracia na comunicação são historicamente reprimidas, mas lentamente algumas conquistas são realizadas. O termo democracia na comunicação está intimamente ligado ao termo direito à comunicação, que a trata como um direito humano. A comunicação, nesse sentido, é entendida como a troca de informações de forma dialógica, onde receptor e emissor possuem ambos capacidade de trocar de papéis. Esse conceito critica a forma como é realizada majoritariamente a comunicação massiva. Tanto os jornais, como as TVs e as rádios não permitem a reciprocidade necessária para caracterizá-los como comunicação, pois são exercidos de forma unidirecional.

Nas décadas de 1910 e 1920, nos EUA, qualquer um poderia transmitir via rádio. Bastava comprar componentes no varejo e ler revistas especializadas. Essa liberdade de acesso levou Bertold Brecht a formular a “teoria do rádio”, propondo que todos cidadãos tivessem sua própria forma de emitir e receber informações, constituindo uma assembleia popular permanente, ou – segundo conceito posterior de Habermas (1986) – uma “*esfera pública cidadã*”. Essa ideia foi posteriormente resgatada por Simon Nora e Alain Minc (1978) que, percebendo que as redes de computadores poderiam criar relações não mediatizadas por aparelhos sociais de representação, cunharam o termo “*ágora informacional*”. (DANTAS, 2002 p. 103 e 104)

Niklas Luhmann (2006), falando sobre a improbabilidade da comunicação, complexifica o ato de comunicar problematizando a necessidade de superação das barreiras temporais, espaciais e de entendimento completo da mensagem (a partir do objetivo do emissor). Ambos alemães, Brecht e Luhmann, compreendiam a comunicação como algo bem mais amplo do que a transmissão de uma mensagem de um ponto a outro. Raimunda Gomes (2007), diz que na década de 1930 Bertold Brecht já questionava tratar o rádio pelo termo ‘meio de comunicação’, sendo que as pessoas não conseguiam, através do mesmo, comunicarem-se de fato. A aplicabilidade do aparelho técnico corresponderia a um meio de distribuição ou transmissão e não de comunicação. Pedro Guareschi (2005 p. 195) afirma que

Não temos uma verdadeira comunicação hoje, desse modo não temos também uma verdadeira esfera pública. Porque a verdadeira esfera pública seria lugar no qual o fato é colocado e debatido, havendo um diálogo no qual poderia ser verificada uma igualdade, que é o que se chama ação comunicativa.

A democracia na comunicação começa a ser debatido internacionalmente na década de 1960 na UNESCO, órgão das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, onde países considerados na época como não alinhados questionavam a predominância do fluxo de informações no sentido ocidente-oriental e norte-sul (PUNTEL, 1994). O relatório MacBride² e sua proposta de uma Nova Ordem Internacional da Informação e da Comunicação (NOMIC), surgidos a partir dos debates realizados na UNESCO, balizam e reforçam conceitualmente o debate pela democratização das comunicações. Daniel Cassol (2003, p. 34) diz que “a ideia de que a comunicação é um direito forma a base da defesa da democratização da comunicação”. Sobre o direito à comunicação, a UNESCO posicionou-se com a publicação *Um Mundo e Muitas Vozes*:

Todo mundo tem o direito de comunicar. Os elementos que integram esse direito fundamental do homem são os seguintes, sem que sejam de modo algum limitativos: a) direito de reunião, de discussão, de participação e outros direitos de associação; b) o direito de fazer perguntas, de ser informado, de informar e outros direitos de informação; c) o direito à cultura, o direito de escolher, o direito à proteção da vida privada e outros direitos relativos ao desenvolvimento do indivíduo. Para garantir o direito de comunicar seria preciso dedicar todos os recursos tecnológicos de comunicação a atender às necessidades da humanidade a esse respeito”. (UNESCO, 1983).

O Relatório MacBride, como ficou mais conhecida a publicação *Um Mundo e Muitas Vozes*, de 1980, é de grande importância para a luta pela democratização da comunicação. Utilizado por diversos teóricos como referência, sua maior contribuição está no nível conceitual. Damasceno (2012) diz que a exigência central do documento que propõe a NOMIC é um maior equilíbrio entre as potências e os países classificados na época como ‘de terceiro mundo’. No texto final do Relatório MacBride, a democratização da comunicação é encarada como um processo a partir do qual:

² O relatório foi publicado em 1980, mas utilizaremos aqui a edição publicada no Brasil em 1983

a) o indivíduo passa a ser um elemento ativo e não um simples objeto da comunicação; b) aumenta constantemente a variedade de mensagens intercambiadas; c) aumentam também o grau e a qualidade da representação social na comunicação ou na participação. (UNESCO, 1983)

Encarar a comunicação como um direito reforça a ideia de que os que lutam pela democratização estão lutando pela ampliação dos direitos humanos. “Hoje em dia, prossegue a luta por estender os direitos humanos e conseguir com que o mundo das comunicações seja mais democrático que agora” (UNESCO, 1983). Joana Puntel (1994) diz que uma comunicação democrática implica que qualquer pessoa deve ter acesso aos meios de comunicação para, além de se informar, expressar suas opiniões. Puntel refere-se ao termo como “diálogo democrático e equilibrado”, tratando a comunicação como “um processo social fundamental, permitindo que os indivíduos e as comunidades troquem informações e opiniões”. Além disso, segundo a autora, aos indivíduos deve ser permitido participar da elaboração das políticas de comunicação e das decisões sobre o conteúdo e organização dos veículos.

Em 1946, a Assembleia Geral da ONU declarou que ‘a liberdade de informação é um direito humano fundamental e é a pedra de toque de todas as liberdades às quais a ONU se consagra’”. (FISHER, 1982) Jean D’Arcy, em artigo de 1969, foi um dos primeiros promotores do direito de comunicar. D’Arcy defendeu que as Nações Unidas deveriam avançar e defender direitos humanos, além da mera defesa da liberdade de expressão. Para Jean, o direito à comunicação significa que deve ser garantido a todas pessoas o direito de informar, ser informado, trocar idéias e opiniões, por qualquer meios de comunicação, sem qualquer restrição. (UNESCO, 1983) O artigo de Jean D’Arcy defendia que a Declaração Universal dos Direitos Humanos deveria avançar na discussão e defender um direito mais amplo que o direito à informação. D’Arcy propõe uma linha do tempo onde, na época da ágora grega surgiu o conceito de liberdade de opinião; com o surgimento da imprensa, surge o conceito de liberdade de expressão. “Hoje em dia parece possível um novo passo adiante: o direito do homem à comunicação”, pois segundo D’Arcy, o controle de uma sociedade sempre esteve nas mãos de quem controlava os meios de comunicação. (D’ARCY, 1969)

Cicilia Peruzzo (2011, p. 133) diz que as propostas da NOMIC, além de pretender mudar o fluxo internacional de comunicações, preconizavam a priorização

de conteúdos nacionais e previam o incentivo à comunicação popular-alternativa. A base da proposta era a promoção do desenvolvimento das nações, a defesa da vinculação com a realidade local, a cultura e as identidades nacionais. Com exceção de iniciativas escassas, como a criação da ALASEI, uma agência de notícias latinoamericana, passaram mais de trinta anos sem que essas políticas de comunicação se concretizassem. Pelo seu caráter autônomo, a comunicação alternativa, popular e comunitária seguiu seu curso, constituindo-se também como exceção.

Como acontece em todas temáticas, as forças conservadoras, que defendem privilégios das potências econômicas já estabelecidas, fizeram o possível para travancar o debate sobre a descentralização e a democratização das comunicações. Peruzzo (2011) fala que as políticas públicas de comunicação são cada vez mais combatidas, genericamente enquadradas como interferência estatal em negócios privados. Após a publicação do Relatório MacBride os EUA e Inglaterra se retiraram da UNESCO (PERUZZO, 2011 p. 132).

Alexandre Miorim lembra que as potências neoliberais retiraram-se das discussões sobre democratização da comunicação, durante o período da Guerra Fria, alegando a defesa do 'livre fluxo da informação' e a 'liberdade de imprensa'. Para Miorim (2013 p. 22) o Estado pode incidir no campo da comunicação social sem que isso signifique "necessariamente o cerceamento da imprensa ou o monitoramento da atividade jornalística, a exemplo do que vivenciou a sociedade brasileira durante a ditadura militar".

A reação ao debate sobre a NOMIC na UNESCO, segundo Cassol (2003), se deu pelo presidente dos EUA Ronald Reagan, que "respaldado por Japão e Inglaterra, liderou um movimento de esvaziamento da UNESCO, por meio principalmente da redução dos recursos destinados ao órgão." Esse esvaziamento se demonstra eficiente, visto que o plano da UNESCO para a primeira metade da década de 1990 representa um retrocesso em relação às propostas do Relatório MacBride (publicado em 1980), já que volta a mencionar a modernização dos meios de comunicação nos países em desenvolvimento (MELO, 1991). Segundo Puntel (1994) os planos da UNESCO do final da década de 1990 pautavam somente o conteúdo, deixando de lado discussões sobre a posse dos meios, ignorando o direito de comunicar, a Nova Ordem Econômica Internacional e as Políticas Nacionais de Comunicação.

Além do debate da necessidade de democratizar a comunicação, dos benefícios de uma comunicação democrática e os malefícios de uma comunicação dominada por poucos grupos, é importante ressaltar o debate sobre como atingir a democracia na comunicação. Os entraves para alcançar a democracia na comunicação seriam, segundo o Relatório MacBride, a falta de democracia nas sociedades, a falta de representação do público na definição de políticas de comunicação e a falta de conhecimento dos indivíduos para compreender as mensagens dos meios de comunicação. Sobre as novas tecnologias, embora aumentem as possibilidades de democratização, faz-se o alerta de que as mesmas poderiam aumentar ainda mais a concentração da posse dos meios, caso concentradas nas mãos de poucos. (CASSOL, 2003)

Ainda no relatório MacBride, encontra-se a afirmação de que são muitos, e não excludentes entre si, os caminhos para democratizar a comunicação. O importante é que não se restrinjam a medidas quantitativas (como aumento do acesso do público e ampliação dos meios físicos) e que visem a troca de informações em pé de igualdade (nacional, regional e internacionalmente) evitando qualquer forma de discriminação ou dominação (CASSOL, 2003). Mudanças na legislação são importantes, mas este tipo de disputa não poderia ser encarada como um fim em si mesmo. Deve-se atentar que a disputa é cultural e que a mudança na legislação é um instrumento dessa disputa para se estabelecer uma comunicação democrática. Joana Puntel (1994) entende que a comunicação alternativa atua nessa disputa cultural, pois apesar dessas estratégias serem normalmente voltadas para resolução de problemas imediatos de um grupo ou comunidade, a autora identifica que essas iniciativas tem metas claras para o desenvolvimento de valores democráticos e uma infraestrutura midiática participativa. A autora acredita que esse tipo de comunicação pode ser estabelecido tanto pela diversidade de meios como pela maneira de utilização dos mesmos. Marcos Silva Palacios (1990, p. 108) reforça esse argumento. Segundo ele

O fato de uma mensagem ser alternativa não implica, necessariamente, no uso de meios de comunicação alternativos. Discursos alternativos cabem perfeitamente em meios convencionais. A questão continua sendo a da democratização do acesso e do controle de tais meios. O que, obviamente, não quer dizer que não se deva pesquisar formas de comunicação alternativas e usá-las de forma competente e eficiente.

Após esse panorama sobre o debate acerca da democracia na comunicação a nível internacional, iremos abordar como se deu o mesmo debate no Brasil. A influência internacional, principalmente norte-americana, fez com que o país passasse vinte e um anos sob um ditadura. Este regime, no que tange a comunicação, fez com que fosse adotado um modelo verticalizado, concentrado – do ponto de vista de que poucos grupos dominaram todo setor – e privatizado (o que dificulta até hoje a compreensão e a implantação de um sistema de comunicações que respeite o caráter público da comunicação).

3.4 As discussões sobre a democratização das comunicações no Brasil

Não é possível determinar uma data para o surgimento de uma organização em torno da democratização da comunicação no Brasil, pois esse tema não era relevante - inclusive porque antes da década de 1964 (como vimos anteriormente) o Brasil não contava com um sistema estruturado de comunicação de massa. (CASSOL, 2003) Prova disso é que no programa das reformas de base de João Goulart não consta a democratização das comunicações, segundo José Milton Santos (1995).

Nesse período, merecem destaque o papel da imprensa alternativa e dos movimentos populares, como os ligados aos setores progressistas da Igreja Católica (Comunidades Eclesiais de Base, Movimento de Educação de Base e suas “escolas radiofônicas”, União Cristã Brasileira de Comunicação). Merecem destaque as seguintes publicações alternativas: Pasquim, Opinião, Coojornal, Movimento, Em Tempo. (SANTOS, 1995) As “escolas radiofônicas”, da Igreja Católica, surgem em 1947 na América Latina (Colômbia) e em 1958 no Brasil (Natal) com a experiência de Dom Eugênio Sales. Em 1963, o Movimento de Educação de Base, nascido dessa experiência, já era composto por cinquenta e nove sistemas em operação, que atingiam 7.353 escolas de quinze estados e foram financiados pelo governo federal por cinco anos, sob direção da CNBB (Confederação Nacional dos Bispos do Brasil). (PUNTEL, 1994)

As Políticas Nacionais de Comunicação (PNC) passam a ser debatidas no Brasil já na década de 1970, através de trabalhos da UNESCO. (CASSOL, 2003) Segundo Ramos (1991), Mota e da Silva – professores da Universidade de Brasília - em 1976, durante o III congresso da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em

Comunicação (ABEPEC), defendem que a sociedade civil participe do debate entre estatização e privatização dos meios, assim como os setores populares, e defendem uma terceira via, entre dois extremos ('estatização autoritária' e 'democracia liberal') que seria um retorno à cultura brasileira.

O Estado deve incidir no campo da comunicação social para garantir os direitos de acesso e participação, garantir que o caráter público das concessões seja respeitado, que exista um percentual de programação educativa, que as informações divulgadas sejam verossímeis e seguras e que a diversidade de mensagens represente a riqueza cultural das populações. Conforme Miorim (2013 p. 19 e 20):

Embora exista o engajamento da sociedade civil organizada, a concepção de uma Comunicação Social efetivamente democratizada ainda parece distante da realidade brasileira. Como superar assimetrias e desproporções consolidadas verticalmente na estrutura comunicacional do país? E como garantir a universalização do direito de comunicar, em um cenário historicamente excludente? Classificando a democratização da comunicação como um processo, especialistas do tema identificam a responsabilidade do Estado para sua indução.

É importante reforçar que, como em qualquer outra temática, a incidência do Estado sempre deve ser feita para garantir e não limitar direitos aos cidadãos. A acusação de censura - por parte dos que querem manter seus privilégios comunicacionais - é infundada nos casos onde as políticas públicas de comunicação visam garantir direitos humanos.

No prólogo do livro "Trazos de una otra comunicación en América Latina: Políticas comunitarias, teorías y demandas sociales", organizado por Peruzzo, Tufte e Casanova em 2011, Jorge A. González (p. x a xiii) diz que as ditaduras da América Latina no século XX marcaram profundamente e determinaram até hoje a forma como se organizam as mídias de massa. Foi durante essa fase que instrumentos caseiros de comunicação surgiram como forma de expressão de quem queria exercer seu direito de comunicar. Tal situação de censura e padronização do pensamento dificultou e dificulta até hoje a formação crítica para que exista comunicação comunitária ou alternativa. O rádio até hoje não possui resultados democráticos. Os ouvintes não querem músicas latinas cheias de consciência e valores anti-imperialistas, mas músicas da "ideologia dominante" feitas para vender discos.

Existem divergências ao encarar a comunicação como serviço público.. Uns, tendo como base a Constituição Brasileira, entendem a comunicação como um

serviço público. Para estabelecer uma comunicação democrática este serviço deveria ser porta-voz de toda a sociedade civil, para que essa possa expressar sua opinião e seu pensamento. Outros dizem que é preciso romper com a ideia de comunicação como serviço e fortalecer a ideia de que a comunicação é um direito. O autor considera perigoso entender a comunicação como um serviço oferecido por organizações privadas ou estatais. Segundo ele, o Estado deveria *garantir* à toda população o acesso e a participação na comunicação, não somente *permitir* (CASSOL, 2003).

Os debates sobre o direito de comunicar e a democratização da comunicação na UNESCO foram realizados em plena Guerra Fria e nesse momento a América Latina estava majoritariamente sob influência de regimes ditatoriais autoritários e neoliberais. Segundo Peruzzo (2011), as políticas públicas de comunicação no Brasil são altamente influenciadas pela trajetória política de ditaduras que atingiram toda América Latina e pela recente redemocratização, que ainda não conseguiu fazer valer sua Constituição de 1988, no caso do Brasil. A autora reforça a predominância dos interesses conservadores ao analisar a timidez com que avançam as conquistas de linha progressista no campo das políticas de comunicação no Brasil.

Nos conflitos entre as diferentes concepções de modelo de comunicação sempre prevaleceu a linha conservadora e depois a liberal-modernizadora que, de fato, não deixa de ser conservadora no sentido de favorecer a livre iniciativa, a concentração de propriedade e a ideologia capitalista. Razão pela qual as conquistas da linha progressista são tímidas ou não se fazem efetivas legalmente e ou/em prática. Mesmo o governo Lula, identificado como de esquerda, não tem avançado na implementação de políticas significativas de comunicação. O exemplo está no modelo de televisão digital adotado (modelo japonês, o ISDBT-T), totalmente em conformidade com os interesses dos grandes grupos de *mass media* que já dominam o setor no país. (PERUZZO, 2011 p. 128)

O interesse do Bloco Capitalista e dos EUA em dominar mercadológica e simbolicamente a América Latina durante a Guerra Fria tiveram influências não só na implementação de um Regime Militar no Brasil e em outros países, como também nas políticas comunicacionais implementadas. “As ditaduras tiveram influência direta para a monopolização do setor das telecomunicações” (DAMASCENO, 2012). A formação e a perpetuação de grupos de mídia foi favorecido por esse processo, possibilitando a manutenção do controle dos veículos, por parte desses grupos, até hoje. A forma antidemocrática com que foi feita a apropriação dos meios de

comunicação no Brasil e na América Latina tornou o ato de comunicar um privilégio e não um direito (MIORIM, 2013).

Tanto nacional como regionalmente, no Brasil, os meios de comunicação estão historicamente concentrados na mão de poucos grandes grupos econômicos de matriz familiar e com vínculos políticos de tendência conservadora ou liberal. A entrada recente de igrejas, principalmente evangélicas, na operacionalização de redes de comunicação é uma novidade, mas não rompe a oligopolização nem a linha de programação predominante – que é centrada no entretenimento e sustentada pela publicidade (PERUZZO, 2011). Conforme Claudionor Damasceno (2012), o desenvolvimento dos sistemas de comunicação no Brasil sob o controle de poucos grupos empresariais foi possível graças a articulações entre poderes públicos e oligarquias regionais em associação a redes midiáticas estrangeiras.

Esta concentração acarreta uma limitação na diversidade de veículos e na variedade de informações. No cenário jornalístico os poucos grupos que o dominam se travestem de “inúmeros veículos, os quais produzem e vendem a ideia da variedade de informações” (GIRARDI, CAMANA, STEIGLEDER, 2013 p. 2). Lima (2011) reforça esse argumento e diz que os distintos interesses da sociedade não estão representados na atual configuração do sistema midiático, devido a sua concentração histórica.

Cicilia Peruzzo (2011 p. 128 e 129) diz que a concentração de propriedade no campo das comunicações se expressam de forma horizontal, vertical e cruzada. A concentração horizontal acontece quando uma mesma rede possui várias emissoras de um mesmo tipo de veículo. Em Porto Alegre podemos usar o Grupo RBS (Rede Brasil Sul de Comunicação) como exemplo (na verdade este grupo pode ser utilizado para exemplificar os três tipos de concentração de propriedade, pois os pratica). O grupo pratica a concentração horizontal, pois possui as rádios Atlântida, Itapema, Rádio Gaúcha, Cidade, Rádio Farroupilha, Rádio Rural e CNB 1340. A concentração vertical se verifica na integração de diferentes etapas da cadeia de produção e distribuição, ou seja, uma mesma rede produz um programa, o exhibe, o vende e comercializa produtos agregados. O terceiro tipo de concentração, a propriedade cruzada, ocorre quando um mesmo grupo possui diferentes tipos de veículos de comunicação. O Grupo RBS possui no Rio Grande do Sul a TV RBS, o jornal impresso Zero Hora, as rádios já citadas, o portal Clicrbs, além de canais de TV por assinatura, mercado editorial e indústria fonográfica (GRUPO RBS, 2013).

Tal concentração fez o Grupo RBS virar caso de justiça no estado de Santa Catarina, onde o Ministério Público Federal entrou com uma ação para anular a compra do jornal impresso A Notícia, de Joinville, e obrigar o grupo a vender quatro de suas seis emissoras de TV no estado. A Rede Brasil Sul também é acusada de obrigar distribuidores e vendedores de jornais a não comercializarem publicações de outras empresas (BRAZ, 2013).

A alta concentração do poder de comunicar acontece porque a regulamentação do setor sempre favoreceu os interesses dos grandes grupos midiáticos. Falta fiscalização para fazer valer princípios constitucionais e normas (PERUZZO, 2011). A falta de interesse político também é detectada, pois quando se conseguem dispositivos legais esses nem sempre são respeitados, não são regulamentados ou não são aprovados no Parlamento (PERUZZO, 2011). A conivência política com a atual situação hegemônica das comunicações brasileiras é resultado, segundo Paulo Liedtke (2003), do medo que os políticos tem de enfrentar os empresários do ramo – por conta do risco de prejudicar a visibilidade pública dos seus mandatos - e também do fato de que muitos políticos são proprietários de veículos de comunicação (MIORIM, 2013 p. 16).

O Centro de Estudos em Comunicação (CEC), criado para construir propostas na área para a campanha de Tancredo Neves à presidência, formula o conceito de Sistema Público de comunicação. Este sistema seria financiado por contribuição direta, pelo Estado ou pela iniciativa privada e sua programação seria controlada por setores organizados da sociedade civil. Defende que o Conselho Nacional de Comunicação (CNC) assessore o Ministério das Comunicações na formulação e execução de estudos sobre a programação das emissoras. O CNC deveria ser composto com paridade entre representantes do Estado e da sociedade civil. Entre outras medidas, o CEC também defendia restrições à publicidade, mais programação jornalística e músicas brasileiras. (CEC, 1984)

Segundo Miorim (2013 p. 19) o debate sobre a democratização da comunicação emerge principalmente no período de redemocratização do país, em meados da década de 1980, quando “Jornalistas, professores, estudantes de comunicação, juristas, religiosos, entre outros, articulam-se em movimentos e entidades para exigir uma política democrática de comunicação”. Cassol (2003, p. 59) destaca algumas dessas entidades: “a FENAJ, Associação Brasileira de Imprensa (ABI), a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e a Confederação Nacional dos

Bispos do Brasil (CNBB).” Organizada por estudantes, jornalistas, acadêmicos e apoiada por inúmeras organizações da sociedade civil brasileira, a Frente Nacional de Lutas por Políticas Democráticas de Comunicação (FNPDC) é o primeiro movimento organizado e institucional que defende a democratização das comunicações no Brasil e sua missão principal era a disputa na constituinte. No “momento que a sociedade brasileira se mobilizava para elaborar uma nova Constituição para o país”, algumas entidades ligadas à área da comunicação se articulam e fundam em 1984 a Frente Nacional de Lutas por Políticas Democráticas de Comunicação (FNPDC), “que chegou a contar com 45 entidades e 27 parlamentares”. (CASSOL, 2003 p. 15) O manifesto de fundação da frente defendia:

a) o acesso igualitário de todas as camadas da população à produção, difusão e consumo do bem cultural; b) a participação dos profissionais na decisão das linhas editoriais dos veículos de comunicação; c) a participação de todos os setores da sociedade na definição de políticas de comunicação (FNPDC, 1984)

A FNPDC defendia também o “incentivo às produções regionais e capacitação da sociedade para a reflexão crítica em relação à comunicação e também para a ação prática.” A frente também se posicionava sobre a distribuição das concessões de rádio e TV. Segundo ela, estas deveriam priorizar “entidades sem fins lucrativos e socialmente representativas”, sendo que “uma mesma entidade não poderia acumular mais de uma concessão de serviço de radiodifusão”. Também “previa-se a construção de um Conselho Federal de Radiodifusão, que forneceria pareceres sobre as concessões.” Este conselho, junto com conselhos de âmbito municipal, seria responsável pela “fiscalização da programação das emissoras, que deveriam fixar limites mínimos de produção regional, garantir espaços para horário político gratuito e para programas informativos e de entretenimento gerados por uma entidade pública nacional.” (CASSOL, 2003 p. 43 e 44)

Segundo Santos (1995), com a criação da FNPDC em 1984 o eixo da luta pela democratização da comunicação muda substantivamente. O termo Políticas Nacionais de Comunicação passa a dar lugar para o termo Política Democráticas de Comunicação e, a partir de 1986, é substituído por democratização da comunicação. Segundo Cassol (2003), a frente se desarticula no início de 1985, pois com a derrota da emenda Dante de Oliveira - que tinha por objetivo reinstaurar as eleições diretas

para presidente da República do Brasil - entidades que a compunham passam a priorizar a luta por uma Assembleia Nacional Constituinte Exclusiva.

Venício Lima aborda como ocorreu o debate da democratização das comunicações durante a constituinte, com a explícita vitória dos interesses dos proprietários dos meios de comunicação (obviamente privada). Segundo ele o General Figueiredo, último presidente não eleito do Brasil, recebeu atenção pública, com conotações de escândalo, no final de seu governo por emitir um elevado número de concessões de outorga de canais de rádio e televisão em um curto período de tempo, beneficiando “redes nacionais de radiodifusão - SBT e Bandeirantes - até figuras desconhecidas, cujas principais credenciais eram ser amigas do presidente da república, ou até mesmo de sua esposa.” Um desses beneficiados, grupo ligado ao deputado federal José Carlos Martinez (PSD-PR), se destacava pelo interesse do presidente em outorgar um canal de TV em Cascavel-PR, chegando a ser notícia do Jornal do Brasil, no dia 23 de março de 1985 com o título “Favoritismo foi decisivo na concessão de rádio e TV” e da revista Veja, no dia 27 de março de 1985 com o título “Concessões em exame”. “A questão das novas concessões não passou despercebida ao candidato e, posteriormente, presidente eleito Tancredo Neves”, que chegou a afirmar, em entrevista ao então presidente da Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (FENAJ) Audálio Dantas, que no setor das comunicações prevalecia com maior intensidade o espírito autoritário e defendeu a criação de um Conselho Nacional de Comunicações com participação direta na decisão das concessões e na fiscalização do funcionamento das mesmas. (LIMA, 2011 p. 52, 53 e 54)

Tancredo reconhecia a necessidade de democratizar as comunicações, os critérios equivocados de distribuição de canais de rádios e TV “e a conveniência da criação de um Conselho Nacional de Comunicações”, porém, “não teria conseguido evitar algum tipo de compromisso ou acordo com o *status quo* da comunicação no país”. O que fica evidente pelo fato de que “no mesmo dia de sua consagração pelo Colégio Eleitoral, ele almoçou (...) em companhia do presidente das Organizações Globo, Roberto Marinho, e do senhor Antônio Carlos Magalhães (...) posteriormente indicado para seu ministro das Comunicações”. (LIMA 2011 p. 54) Antônio Carlos Magalhães (ACM), então ministro das Comunicações, estava “diretamente representado na constituinte pela presença de seu irmão (deputado Ângelo Magalhães, PFL-BA), e de seu filho (deputado Luís Eduardo, PFL-BA), ambos da

Subcomissão de Ciência e Tecnologia e de Comunicação”. Além destes, o secretário-geral do Ministério das Comunicações Rômulo Furtado (que já havia cumprido essa função durante dois governos no período autoritário) era representado pela sua esposa, deputada Rita Furtado (PFL-RO), principal articuladora do chamado “grupo das comunicações” (LIMA, 2011 p. 62)

Fazem parte deste grupo constituintes vinculados, direta ou indiretamente, a empresas concessionárias de emissoras de rádio e/ou televisão, como os deputados Arolde de Oliveira (PFL-RJ - TV-Rio), presidente da Subcomissão de Ciência e Tecnologia e de Comunicação; Arnaldo Fioravante (PDS-SP - Rede Capital de Comunicações); Fausto Rocha (PFL-SP - Sistema Silvio Santos); José Carlos Martinez, agora não mais no PDS-PR, mas no PMDB-PR (Organizações OEME, TV Carimã-PR); José Elias (PTB-MS - TV Mato Grosso); Mendes Ribeiro (PMDB-RS - RBS-Rede Brasil Sul de Comunicações); Paulo Marques (PFL-PE - TV Tropical-PE), além do irmão e filho do ministro das Comunicações, já mencionados. Foram esses constituintes que, com a ajuda de outros três parlamentares do PMDB (Onofre Corrêa, MA; Aluizio Vasconcelos, MG; e Roberto Vital, MG) e um do PDS (Francisco Diógenes, AC), derrotaram praticamente toda a parte sobre Comunicação do relatório da deputada Cristina Tavares na Subcomissão. (LIMA, 2011 p. 62 e 63)

Cabe ressaltar que a relatora da Subcomissão de Ciência e Tecnologia e de Comunicação, deputada Cristina Tavares (PMDB-PE) defendia interesses muito próximos dos defendidos pelos movimentos pela democratização da comunicação da época e que o programa do PMDB defendia a “revisão do regulamento que disciplina a concessão e o funcionamento do rádio e da televisão”. Além disso, o I Congresso Nacional do PMDB, que tirou as posições do partido para a constituinte, aprovou a criação do Conselho Nacional de Comunicação. Ficando claro que as votações não levaram em conta questões partidárias, mas pessoais e ideológicas, pois “cinco constituintes do PMDB votaram contra a relatora do PMDB na Subcomissão de Ciência e Tecnologia e de Comunicação (...) e 14 constituintes do PMDB também votaram contra o relator do PMDB na Comissão Temática” (LIMA, 2011 p. 65)

Para os jornalistas a constituição de 1988 teoricamente proíbe os oligopólios e monopólios na comunicação, mas em verdade consolida o privilégio de poucos grandes grupos de comunicação instalados no Brasil. (FENAJ, 1991). O movimento nacional pela democratização das comunicações se rearticula com a criação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), a partir da carta dos

jornalistas de 1991 que “convocava a sociedade civil para a criação de um movimento nacional”. (CASSOL, 2003 p. 46) Considerada a “mais importante articulação da sociedade civil na história do movimento”, o fórum “criado em 1991, chegou a contar, em seu auge, com 32 entidades em nível nacional, além de 44 comitês regionais e comissões pró-comitês”. O FNDC foi “responsável por algumas das principais conquistas do movimento (...) no âmbito institucional, como a própria instalação do CCS (Conselho de Comunicação Social)” Sua atuação é baseada em quatro eixos: “constituição do controle público dos meios de comunicação, reestruturação do mercado, a capacitação da sociedade para o conhecimento e a ação sobre a mídia e a implementação de uma política de desenvolvimento da cultura do país”. O FNDC deixa claro seu caráter institucional desde seu início. (CASSOL, 2003 p.17)

O programa do FNDC faz algumas críticas aos movimentos anteriores. Segundo ele, as propostas do final da década de 1970 continham um espírito “oposicionista e ‘negativo’”, e as iniciativas do final dos anos 1980 e início dos 1990 eram imediatistas e particularizadas. (FNDC, 1994) Entre as conquistas do fórum, além da já citada instalação do CCS, estão a aprovação da Lei do Cabo em 1994/1995 que, entre outras coisas “garante a criação de canais de acesso público”. Entre 1996 e 1997 é elaborada a lei de radiodifusão comunitária “período no qual é criada a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO).” (CASSOL, 2003 p. 70) Porém questões consideradas como conquistas do movimento são passíveis de diversas críticas e os resultados podem ser considerados muito pequenos. Em entrevista a Cassol (2003), Venício Lima diz que o movimento pela democratização das comunicações e o próprio FNDC abrandam suas reivindicações em relação às suas propostas originais. Segundo Cassol (2003 p. 46), o documento que deu origem ao FNDC, a carta dos jornalistas de 1991, vê o CCS “não mais como um órgão a decidir, mas assessorar e opinar sobre as concessões”, o que considera um retrocesso em comparação às propostas do período pré-constituente.

O Conselho Nacional de Comunicação (CNC) previsto na constituição de 1988, pilar do Sistema Público, deveria ser composto por ampla representação da sociedade civil e teria como função decidir sobre as políticas de comunicação, além de fiscalizar a programação das emissoras. Mas só foi instalado em 2001, com a denominação de Conselho de Comunicação Social (CCS), com atribuições

extremamente restritas em relação ao que reivindicavam as entidades no processo constituinte, limitando-se a ser um órgão consultivo do Congresso Nacional.

Até aqui vimos como se deu o desenvolvimento das tecnologias e do mercado da comunicação social, internacionalmente e no Brasil. Também vimos como se deram as discussões, nos dois âmbitos, sobre a democracia na comunicação. No capítulo seguinte, abordaremos a metodologia aplicada nesse trabalho.

3.ASPECTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa apresenta um caráter descritivo com abordagem qualitativa. O objetivo é compreender a visão da sociedade civil organizada, representada em Porto Alegre, que possui o tema da democratização das comunicações como prioritário. Foram coletados dados através de entrevista semi-estruturada, A função das entrevistas foi identificar a opinião dos(as) entrevistados(as) sobre a democracia na comunicação. Para isso, realizamos perguntas com objetivo de induzir o(a) entrevistado(a) a desenvolver a sua opinião seguindo o seguinte roteiro:

- 1- O que é democracia na comunicação?
- 2- Por que é importante democratizar as comunicações?
- 3- O que a organização faz para democratizar a comunicação?
- 4- O que mais poderia ser feito?
- 5- O que ajudaria as iniciativas da organização a terem mais sucesso?
- 6- Sinteticamente, o que caracteriza uma comunicação democrática?
- 7- A organização emprega esses valores na construção da sua própria comunicação?
- 8- Quais organizações com atuação em Porto Alegre tem como prioridade a democratização da comunicação?
- 9- As manifestações ocorridas em 2013 fizeram e estão fazendo diferença no cenário da democratização da comunicação?

O primeiro desafio metodológico foi reunir os sujeitos convidados a participar da pesquisa. Na fase inicial, realizamos um mapeamento de quem são estas entidades que trabalham prioritariamente com a democratização da comunicação e delimitamos o que entendemos por entidades que atuam sob esta perspectiva. São estas as entidades que se autodenominam como atuantes pela democratização das comunicações? Aquelas que trabalham em espaços especializados dedicados ao tema? Trabalhamos apenas com as entidades que priorizam o tema por entender que inúmeros são os casos onde existe uma opinião sobre o assunto, mas que o mesmo não está entre os objetivos principais da organização - assim essa delimitação tornará a pesquisa aplicável e o resultado de maior relevância. Esta priorização foi identificada pela atuação em discussões (oficiais ou não) sobre o

tema, iniciativas de pesquisa sobre o assunto, ações práticas que por si só contribuem para a democratização das comunicações, iniciativas de projetos de lei e atos públicos para despertar a importância do tema na sociedade. Buscamos um equilíbrio na diversidade dos entrevistados, tentando contemplar todos os elementos supracitados, de acordo, obviamente, com a existências destes em Porto Alegre (delimitação espacial da pesquisa).

Selecionamos as pessoas entre os(as) participantes da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), Associação brasileira de pesquisadores de história da mídia Alfredo de Carvalho (ALCAR), Coletivo Catarse de Comunicação, Núcleo de Comunicação Comunitária (NUCC) da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FABICO/UFRGS), Comitê Gaúcho do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Levante Popular da Juventude, Regional Metropolitana da Associação Gaúcha de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO/RS), Jornalismo B e Comitê pela Comunicação Comunitária de Porto Alegre (CCC). A seleção das entidades foi feita com base em nosso conhecimento sobre a atuação das mesmas em Porto Alegre e também pela indicação de pessoas já entrevistadas.

Foi feito contato com as entidades selecionadas, enviando convite para participar da pesquisa, esclarecendo os objetivos e a importância da sua participação. Solicitamos um momento para realizarmos a entrevista semi-estruturada e informamos que, de acordo com as informações fornecidas, poderíamos precisar aprofundar alguns detalhes de relevância para a pesquisa. As entrevistas foram preferencialmente presenciais, gravadas e posteriormente transcritas. Caso o entrevistado não pudesse conceder entrevista presencial, foi solicitado que o mesmo respondesse as perguntas do roteiro por e-mail (apenas o entrevistado Alexandre Haubrich respondeu dessa maneira). Também esclarecemos as questões éticas que envolvem as pesquisas com seres humanos através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, assinado pela orientadora e por nós e que foi assinado pelo sujeito da pesquisa (ver anexo 1).

A leitura e a análise das entrevistas buscou identificar e categorizar as informações concedidas pelos(as) entrevistados(as), de modo a relacioná-las com as principais questões identificadas no referencial teórico sobre o tema da pesquisa. Esta etapa foi organizada a partir da divisão dos principais temas historicamente defendidos pelos movimentos por cores, onde todos os itens destacados de cada

entrevista foram classificados de acordo com cada tema, de modo a possibilitar uma análise transversal do conteúdo das entrevistas que compõem o material para análise. Antes de partir para o diálogo entre os(as) entrevistados(as) e o referencial teórico, a partir dos principais temas selecionados, iremos apresentar os(as) entrevistados(as) e resumir o conteúdo das suas entrevistas.

4. RESULTADOS

4.1. Análise dos resultados

Até agora vimos como se desenvolveu ao longo da história a chamada comunicação social, ou melhor, a comunicação de massa. Interesses mercadológicos (capitalistas), tecnológicos e direitos humanos disputam espaço (com a sobressaliência do primeiro). (DANTAS, 2002) Embora lentamente a consciência crítica da população avance - e as tecnologias colaborem para uma (possível) comunicação mais democrática - também lentamente as reivindicações dos movimentos pela democratização das comunicações vão se abrandando em sua profundidade: recuo assumido em decorrência de sucessivas derrotas. (CASSOL, 2003). As demandas por democracia na comunicação são historicamente reprimidas, mas lentamente algumas conquistas são realizadas. (PERUZZO, 2011) Superar o conceito de comunicação de massa para constituir uma comunicação *da* massa - conduzida pela população, pelo povo, pela sociedade civil, ou uma comunicação a serviço da massa, de interesses coletivos, públicos, segue sendo uma meta para muitas pessoas e movimentos. A partir de agora vamos analisar a visão sobre o tema de representantes de entidades da sociedade civil organizada de Porto Alegre.

Inicialmente identificaremos os principais temas historicamente defendidos em documentos, por teóricos e nos debates pela democratização da comunicação. Identificamos no manifesto de fundação da FNPDC, a questão do direito à comunicação e o controle público na definição de políticas. O manifesto defendia “o acesso igualitário de todas as camadas da população à produção, difusão e consumo do bem cultural” e “a participação de todos os setores da sociedade na definição de políticas de comunicação” (FNPDC, 1984) Nos eixos de atuação do FNDC identificamos a questão do controle público e da reestruturação do mercado (CASSOL, 2003) e em Cassol (2003, p. 34) vemos que “a ideia de que a comunicação é um direito forma a base da defesa da democratização da comunicação”. Para a FENAJ (1991) a constituição de 1988 proibiu teoricamente a concentração dos meios de comunicação, mas consolidou o privilégio de poucos de comunicar. Cicilia Peruzzo (2011) diz que a concentração de propriedade no campo das comunicações se expressam de forma horizontal, vertical e cruzada. Dantas

(2002) diz que a chegada das agências internacionais de notícia no Brasil fez com que seus telegramas determinassem quais acontecimentos eram importantes no dia-a-dia e como deveriam ser noticiados. Essas agências forneciam, e seguem fornecendo, uma única imagem do mundo (com a qual todos devem se identificar, caso queiram parecer envolvidos). No texto final do Relatório MacBride, a democratização da comunicação é encarada como um processo a partir do qual:

a) o indivíduo passa a ser um elemento ativo e não um simples objeto da comunicação; b) aumenta constantemente a variedade de mensagens intercambiadas; c) aumentam também o grau e a qualidade da representação social na comunicação ou na participação. (UNESCO, 1983)

Assim, concluímos que os principais pontos são:

- 1) Direito à comunicação (acesso aos meios para informar e ser informado, enviar e receber mensagens)
- 2) O controle público sobre as comunicações
- 3) A posse dos meios (os monopólios), os modelos de negócio de comunicação, o financiamento público e a legislação (regulação)
- 4) A diversidade cultural, regionais e ideológica

Faremos agora uma apresentação dos(as) nossos(as) entrevistados(as) e seus principais pontos de vista. Em seguida iremos analisar as visões dos(as) entrevistados(as) observando os quatro principais pontos destacados acima.

Os(as) entrevistados(as) são:

i) Celso Schröder (2013) é jornalista, professor na FAMECOS/PUCRS. É o atual presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e da Federação dos Jornalistas da América Latina e Caribe (Fepalc)³. Além disso, é membro do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, coordenou o FNDC de 2001 à 2011 e reside em Porto Alegre, delimitação geográfica deste estudo.

ii) Rodrigo Rodrigues (2013) é coordenador da regional metropolitana da Associação Gaúcha de Rádios Comunitárias (ABRAÇO-RS), comunicador da Rádio A Voz do Morro e integrante do Coletivo pela Comunicação Comunitária de Porto Alegre.

³ Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe

iii) Rodrigo Jacobus (2014) é jornalista e mestre em Comunicação e Informação. Atualmente é colaborador do Núcleo de Comunicação Comunitária (NUCC/FABICO/UFRGS), onde desenvolve oficinas sobre rádio comunitária gratuitas, entre outros projetos do núcleo.

iv) Laura Hastenpflug Wottrich (2013) é publicitária, mestranda em Comunicação Social e participa do setor de comunicação social do movimento Levante Popular da Juventude, que realizou escrachos (atos públicos com denúncias) recentemente à RBS, afiliada da Rede Globo.

v) Alexandre Haubrich (2014) é jornalista e editor do jornal impresso e online Jornalismo B, que faz uma leitura crítica dos meios dominantes de comunicação e apresenta pontos de vista sobre temas defendidos por movimentos sociais.

vi) Eliane Silveira (2014) é jornalista, militante da Marcha Mundial das Mulheres (MMM) e coordena o comitê gaúcho do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

vii) Gustavo Turck (2014) faz parte do coletivo Catarse de Comunicação, que é uma cooperativa de comunicação cuja finalidade é atender necessidades financeiras de profissionais da área atuando como veículo, produtora de conteúdo e produtora cultural.

viii) Maria Berenice Costa Machado (2014) é publicitária, doutora em Comunicação, professora de Comunicação Social da UFRGS, presidenta da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia Alfredo de Carvalho (ALCAR) e vice-presidenta da Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (SOCICOM).

ix) Doraci Engel (2013) é jornalista, especialista em Teoria da Comunicação e doutorando em Filosofia. Já foi jornalista profissional em várias redações e atualmente é diretor geral da rádio Ipanema Comunitária. Conviveu com Daniel Hertz e outros intelectuais enquanto cursava jornalismo na UFSC. Também participa do Comitê pela Comunicação Comunitária - “entidade de âmbito regional que pretende reunir entidades comunitárias interessadas na questão da comunicação comunitária”. Além disso, participa da ABRAÇO-RS e da coordenação da ABRAÇO-RS no âmbito metropolitano.

A seguir resumimos os principais pontos defendidos pelos(as) entrevistados(as):

Celso Schröder (2013), o representante dos(as) jornalistas brasileiros e da América Latina, aborda as quatro principais questões que daremos enfoque (direito à comunicação, o caráter público, a posse dos meios e as questões culturais), porém se detém mais sobre a questão da posse dos meios e destaca o controle público sobre a comunicação social - a luta pela garantia do seu caráter público - como o principal caminho para a democracia na comunicação. Um diferencial da sua visão é a crítica à defesa cega da luta antimonopolista como solução para todos os problemas da democratização da comunicação, pois, segundo ele, o número de vozes não garante a democracia, a plurilateralidade, pois elas podem falar a mesma coisa e servir a interesses similares. Outro ponto importante a ser destacado é uma visão peculiar em relação ao direito à comunicação, tão caro à maioria dos movimentos. Segundo Celso, a defesa de que todos(as) devem possuir meios de comunicação, exercer diretamente a comunicação, o tempo todo, seria “ineficiente, mal feita”, poderia cair no mesmo autoritarismo do atual sistema (“como uma Rede Globo de sinal contrário”, na disputa pela hegemonia das comunicações) e seria inviável tecnicamente. Por isso ele defende que o foco do movimento seja o controle público sobre todas as formas de comunicação, garantindo o caráter público em todos meios.

Rodrigo Rodrigues (2013), ou Rodrigo da Voz do Morro, como é conhecido, baseia-se principalmente no conceito do direito à comunicação. Também defende a conscientização sobre o que é a comunicação comunitária e o financiamento público destes meios, democratizando a verba de propaganda estatal, devido a sua relevância social. Para ele, é importante contrapor a opinião dominante e elitista emitida pelos meios também dominantes, oferecendo “espaço principalmente pra [sic] aquele que não tem voz”. A lógica de emissor e receptor é invertida na Rádio Voz do Morro. Segundo Rodrigo, “aqui o comunicador também é receptor”. Rodrigues não demonstra preocupação com a profissionalização dos comunicadores: “aqui a proposta, a princípio, não é tornar ninguém um profissional da comunicação, mas abrir um canal pra que a pessoa se expresse, se manifeste”.

Rodrigo Jacobus (2014), do Núcleo de Comunicação Comunitária da UFRGS (NUCC), identifica os principais entraves para a democratização das comunicações nas barreiras financeiras e legislativas. O objetivo do NUCC, para Jacobus, é garantir o direito à comunicação para que as pessoas possam ao menos se comunicar com suas comunidades. Jacobus defende um modelo de comunicação

plurilateral, ampliando a participação nos meios para além de “um telefonema, cartinha ou e-mail”. Segundo ele, o NUCC colabora com a construção de “um conhecimento mais coeso e adequado pra uma comunicação democrática” através de oficinas e a construção de uma rádio web comunitária. Em relação a profissionalização dos(as) comunicadores(as), Jacobus defende que uma rádio comunitária possa “ter um jornalista, ter um técnico, que a população que queira participar da rádio possa ir lá e simplesmente fazer rádio”, ou seja, sem preocupar-se excessivamente com questões técnicas que demandam dedicação e prática. “Os programas tem que ter qualidade, assim como o NUCC tem que ter uma qualidade pra competir com um padrão técnico e estético hoje muito avançado”. O caráter agregador dos veículos comunitários também é abordado por Jacobus, que acredita que a internet, ao contrário, projeta mais o individual “eu entro, eu faço o meu blog, eu tenho o post no facebook”.

Laura Wottrich (2013), do Levante Popular da Juventude, diz que um dos maiores problemas é a concentração dos meios de comunicação na mãos de poucos e responsabiliza isso pela precária legislação brasileira. Democracia na comunicação, segundo ela, é “tomar por base que a comunicação é um direito” e, portanto, não pode ser monopolizado. Laura também defende que combater essa monopolização, fazer valer esse direito, possibilitaria expressar as diversidades regionais brasileiras, rompendo com o atual panorama que privilegia o eixo Rio - São Paulo. Ela defende a criação de rádios comunitárias e a “formação de agentes de comunicação que possam potencializar esse debate”, empoderando pessoas para a comunicação. Cita o projeto de lei de mídia democrática puxado atualmente pelo FNDC, defende a necessidade da pluralidade de vozes e que “as organizações isoladamente podem fazer ações, mas é importante que a gente tenha projetos mais unitários que ajudem a levar e colocar peso nessa pauta”.

Alexandre Haubrich (2014), do Jornalismo B, entende que democracia na comunicação é quando se garante o direito à comunicação. Para chegar a esse estágio, defende a necessidade de espaços múltiplos de comunicação mediada, controle das concessões para garantir esse acesso da sociedade aos meios e tratar a informação não como mercadoria, mas como um fomento à cidadania. Segundo ele, quando “poucos tem grande possibilidade de comunicar suas verdades e outros muitos - quase todos - encontram limitações relevantes, (...) a sociedade não pode ser considerada democrática”. Haubrich entende que é um papel da mídia alternativa

desconstruir o discurso “elitista e com vocação monopolística” da mídia dominante, assim como atuar na “conscientização sobre o direito e a necessidade de uma comunicação horizontal e popular”. Para Alexandre, o poder econômico é um entrave à circulação múltipla e plural de informações e visões de mundo. Destaca a questão do financiamento como uma das principais dificuldades da mídia alternativa e faz um paralelo entre as barreiras políticas, da época da ditadura militar, e as barreiras econômicas que ocorrem até hoje. Defende o financiamento coletivo para as mídias alternativas e o trabalho coletivo. Diz que se deve trabalhar mais coletivamente, de forma menos sectária e segmentada, mas sem perder “a pluralidade que há no interior do conjunto de veículos”.

Eliane Silveira (2014), coordenadora do Comitê Gaúcho do FNDC, entende que democracia na comunicação é o direito ao acesso à produção e à transmissão da informação para todas pessoas. Ela destaca as principais bandeiras de luta do FNDC, que busca atualmente assinaturas para um Projeto de Lei de Iniciativa Popular (PLIP), campanha intitulada “Para Expressar a Liberdade”. No PLIP, consta o controle sobre transmissão e produção, sendo que a Anatel passaria a controlar a transmissão e a Ancine a produção de conteúdo. Ele busca vedar a concessão de outorgas para partidos políticos, parlamentares e igrejas e familiares e coloca limites na posse dos meios, combatendo os monopólios; prevê “espaços na grade pra produção nacional, regional, cultural e inclusive que quinze grupos sociais, de relevância social, terão direito a uma hora por semestre de programação nas grandes emissoras”, espaços disputados por editais; faz uma divisão do sistema público, comunitário e comercial; faz a divisão entre quem transmite as informações e quem produz conteúdo (proibindo a concentração da propriedade vertical. Conforme Peruzzo (2011), isso que pode garantir que mais grupos diversificados produzam conteúdo, fazendo com que a realidade sociocultural brasileira se reflita no conjunto dos meios de comunicação. Silveira destaca que diversificar essa produção, garantir que esses segmentos tenham acesso à produção, é essencial para avançar nas pautas que os mesmos defendem. Segundo Eliane, o comitê gaúcho do FNDC também atuou na construção do projeto de lei que institui o Conselho Estadual de Comunicação do Rio Grande do Sul. A coordenadora entende que com mais recursos humanos o FNDC poderia incentivar debates nas comunidades sobre a democracia na comunicação.

Gustavo Turck (2014), do Coletivo Catarse de Comunicação, entende que

democracia na comunicação significa haver “mais acesso, acesso livre ou o quanto mais livre possível e maior produção, maiores veículos, mais meios de produção, sejam em quais áreas que sejam”. Para ele a existência de meios de comunicação diversificados, não necessariamente alinhados ideologicamente, é em si só uma tentativa de democratização da comunicação. Turck descarta a necessidade de “vias de contato, de retorno - que é o que a internet hoje permite - que haja uma interação entre as duas pontas”, ou seja, entre emissor e receptor. Em relação à atuação do Coletivo Catarse, Gustavo defende a promoção de mais fóruns de debate onde a democracia na recepção e na emissão sejam abordados.

Maria Berenice Costa Machado (2014), presidenta da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia Alfredo de Carvalho (ALCAR) e vice-presidenta da Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (SOCICOM), entende que democracia na comunicação é a “preservação do direito do ser humano que é a liberdade de expressão, informação e comunicação.” Berenice afirma que o golpe de 1964 teve participação da imprensa, assim como no decorrer do regime e destaca a perversidade da concentração da posse dos meios de comunicação no Brasil. Para ela a “informação é um bem, um poder” e por isso deve “perpassar interesses públicos, o interesse da maioria e não interesses pequenos e privados”. Machado defende que a educação raciocinada é o que tem o maior potencial para democratizar as comunicações, “ter tanta autonomia e conhecimento, que eu possa interagir, desligar e discordar dessa versão oficial.” Ela não defende que os meios privados, hoje hegemônicos, sejam fechados, pois acredita que “uma comunicação democrática primeiro ela é plural, todos tem voz e tem vez. Tem diversas versões, fontes, meios. E o cidadão pode optar por fazer a sua análise própria”. Acredita que a universidade pública ainda é o melhor reduto para atuar em prol da democratização. Maria Berenice relata sua atuação na SOCICOM, onde coordena uma comissão para a democratização da comunicação no Brasil, incentivando as associações científicas de comunicação participantes a pensar uma comunicação mais democrática e a participar, buscar espaço nos fóruns de debate, como o comitê gestor da internet no Brasil, da rádio digital do conselho curador da EBC, entre outros.

Doraci Engel (2013), da Rádio Ipanema Comunitária, do Comitê pela Comunicação Comunitária e da ABRAÇO-RS, entende que “democracia na comunicação é a realização de um direito que vem sendo sonogado à sociedade

brasileira por um processo histórico perverso”. Esse direito significa que as pessoas possam “produzir, difundir os seus conteúdos, seus significados” e para isso é necessária a “distribuição dos espaços para que os diversos segmentos tenham direito de expressar as suas opiniões”. Ele defende que as pessoas possam elas mesmas utilizar “os meios e elas mesmas fazerem o que se chama a comunicação dialógica (...) que é uma das grandes utopias da comunicação, é uma promessa da evolução tecnológica”. Doraci destaca o desconhecimento e o potencial da comunicação comunitária. Segundo ele, acima da importância da equidade entre os três sistemas (estatal, privado e comunitário) está a importância de tornar o sistema público-comunitário conhecido, pois ele defende que existe um volume expressivo de veículos comunitários - evidenciando que o problema não é a questão da outorga, mas que esses veículos não cumprem o seu papel e a sociedade não está vigilante, pois o desconhece. Engel afirma ainda que a questão da comunicação comunitária pode se resumir em legislação, em ter mais lei e regulamento: “estamos reivindicando a regulamentação da constituição de 1988”. Para Doraci, a democratização da comunicação é absolutamente indispensável para a democracia. Em relação à blogosfera, Engel destaca a necessidade de se distinguir a produção profissional dentre o que circula nesse meio.

4.2. Discussão

Antes de aprofundarmos sobre os quatro principais temas (posse, caráter público, direito à comunicação e diversidade regional e cultural), identificados como principais pela sua reincidência na teoria, documentos e depoimentos aqui analisados, abordaremos a influência da ditadura no cenário da comunicação no Brasil. Também abordaremos no início desse capítulo a necessidade da democracia na comunicação para a existência de uma democracia plena. Detectamos, através do referencial teórico e das entrevistas, que estes são pontos relevantes para serem aprofundados antes dos quatro principais.

4.2.1. A questão da ditadura

As principais influências que a ditadura brasileira teve no cenário das comunicações foram a concentração da propriedade, a privatização dos meios, a

padronização do pensamento e a constituição de um modelo verticalizado, que prejudica a diversidade regional e cultural, embora segundo Dantas (2002) nesse período tenham se desenvolvido tecnologias no país - a Embratel, de 1969 a 1972, pôs todas as capitais e principais cidades brasileiras em comunicação (discagem direta a longa distancia – DDD) e a Telebrás (holding das teles) posteriormente faz saltar consideravelmente o número de linhas telefônicas até que a demanda das classes média e alta estivesse atendida. Em 1962 (enquanto quase 100% das residências americanas possuíam telefone residencial), o mais confiável meio de comunicação a longa distância no Brasil ainda era o telégrafo. Outra hipótese afirma que não é coincidência que nos países onde direitos civis e políticos estavam sendo negados, embora se desenvolvessem as centralizadas tecnologias de radiodifusão, usadas para a propaganda, as telecomunicações residenciais permaneceram subdesenvolvidas. Em 1980, no Brasil, apenas 12% dos domicílios tinham telefones, mas 55% possuíam televisão⁴. A comunidade que é levada a desejar o teatro, a música, o noticiário “enlatados” também vai preferir o doce “enlatado” e a blusa *prêt-à-porter*, desqualificando o trabalho e o produto da sua doceira e costureira. O acelerado crescimento das comunicações brasileiras nos primeiros dez anos de governos militares realizou-se por meio de elevadas importações de bens e serviços. Entre o Estado comprador e as filiais fornecedoras articulou-se uma sólida aliança que se infiltrou e se espalhou pelos mais importantes gabinetes do Minicom (ministério das comunicações). No prólogo do livro “Trazos de una otra comunicación en América Latina: Políticas comunitarias, teorías y demandas sociales”, organizado por Cicilia Peruzzo em 2011, Jorge A. González (p. x a xiii) diz que as ditaduras da América Latina no século XX marcaram profundamente e determinaram até hoje a forma como se organizam as mídias de massa. Tal situação de censura e padronização do pensamento dificultou e dificulta até hoje a formação crítica para que exista comunicação comunitária ou alternativa. Conforme o autor, o rádio até hoje não possui resultados democráticos. Os ouvintes não querem músicas latinas cheias de consciência e valores anti-imperialistas, mas músicas da “ideologia dominante” feitas para vender discos.

Schröder (2013) fala que existe uma “herança autoritária”, não resolvida com

⁴ Para saber mais sobre a relação entre a televisão e o avanço do capitalismo no Brasil, ler: CAPARELLI, Sergio. Televisão e capitalismo no Brasil. Porto Alegre: L&PM, 1982.

a constituinte de 1988, e que se manifesta de maneira mais visível com a “enorme concentração dos meios” e uma

verticalização, modelo adotado no período militar, o sistema de afiliadas e produtoras que a Globo fez com grande sucesso. Mas não só isso, ou seja, era um modelo de comunicação concentrado no ponto de vista da propriedade, mas principalmente privatizado, no sentido de não dar conta da natureza da comunicação que era essencialmente pública.

O presidente da FENAJ destaca que no

período ditatorial tinha-se constituído uma nova elite no Brasil na área da comunicação, (...) economicamente poderosa, mas principalmente politicamente poderosa, que impediu que se fizesse qualquer incidência do ponto de vista constitucional sobre os privilégios adquiridos no período da ditadura; (na constituinte) o resultado foi um capítulo muito pobre. (SCRODER, 2013)

Schröder lembra que esses veículos, fortalecidos no período ditatorial brasileiro, sustentaram o regime e viabilizaram o golpe de 1964 e diz que “o Juremir⁵ diz muito acertadamente que o golpe no Brasil, antes de ser militar, havia sido um golpe civil midiático”. Maria Berenice Machado (2014), também afirma a participação da imprensa no golpe e no decorrer do regime.

O golpe não foi um golpe militar e que algumas versões já falavam em civil e militar. Não: é um golpe midiático, a imprensa censurada, vítima de censura, ela não é tão inocente assim. Ela é uma imprensa que teve ao lado da ditadura e dos militares. Ela é uma imprensa que oferecia seus carros pra prender jornalista.

Os debates sobre o direito de comunicar e a democratização da comunicação na UNESCO foram realizados em plena Guerra Fria e nesse momento a América Latina estava majoritariamente sob influência de regimes ditatoriais autoritários e neoliberais. Segundo Peruzzo (2011), as políticas públicas de comunicação no Brasil são altamente influenciadas pela trajetória política de ditaduras que atingiram toda América Latina e pela recente redemocratização, que ainda não conseguiu fazer valer sua Constituição de 1988, no caso do Brasil. Damasceno (2012) destaca que as ditaduras influenciaram diretamente para a monopolização do setor das telecomunicações e Miorim (2013) diz que a formação e a perpetuação de grupos de mídia foi favorecido por esse processo, possibilitando a manutenção do controle dos veículos, por parte desses grupos, até hoje. O relatório MacBride (UNESCO, 1983)

⁵ Juremir Machado, jornalista, professor e colunista, escritor do Livro 1964: Golpe Midiático-civil-militar. Leia: MACHADO, Juremir. 1964: Golpe Midiático-Civil-Militar. Porto Alegre: Sulinas, 2014.

já apontava a falta de democracia nas sociedades como um dos entraves para a democracia na comunicação.

Segundo Celso Schröder (2013), o maior problema é que esses veículos implementaram um modelo impermeável à ideia da dimensão pública e que a legislação (ou sua ausência) permitiram a propriedade cruzada e o que é considerado uma promiscuidade insuportável em outros países: a atuação em outros setores da economia - além da concessão de rádios e TVs para políticos ou testas de ferro. Schröder evidencia o poder político dos meios privados ressaltando que “os atores principais do final da ditadura e do início da democracia brasileira - inclusive os presidentes da república, do congresso, da câmara, do senado - todos eles eram oriundos de afiliadas da rede Globo” e lembrando o documentário exibido pela BBC em 1993, intitulado *Muito além do cidadão Kane* (em alusão ao filme *Cidadão Kane*, de Orson Welles), onde a influência política do ex-proprietário da Rede Globo Roberto Marinho é retratada.

Não é a toa que a BBC vem pra cá *[sic]* fazer um documentário chamado *Muito além do cidadão Kane*, que é uma frase do Chico Buarque, que com a sua genialidade, diz para um repórter da BBC quando lhe perguntam: mas esse poder que tá aí? Pra tu ter *[sic]* uma ideia, se o Orson Wells quando fez o *Cidadão Kane*, imaginou a possibilidade de um dono de jornal postular a ser presidente, no Brasil nós temos alguém que já fez vários presidentes, desfez vários presidentes, que fez e montou a política brasileira, que é o dono da Rede Globo. (SCHRÖDER, 2013)

4.2.2. A questão da democracia plena

Pedro Guareschi (2005 p. 195) afirma que

“Não temos uma verdadeira comunicação hoje, desse modo não temos também uma verdadeira esfera pública. Porque a verdadeira esfera pública seria lugar no qual o fato é colocado e debatido, havendo um diálogo no qual poderia ser verificada uma igualdade, que é o que se chama ação comunicativa.”

Celso Schröder (2013) afirma que não existirá democracia (plena) no Brasil enquanto não “conseguimos imprimir a esse segmento (meios de comunicação) os elementos e parâmetros democráticos” e que “todos nós estamos dentro de um estado, submetidos a princípios reguladores de poder”, portanto essa regulação também deve recair sobre a mídia “que é um poder muito específico, muito peculiar,

por que está sentado sobre um princípio que é da liberdade de expressão”. Para nosso outro entrevistado, Doraci Engel (2013), a democracia na comunicação “é absolutamente indispensável para a democracia e a democracia é um valor indispensável para a liberdade e a liberdade é um valor indispensável para a vida.” Haubrich (2014) entende que

a comunicação é um direito humano, e quando uns poucos tem grande possibilidade de comunicar suas verdades e outros muitos – quase todos – encontram limitações relevantes ao usufruto desse direito, a sociedade não pode ser considerada democrática.

A luta pela democratização das comunicações não é nada mais que mais uma luta por direitos, para ampliar os direitos humanos necessários para um mundo justo e igualitário. “Hoje em dia, prossegue a luta por estender os direitos humanos e conseguir com que o mundo das comunicações seja mais democrático que agora” (UNESCO, 1983).

4.2.3. A questão do controle público sobre as comunicações

A questão do caráter público, diretamente relacionada ao controle público, é sem dúvidas um dos principais temas defendidos pelos movimentos que priorizam a democratização das comunicações. O termo está presente tanto no documento desenvolvido para a campanha de Tancredo Neves pelo CEC, como no manifesto de criação da FNPDC e no documento do FNDC. O Centro de Estudos em Comunicação (CEC), criado para construir propostas na área para a campanha de Tancredo Neves à presidência, formula o conceito de Sistema Público de comunicação. Este sistema seria financiado por contribuição direta, pelo Estado ou pela iniciativa privada e sua programação seria controlada por setores organizados da sociedade civil. Defende que o Conselho Nacional de Comunicação (CNC) assessore o Ministério das Comunicações na formulação e execução de estudos sobre a programação das emissoras. O CNC deveria ser composto com paridade entre representantes do Estado e da sociedade civil. Entre outras medidas, o CEC também defendia restrições à publicidade, mais programação jornalística e músicas brasileiras. (CEC, 1984)

O manifesto de fundação da frente defendia “a participação de todos os setores da sociedade na definição de políticas de comunicação” (FNPDC, 1984) e

nele “previa-se a construção de um Conselho Federal de Radiodifusão, que forneceria pareceres sobre as concessões.” Este conselho, junto com conselhos de âmbito municipal, seria responsável pela

fiscalização da programação das emissoras, que deveriam fixar limites mínimos de produção regional, garantir espaços para horário político gratuito e para programas informativos e de entretenimento gerados por uma entidade pública nacional. (CASSOL, 2003 p. 43 e 44)

A atuação do FNDC é baseada em quatro eixos: “constituição do controle público dos meios de comunicação, reestruturação do mercado, a capacitação da sociedade para o conhecimento e a ação sobre a mídia e a implementação de uma política de desenvolvimento da cultura do país”. (CASSOL, 2003 p. 17) O Relatório MacBride diz que a falta de representação do público na definição de políticas de comunicação é um entrave para a democratização das comunicações, segundo Cassol (2003).

Como nesse trabalho entrevistamos a atual coordenadora do comitê gaúcho do FNDC, Eliane Silveira, e o presidente da FENAJ Celso Schröder, que durante muito tempo coordenou o FNDC, seus depoimentos dialogam obviamente com a linha do fórum, porém cabe aqui aprofundarmos seus argumentos. O modelo de comunicação democrática que o presidente da FENAJ defende, segundo suas próprias palavras, se distingue do modelo “clássico, leninista, que era imaginar uma imprensa a serviço do proletariado, a serviço do partido e atuando como uma espécie de grilo da consciência dos trabalhadores”. Ele defende um modelo com controle público, por

entender, a partir das experiências dramáticas que o mundo havia sofrido ou com o socialismo real, com o estado que exorbitava suas atribuições e sonhava liberdade, ou os períodos das ditaduras de direita na América Latina, etc., que também demonstrava que o estado - aquele ente que durante que durante muito tempo os stalinistas, em fim, todos nós de alguma maneira, os nacionalistas, atribuíam uma dimensão quase exclusiva de representação pública - não poderia fazer isso, senão ele se tornaria aquele ser autoritário e antilibertário que aquele período tinha nos dado. Portanto, nós tínhamos que atribuir a ele a dimensão pública de um controle. (SCHRÖDER, 2013)

Segundo Schröder (2013), para a FENAJ, a luta pela democratização da comunicação não é uma luta por hegemonia (como ocorre nas disputas sindicais e partidárias). Pois não é uma luta para que “os meus” tenham voz, mas para que “o outro” também tenha voz e, segundo ele, “a esquerda brasileira não consegue

compreender isso e portanto quando se move em relação à comunicação, se move da mesma maneira autoritariamente [sic] como fez o segmento que constituiu esse modelo antidemocrático”. Diferentemente de outros movimentos, a FENAJ não briga, segundo ele, para “reorganizar a propriedade da comunicação no Brasil. Inclusive o debate de monopólio, oligopólio é secundário. O Eixo principal do FNDC sempre foi controle público, não propriedade”, entendendo por controle público como um mecanismo para atribuir a dimensão pública à qualquer forma de comunicação, “porque nós dizíamos: não tem diferença nenhuma entre a Rede Globo e uma rádio comunitária autoritária, é a mesma coisa”. Para reforçar o seu argumento de que democratizar a comunicação não é simplesmente romper o monopólio, Schröder lembra que José Sarney distribuiu duas mil concessões de rádio em troca de apoio político para ganhar um quinto ano como presidente do Brasil. A partir disso passam a existir mais rádios no norte e nordeste do Brasil do que em São Paulo - sem significar que essas regiões sejam mais democráticas que a outra. Segundo Celso Schröder, isso mostra que “a quantidade de vozes, embora seja um elemento de democracia” por si só não garante a democracia, pois, conforme esse exemplo, não há concorrência “nem do ponto de vista capitalista nem do ponto de vista de representação social”, pois se tem “uma grande quantidade de concessões reproduzindo a mesma coisa - ou um mesmo dono ou segmentos sociais muito parecidos.” Por isso o representante nacional dos jornalistas destaca tanto a importância do controle público: “democratizar a comunicação é atribuir a ela a dimensão pública que ela tem que ter”.

Vimos em Dantas (2002) que Theodore Vail, no início do desenvolvimento da telefonia nos EUA implementa uma agressiva estratégia visando levar uma linha telefônica a cada lar norte-americano, transformando a AT&T em teletransportadora universal de informação e também fornecedora universal dos equipamentos e sistemas necessários a esse transporte. Processado por Truste, por configurar o que Peruzzo (2011) classifica como concentração vertical, Vail negociou o monopólio com o governo, reivindicando controle público sobre seus negócios, especialmente na fixação de tarifas. (DANTAS, 2002) Assim, vemos que nessa época, início do século XIX, o governo norte-americano processou a empresa e ela mesma solicitou controle público. No Brasil ocorrem inúmeros casos e formas de concentração da propriedade nos meios até hoje e o controle público, que deveria ocorrer via Conselho de Comunicação Social, é ineficiente, pois este não possui paridade entre

sociedade civil e governo e tem caráter apenas de aconselhamento.

Schröder (2013) entende que controle público

são mecanismos transversais de possibilidades de fala de tal maneira que eu não consiga impor a esse sistema as minhas vontades privadas. É assim que se faz na saúde, é assim que se faz no transporte e é assim que nós precisamos fazer na comunicação. Portanto a luta, né, liberal, antimonopólica, ela é importante. Mas ela não dá conta do que nós estamos dizendo. Nós estamos dizendo outra coisa. Que é preciso mecanismos de rever então essa privatização que houve do ponto de vista de apropriação (...). Então não é simplesmente compor vozes diferentes. É que as vozes diferentes estejam em todo sistema de comunicação.

Schröder (2013) critica os movimentos que priorizam a pauta do direito à comunicação, por entender que essa é “uma visão liberal e radicalizada parece de esquerda”. Ele acredita que se aplicada essa visão “vai chegar ao ponto de que a única maneira de ter democracia é se todos nós tivermos rádios, jornal, ou seja, se a sociedade exercer diretamente a comunicação, o tempo todo” e identifica nesse discurso uma defesa de interesses próprios: “falta democracia porque eu não posso falar e não porque o outro não pode falar”. Schröder vai além e diz que

é uma ideia muito arraigada, que tem uma origem que é um movimento pautado pelos EUA nos anos 60 e que teve na América Latina, na Colômbia principalmente e no Peru, uma vertente de teóricos e tal, da comunicação popular, que tinha essa ideia. Na verdade ela é hegemonicamente construída por agentes norte americanos pra inviabilizar a ideia de uma comunicação... pra combater a esquerda dentro dos jornais. Pra combater a esquerda dentro da imprensa, de uma maneira geral, era construir a ideia de que só é possível fazer uma imprensa de oposição por fora das grandes redes, etc. E que de alguma maneira tá aí, tendo uma leitura apressada do Paulo Freire, essas coisas todas.

Mas não podemos deixar que se constitua aqui uma falsa dicotomia entre direito à comunicação e controle público das comunicações. Falsas dicotomias comumente aparecem dentro do debate pela democratização da comunicação, como já afirmou Cassol (2003) no caso do debate entre a disputa institucional e a atuação prática de métodos comunicacionais alternativos. A preocupação de Schröder é de que o caráter público seja uma luta de todos movimentos que defendem a democratização das comunicações, pois, segundo ele, assim evita-se qualquer chance de autoritarismo comunicacional, que pode estar presente numa TV Globo - que expressa apenas o seu ponto de vista e defende seus interesses (em vez de cumprir um papel público, já que opera a partir de uma concessão pública) -

mas que pode também se verificar em uma rádio comunitária, ou jornal impresso de uma cidade do interior, ou até de um pequeno veículo alternativo. Não existe contradição, no entanto, de se defender o caráter público da comunicação e a pluralidade de vozes, o combate aos monopólios e o direito à comunicação. O que deve ocorrer é a defesa de todas essas pautas, entendendo que uma depende de outra e só irá se concretizar se as outras também se concretizarem. Defender a indissociabilidade entre todas essas pautas é o dever de quem pretende democratizar a comunicação.

Tancredo Neves chegou a afirmar, em entrevista ao então presidente da FENAJ Audálio Dantas, que no setor das comunicações prevalecia com maior intensidade o espírito autoritário e defendeu a criação de um Conselho Nacional de Comunicações com participação direta na decisão das concessões e na fiscalização do funcionamento das mesmas. Mesmo assim, Tancredo nunca rompeu com a elite comunicacional, tanto que indicou para seu ministério das comunicações o dono da afiliada da Rede Globo na Bahia, Antonio Carlos Magalhães. (LIMA, 2011) Eliane Silveira (2014), coordenadora do comitê gaúcho do FNDC, destaca a atuação do FNDC para a criação do Conselho Estadual de Comunicação do Rio Grande do Sul, que hoje é um projeto de lei criado no Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico e Social (CDES), enfrenta muita oposição da mídia do Rio Grande do Sul (MIORIM, 2013) e necessita ser discutido e ir à votação na Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul. Haubrich (2014) defende o controle das concessões para garantir o acesso da sociedade aos meios. Doraci Engel (2013) destaca o desconhecimento e o potencial da comunicação comunitária e lembra que a constituição de 1988 estabeleceu que a comunicação brasileira se organizaria em um modelo tripartite, dividindo igualmente o espaço eletromagnético entre o sistema privado, público-estatal e público-comunitário. Segundo ele, o primeiro é hoje hegemônico e excede os 33,33% que lhe caberia, o segundo é basicamente o das rádios e TVs educativas e o terceiro é o das rádios e TVs comunitárias. “Desses três sistemas o mais desconhecido, o mais incipiente, certamente é o público-comunitário, a tal ponto que ninguém sabe exatamente o que é esse sistema, porquê que ele tá aí, qual o seu papel”. Doraci defende que acima da importância da equidade entre os três sistemas, está a importância de tornar o sistema público-comunitário conhecido, para que possa deixar de ser discriminado, mal entendido e relegado. Segundo ele, o poder público deveria cumprir essa função de informar a

sociedade sobre o que é uma rádio ou TV comunitária - “que ela tem um instrumento público a sua disposição e que esse instrumento público é importante para o desenvolvimento do país” - papel que acaba sendo delegado aos movimentos e aos próprios veículos comunitários, “mais como uma atitude defensiva, no sentido de mostrar que nós temos uma importância estratégica”. Doraci Engel afirma que o maior desafio da comunicação comunitária é esse, pois segundo ele existe um volume expressivo de veículos comunitários, aproximadamente 4.500 rádios comunitárias outorgadas no Brasil e 450 no Rio Grande do Sul, evidenciando que o problema não é a questão da outorga, mas que esses veículos não cumprem o seu papel e a sociedade não está vigilante, pois o desconhece. Doraci é enfático ao cobrar do poder público essa conscientização sobre o papel dos meios comunitários e de instrumentalizar e encorajar as comunidades para que reivindiquem suas rádios e TVs comunitárias, pois, segundo ele, esse é um direito que a sociedade tem e que é estratégico, “interessa ao desenvolvimento do país, de qualquer nação que se queira dizer democrática”.

Em relação à divulgação sobre o que são os veículos comunitários, Rodrigues (2013) exemplifica com o caso da “TV POA: ela é pra ser uma TV Comunitária, mas até por conta da pouca informação o pessoal não sabe, o pessoal ainda não se empoderou desse instrumento”, mesmo sendo um canal fechado (a cabo). Também defende a regulação da mídia como forma de rever a distribuição da posse dos meios “e qual é o papel social dos detentores dos meios de comunicação,(...) a serviço de quem a comunicação tem que tá [sic] nesse país”.

Como uma das formas de democratizar as comunicações, Laura Wottrich (2013) defende a criação de rádios comunitárias e a “formação de agentes de comunicação que possam potencializar esse debate”, pois, segundo ela, para despertar a importância desse debate é necessário empoderar e formar as pessoas para a comunicação. Alexandre Haubrich (2014) também destaca a importância da “conscientização sobre o direito e a necessidade de uma comunicação horizontal e popular”. Segundo Jacobus (2014), o trabalho do NUCC colabora com o processo de democratização das comunicações ao “construir um conhecimento mais coeso e adequado pra uma comunicação democrática”, o que passa pelo “trabalho de reflexão a respeito do que seria o papel da comunicação social, em especial junto às comunidades”. Essa construção se dá através de oficinas de rádio comunitária, gratuitas e abertas às comunidades, e a construção de uma rádio web comunitária

na FABICO-UFRGS, que promove “a democratização da comunicação na sua própria estrutura educativa”. Silveira (2014) entende que com mais recursos humanos o comitê gaúcho do FNDC poderia incentivar debates nas comunidades sobre a democracia na comunicação, que para ela é “uma comunicação de todos e todas para todos e todas”.

Cassol (2002) diz que no Relatório MacBride consta que a falta de conhecimento dos indivíduos para compreender as mensagens dos meios de comunicação é um dos entraves da democratização. O que dialoga com o que Maria Berenice Machado (2014) diz quanto aos meios para se chegar a uma comunicação democrática. Ela destaca a “educação para as pessoas, mas uma educação raciocinada, (...) ter tanta autonomia e conhecimento, que eu possa interagir, desligar e discordar dessa versão oficial.” Pois, para ela “Uma comunicação democrática primeiro ela é plural, todos tem voz e tem vez. Tem diversas versões, fontes, meios. E o cidadão pode optar por fazer a sua análise própria”. Para construir esse caminho, Maria Berenice Machado acredita que a universidade pública ainda é o melhor reduto. A FNPDC defendia também a “capacitação da sociedade para a reflexão crítica em relação à comunicação e também para a ação prática.” (CASSOL, 2003 p. 43)

Joana Puntel (1994) entende que a comunicação alternativa atua nessa disputa cultural, pois apesar dessas estratégias serem normalmente voltadas para resolução de problemas imediatos de um grupo ou comunidade, a autora identifica que essas iniciativas tem metas claras para o desenvolvimento de valores democráticos e uma infraestrutura midiática participativa. A autora acredita que esse tipo de comunicação pode ser estabelecido tanto pela diversidade de meios como pela maneira de utilização dos mesmos.

4.2.4. A questão do direito à comunicação (acesso aos meios para informar e ser informado, enviar e receber mensagens)

Jean D’Arcy, em artigo de 1969, foi um dos primeiros promotores do direito de comunicar. D’Arcy defendeu que as Nações Unidas deveriam avançar e defender direitos humanos, além da mera defesa da liberdade de expressão. Para Jean, o direito à comunicação significa que deve ser garantido a todas pessoas o direito de informar, ser informado, trocar idéias e opiniões, por qualquer meios de

comunicação, sem qualquer restrição. (UNESCO, 1983) Segundo D'Arcy (1969), o controle de uma sociedade sempre esteve nas mãos de quem controlava os meios de comunicação. Daniel Cassol (2003, p. 34) afirma que “a ideia de que a comunicação é um direito forma a base da defesa da democratização da comunicação”. Raimunda Gomes (2007), diz que na década de 1930 Bertold Brecht já questionava tratar o rádio pelo termo ‘meio de comunicação’, sendo que as pessoas não conseguiam, através do mesmo, comunicarem-se de fato. A aplicabilidade do aparelho técnico corresponderia a um meio de distribuição ou transmissão e não de comunicação.

No texto final do Relatório MacBride, a democratização da comunicação é encarada como um processo a partir do qual:

a) o indivíduo passa a ser um elemento ativo e não um simples objeto da comunicação; b) aumenta constantemente a variedade de mensagens intercambiadas; c) aumentam também o grau e a qualidade da representação social na comunicação ou na participação. (UNESCO, 1983)

Já o manifesto de fundação da FNPDC defendia “o acesso igualitário de todas as camadas da população à produção, difusão e consumo do bem cultural”. (FNPDC, 1984) Segundo Cassol, é preciso romper com a ideia da comunicação como serviço e fortalecer a ideia de que a comunicação é um direito. O autor considera perigoso entender a comunicação como um serviço oferecido por organizações privadas ou estatais. Segundo ele, o Estado deveria *garantir* à toda população o acesso e a participação na comunicação, não somente *permitir* (CASSOL, 2003).

Nossos (as) entrevistados (as) Laura Wottrich, Alexandre Haubrich, Doraci Engel, Rodrigo Rodrigues, Eliane Silveira, Maria Berenice Machado e Gustavo Turck baseiam-se no conceito do direito à comunicação para defender a democratização das comunicações. Democracia na comunicação, segundo Wottrich (2013), é “tomar por base que a comunicação é um direito” e, portanto, não pode ser monopolizado. Para Alexandre Haubrich (2014) democracia na comunicação é quando se garante o direito à comunicação. Para chegar a esse estágio, defende a necessidade de espaços múltiplos de comunicação mediada (construída por uma sociedade civil forte). “A comunicação é um direito humano, e quando uns poucos tem grande

possibilidade de comunicar suas verdades e outros muitos – quase todos – encontram limitações relevantes ao usufruto desse direito, a sociedade não pode ser considerada democrática”. Democracia na comunicação, para Silveira (2014), é o direito ao acesso, à produção e a transmissão da informação para todas pessoas. Segundo Machado (2014), democracia na comunicação é a “preservação do direito do ser humano que é a liberdade de expressão, informação e comunicação.”

Doraci Engel (2013) defende o direito à comunicação, das pessoas poderem “produzir, difundir os seus conteúdos, seus significados (..), distribuição dos espaços para que os diversos segmentos tenham direito de expressar as suas opiniões”. Rodrigues (2013), entende que a democracia na comunicação na atual conjuntura “seria o direito a todos os setores e segmentos da sociedade de manipular e lidar com a informação (...) de ter direito ao acesso, de transformar, tanto na condução como no consumo do conteúdo”. Segundo ele, atrasos históricos em diversos setores da sociedade brasileira se dão pelo “desserviço” e pela “desinformação” causada pelo conservadorismo de poucos grupos que detém o controle das mídias. Por isso, Rodrigues destaca a importância de contrapor esses grupos: “essa mídia que tá aí não serve, não nos presta, a gente tem que construir uma alternativa” e diz que democratizar a comunicação é “oferecer espaço principalmente pra [sic] aquele que não tem voz. A gente sabe hoje na mídia quem é que ocupa os espaços, quem é que tem voz. (...). Democratizar de verdade é dar, empoderar quem tá de fora, quem tá excluído das grandes mídias”. É importante destacar que quando Schröder (2013) critica movimentos que defendem o direito à comunicação, sua crítica é dirigida a um tipo de interpretação desse direito: preocupada mais com interesses individuais (de se expressar) do que no interesse coletivo (de todas vozes, inclusive as contraditórias, terem espaço).

Para Turck (2014), democracia na comunicação significa haver “mais acesso, acesso livre ou o quanto mais livre possível e maior produção, maiores veículos, mais meios de produção, sejam em quais áreas que sejam”, pois não basta ter “mais canais a cabo, mais revistas, mais jornais, mais “a internet democratiza”, mas se tu não tem mais meios de produção, se tu ficar na mão de poucas pessoas”, ou seja, poucos(as) produtores(as) de informação. “Quanto mais grupos desse tipo existirem, não necessariamente alinhados ideologicamente, com o que é a Catarse e outros movimentos, mas quanto mais existirem melhor”. Em relação ao que poderia ser ampliado, na atuação do Catarse, Turck (2014) destaca a promoção de mais fóruns

de debate onde a democracia na recepção e na emissão sejam abordados. Aqui sim podemos contrapor estas ideias com as de Schröder (2013), pois este diz que o número de veículos não garante diversidade cultural nem pluralidade de opiniões, já que muitos veículos podem estar servindo a interesses similares e operando de maneira similar. Por isso Schröder diz que o controle público é o que garantiria que qualquer veículo cumprisse com seu caráter público.

Em relação à especialização ou profissionalização dos comunicadores Schreder (2013) critica a ideia de todos terem “rádios, jornal - ou seja, se a sociedade exercer diretamente a comunicação, o tempo todo”; ele diz: “como a Violeta Parra, eu acredito nos especialistas. *“Que vivan los estudiantes, que vivan los especialistas”*. Acho que faríamos melhor a comunicação””. Já Rodrigues, diz que “aqui a proposta, a princípio, não é tornar ninguém um profissional da comunicação, mas abrir um canal pra que a pessoa se expresse, se manifeste”. Engel (2013) defende que as pessoas possam elas mesmas utilizar “os meios e elas mesmas fazerem o que se chama a comunicação dialógica (...) que é uma das grandes utopias da comunicação, é uma promessa da evolução tecnológica”. Doraci destaca que na Ipanema Comunitária o “ouvinte não pede música, ele faz a rádio.” Segundo ele, tenta-se retirar do ouvinte a concepção passiva: “o ouvinte consumidor não nos interessa”. Uma conciliação sobre esse ponto encontra-se no entendimento do Rodrigo Jacobus (2014), quando este diz que

é um adepto da profissionalização das rádios comunitárias. No sentido da rádio ter um jornalista, ter um técnico para que a população que queira participar da rádio possa ir lá simplesmente fazer rádio. Porque tu imagina, o cara trabalha o dia inteiro, as vezes 48 horas semanais, 8 horas diárias; quando o cara tem tempo livre, o cara não tem saco nem paciência pra produzir um programa de rádio profissional, de bom acabamento; porque se não for um bom programa, o que vai acontecer? O cara que tiver ouvindo, mesmo sendo da comunidade, ele vai trocar o dial, vai ouvir uma rádio comercial. Os programas tem que ter qualidade, assim como o NUCC tem que ter uma qualidade pra competir com um padrão técnico e estético hoje muito avançado. E pra isso tu tens que ter recurso, grana, dinheiro, e recursos humanos, gente pra trabalhar que receba pra fazer isso.

Sobre as novas tecnologias, embora aumentem as possibilidades de democratização, faz-se o alerta, conforme o relatório MacBride, de que as mesmas poderiam aumentar ainda mais a concentração da posse dos meios. (CASSOL, 2003) As preocupações presentes no relatório de 1980 são ainda atuais como

veremos nos próximos parágrafos. Internet, interatividade e trabalho coletivo são temas relacionados pelos(as) entrevistados(as).

Assim como Rodrigues (2013), que busca na Rádio Voz do Morro “inverter um pouco essa lógica que tinha da comunicação, que existe o comunicador, o receptor e a mensagem. Porque aqui o comunicador também é receptor”, Jacobus (2014) defende que a expressão das pessoas nos meios deve se dar além de “um telefonema, cartinha ou e-mail, editado (...) a possibilidade da pessoa poder se manifestar diretamente. Plurilateralidade. Não é nem bilateralidade, que é uma conversa a dois. A comunicação de massa hoje ainda é unilateral”. Turck (2014) também defende essa ideia. Para o Coletivo Catarse, segundo ele, a comunicação democrática necessita de “vias de contato, de retorno - que é o que a internet hoje permite - que haja uma interação entre as duas pontas”, ou seja, entre emissor e receptor. Dialogar com outros movimentos, através de articulações, com o objetivo de democratizar as comunicações, é essencial conforme Wottrich (2013), que defende que “as organizações isoladamente podem fazer ações, mas é importante que a gente tenha projetos mais unitários que ajudem a levar e coloquem peso nessa pauta”. Alexandre Haubrich (2013), defende o financiamento coletivo para as mídias alternativas e o trabalho coletivo. Diz que deve-se trabalhar mais coletivamente, de forma menos sectária e segmentada, mas sem perder “a pluralidade que há no interior do conjunto de veículos”. Como forma de fomentar esse trabalho coletivo, Jacobus (2014) aborda o potencial agregador das rádios comunitárias em comparação à internet:

a internet tem um caráter muito mais, não necessariamente, mas projeta muito mais o individual, o indivíduo: eu entro, eu faço o meu blog, eu tenho o post no facebook, é muito mais raro tu veres as fanpages, ou seja páginas que reúnem pessoas, ou quando tem fanpage também é de uma pessoa, a rádio comunitária já tem um outro propósito, o próprio nome já diz, que é de agregar as pessoas.

Doraci Engel (2013), destaca a necessidade de se distinguir a produção profissional na blogosfera. Segundo ele, a blogosfera aparentemente produz “um tipo de informação mais livre, mais democrática. Eu digo parece por que eu não acredito nisso. Eu faço uma distinção muito clara entre o que circula na blogosfera e o que circula na blogosfera e é resultado de um trabalho profissional”, ou seja, Doraci ressalta que a internet possui muito conteúdo não confiável, não produzido com técnica e responsabilidade profissional.

4.2.5. A questão da posse dos meios (os monopólios), os modelos de negócio de comunicação, o financiamento e a legislação (regulação)

Para os jornalistas a constituição de 1988 teoricamente proíbe os oligopólios e monopólios na comunicação, mas em verdade consolida o privilégio de poucos grandes grupos de comunicação instalados no Brasil. (FENAJ, 1991). Machado (2014) destaca a perversidade da concentração da posse dos meios de comunicação no Brasil e defende que a "informação é um bem, um poder" e por isso deve "perpassar interesses públicos, o interesse da maioria e não interesses pequenos e privados". Haubrich (2014) defende "limitações na propriedade dos veículos de mídia, de forma que o poder econômico não seja um entrave à circulação múltipla e plural de informações e visões de mundo" e uma programação que trate a informação não como mercadoria, mas como um fomento à cidadania .

Cicilia Peruzzo (2011) lembra que a concentração de propriedade no campo das comunicações se expressa de forma horizontal, vertical e cruzada. Horizontal quando uma mesma rede possui vários veículos de um mesmo meio (várias rádios, por exemplo). A concentração vertical se verifica na integração de diferentes etapas da cadeia de produção e distribuição, ou seja, uma mesma rede produz um programa, o exibe, o vende e comercializa produtos agregados. O terceiro tipo de concentração, a propriedade cruzada, ocorre quando um mesmo grupo possui diferentes tipos de veículos de comunicação. Silveira (2014) destaca o controle sobre transmissão e produção como um dos pontos previstos no projeto de lei de iniciativa popular (PLIP) do FNDC. Como mencionado anteriormente, a Anatel passaria a controlar a transmissão e a Ancine a produção de conteúdo. O projeto também busca vedar a concessão para partidos políticos, parlamentares e igrejas e familiares e coloca limites na posse dos meios, combatendo os monopólios e faz uma divisão do sistema público-estatal, público-comunitário e comercial. A divisão entre quem transmite as informações e quem produz conteúdo também é prevista no projeto do FNDC.

Wottrich (2013) diz que os principais problemas de concentração da mídia se dão pela falta de legislação. Jacobus (2014) identifica os principais entraves para a democratização das comunicações nas questões de custo e legislação, "as chamadas barreiras de entrada, que dificultam ou diminuem as possibilidades que os

pequenos grupos ou as iniciativas mais populares possam ter a potência, a amplitude que a gente gostaria que elas tivessem”. Doraci Engel (2013) diz que os problemas da comunicação comunitária pode se resumir em legislação, em ter mais lei e regulamento: “estamos reivindicando a regulamentação da constituição de 1988”. Peruzzo (2011) reforça esse ideia e diz que até hoje o Brasil ainda não conseguiu fazer valer sua Constituição de 1988. Engel (2013) também destaca a importância de realizar-se “ações de fomento público, envolvendo múltiplas ações, de educação, fomento financeiro, capacitação”, pois para Doraci “o que realmente ajudaria seria uma espécie de despertar da sociedade”.

Rodrigo Rodrigues (2013) defende a importância da liberação de outorgas para as rádios comunitárias e o financiamento público, “afinal de contas as rádios comunitárias prestam um serviço público e não tem contrapartida alguma. (...) Deveria se pensar canais sérios de financiamento desses trabalhos”. Proposta essa que dialoga com o manifesto de criação da FNPDC, que defendia que as concessões deveriam priorizar “entidades sem fins lucrativos e socialmente representativas”, e previa “a construção de um Conselho Federal de Radiodifusão, que forneceria pareceres sobre as concessões.” (CASSOL, 2003 p. 43) Segundo Jacobus (2014), as “barreiras são normalmente a falta de recursos humanos e materiais”. O objetivo do NUCC, para Jacobus, é garantir o direito à comunicação para que as pessoas tenham “a possibilidade de utilizar os meios de comunicação pra falar, no mínimo, com as pessoas da sua volta, da sua comunidade”. Jacobus diz que se o NUCC tivesse condições de remunerar a mão de obra dos(as) seus(suas) colaboradores(as) (que atualmente são praticamente todos(as) voluntários(as) - com a exceção de uma bolsista, cedida pela FABICO), agregar-se-iam mais colaboradores e poderia ser feito muito mais, com mais ideias e mais condições de executar as ideias já existentes. Haubrich (2014) destaca como uma das principais dificuldades para a mídia alternativa a questão do financiamento - chegando a fazer um paralelo entre as barreiras políticas, da época da ditadura militar, e as barreiras econômicas que ocorrem até hoje e levanta a ideia de financiamento coletivo: “Ainda não há a percepção social de que é necessário financiar coletivamente a mídia alternativa”

O Centro de Estudos em Comunicação (CEC), criado para construir propostas na área para a campanha de Tancredo Neves à presidência, formula o conceito de

Sistema Público de comunicação. Este sistema seria financiado por contribuição direta, pelo Estado ou pela iniciativa privada e sua programação seria controlada por setores organizados da sociedade civil. Em relação ao modelo de comunicação pública, Schröder (2013) entende que o modelo norte-americano é mais interessante que o modelo inglês (BBC), copiado e adotado no Brasil com a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC). Segundo ele, o modelo adotado pela EBC se

estrutura igual a da Rede Globo, ou seja, de afiliadas. E nós dizemos que não, que deveria ser horizontal, que tinha que ser parecido com a Norte Americana; nos criticaram por parecer que a Europa é mais a esquerda que a América, mas na verdade a PBS, que é a organização Norte Americana, é horizontal, muito interessante, porque garante a regionalização dos conteúdos e permite a produção independente.

Mesmo não sendo o modelo ideal de comunicação pública, a EBC prevê participação da sociedade civil em um conselho curador. Machado (2014) diz que sua atuação na SOCICOM também consiste na coordenação de uma comissão para a democratização da comunicação no Brasil, incentivando as associações científicas de comunicação participantes a pensar uma comunicação mais democrática e a participar, buscar espaço nos fóruns de debate, como o comitê gestor da internet no Brasil, da rádio digital, do conselho curador da EBC, entre outros.

Compreendendo a democratização da comunicação como um processo, especialistas do tema identificam a responsabilidade do Estado para sua indução. (MIORIM, 2013) A alta concentração do poder de comunicar acontece porque a regulamentação do setor sempre favoreceu os interesses dos grandes grupos midiáticos. Falta fiscalização para fazer valer princípios constitucionais e normas. A falta de interesse político também é detectada, pois quando se conseguem dispositivos legais esses nem sempre são respeitados, não são regulamentados ou não são aprovados no Parlamento (PERUZZO, 2011). A conivência política com a atual situação hegemônica das comunicações brasileiras é resultado, segundo Paulo Liedtke (2003), do medo que os políticos tem de enfrentar os empresários do ramo – por conta do risco de prejudicar a visibilidade pública dos seus mandatos - e também do fato de que muitos políticos são proprietários de veículos de comunicação. Como vimos em Lima (2011 p.65) O programa do PMDB na época da constituinte defendia a “revisão do regulamento que disciplina a concessão e o funcionamento do rádio e da televisão”. Além disso, o I Congresso Nacional do PMDB, que tirou as posições

do partido para a constituinte, aprovou a criação do Conselho Nacional de Comunicação. Ficando claro que as votações não levaram em conta questões partidárias, mas pessoais e ideológicas, pois “cinco constituintes do PMDB votaram contra a relatora do PMDB na Subcomissão de Ciência e Tecnologia e de Comunicação (...) e 14 constituintes do PMDB também votaram contra o relator do PMDB na Comissão Temática”.

Como acontece em todas temáticas, as forças conservadoras, que defendem privilégios das potências econômicas já estabelecidas, fizeram o possível para atravancar o debate sobre a descentralização e a democratização das comunicações. Peruzzo (2011) recorda que as políticas públicas de comunicação são cada vez mais combatidas, genericamente enquadradas como interferência estatal em negócios privados. Após a publicação do Relatório MacBride os EUA e Inglaterra se retiraram da UNESCO (PERUZZO, 2011). Alexandre Miorim também nos lembra que as potências neoliberais retiram-se das discussões sobre democratização da comunicação, durante o período da Guerra Fria, alegando a defesa do ‘livre fluxo da informação’ e a ‘liberdade de imprensa’. Para Miorim (2013 p. 22) o Estado pode incidir no campo da comunicação social sem que isso signifique “necessariamente o cerceamento da imprensa ou o monitoramento da atividade jornalística, a exemplo do que vivenciou a sociedade brasileira durante a ditadura militar.” A reação ao debate sobre a NOMIC na UNESCO, segundo Cassol (2003), se deu pelo presidente dos EUA Ronald Reagan, que “respaldado por Japão e Inglaterra, liderou um movimento de esvaziamento da UNESCO, por meio principalmente da redução dos recursos destinados ao órgão.” Esse esvaziamento se demonstra eficiente, visto que o plano da UNESCO para a primeira metade da década de 1990 representa um retrocesso em relação às propostas do Relatório MacBride (publicado em 1980). Schröder (2013) destaca a hipocrisia com que o princípio da liberdade de expressão é utilizado para perpetuar os privilégios comunicacionais:

quando nós nos movemos para regular, pra atribuir (...) uma dimensão de submissão a alguns princípios, esses caras que estão ancorados nesse poder levantam a bandeira da liberdade de expressão e se utilizam dela - embora tenham sido os que apoiaram, participaram da ditadura, foram cúmplices de assassinatos de jornalistas, hoje saem com as bandeiras da liberdade de expressão.

4.2.6. A questão da diversidade regional, cultural e ideológica

A FNPDC defendia o “incentivo às produções regionais”. No manifesto do FNPDC também “previa-se a construção de um Conselho Federal de Radiodifusão, que forneceria pareceres sobre as concessões.” Este conselho, junto com conselhos de âmbito municipal, seria responsável pela “fiscalização da programação das emissoras, que deveriam fixar limites mínimos de produção regional, garantir espaços para horário político gratuito e para programas informativos e de entretenimento gerados por uma entidade pública nacional.” (CASSOL, 2003 p. 43 e 44)

Democracia na comunicação, segundo Wottrich (2013), é “tomar por base que a comunicação é um direito” e, portanto, não pode ser monopolizado. Combater essa monopolização, fazer valer esse direito, possibilitaria expressar as diversidades regionais brasileiras, rompendo com o atual panorama que privilegia o eixo Rio - São Paulo. Cicilia Peruzzo (2011, p. 133) diz que as propostas da NOMIC, além de pretender mudar o fluxo internacional de comunicações, preconizavam a priorização de conteúdos nacionais e previam o incentivo à comunicação popular-alternativa. A base da proposta era a promoção do desenvolvimento das nações, a defesa da vinculação com a realidade local, a cultura e as identidades nacionais. Dantas (2002) evidencia que a preocupação da NOMIC é válida e o Brasil sofre as influências de um fluxo decrescente desde a chegada de agências internacionais de notícia no Brasil, o que fez com que seus telegramas determinassem quais acontecimentos eram importantes no dia-a-dia e como deveriam ser noticiados. Essas agências forneciam, e seguem fornecendo, uma única imagem do mundo (com a qual todos devem se identificar, caso queiram parecer desenvolvidos).

A concentração acarreta uma limitação na diversidade de veículos e na variedade de informações. No cenário jornalístico os poucos grupos que o dominam se travestem de “inúmeros veículos, os quais produzem e vendem a ideia da variedade de informações” (GIRARDI, CAMANA, STEIGLEDER, 2013 p. 2). Lima (2011), reforça esse argumento e diz que os distintos interesses da sociedade não estão representados na atual configuração do sistema midiático, devido a sua concentração histórica. Haubrich (2014) defende “limitações na propriedade dos

veículos de mídia, de forma que o poder econômico não seja um entrave à circulação múltipla e plural de informações e visões de mundo” e uma programação que trate a informação não como mercadoria, mas como um fomento à cidadania. Alexandre Haubrich (2014) entende que atuar pelas suas ideias, desconstruir o discurso “elitista e com vocação monopolística” da mídia dominante é papel da mídia alternativa.

A falta de cobertura da grande mídia sobre alguns temas, pode se transformar em oportunidade para outros veículos. A atuação do Coletivo Catarse, segundo Turck (2014), é “muito no vácuo da grande mídia, onde a grande mídia não cobre, a gente tá lá cobrindo”.

Marcos Silva Palacios (1990, p. 108) diz que

O fato de uma mensagem ser alternativa não implica, necessariamente, no uso de meios de comunicação alternativos. Discursos alternativos cabem perfeitamente em meios convencionais. A questão continua sendo a da democratização do acesso e do controle de tais meios. O que, obviamente, não quer dizer que não se deva pesquisar formas de comunicação alternativas e usá-las de forma competente e eficiente.

No texto final do Relatório MacBride, a democratização da comunicação é encarada como um processo a partir do qual se “aumenta constantemente a variedade de mensagens intercambiadas”. (UNESCO, 1983) Assim como Jacobus (2014) e Haubrich (2013), Wottrich (2013) também defende a necessidade da pluralidade de vozes: “Porque é um povo. Por isso que a mídia tem que se pintar de povo, o povo tem que se ver na mídia, né, não é só ter as representações de uma parte hegemônica da sociedade”. A seguir, veremos que Silveira (2014) também defende a ideia da “plurilateralidade” na comunicação.

Eliane Silveira (2014) defende a divisão entre quem transmite as informações e quem produz conteúdo, que no caso brasileiro está concentrado, em poucas empresas, ambas atribuições. Essa divisão está prevista no projeto de lei de iniciativa popular (PLIP) que o FNDC está buscando assinaturas e é também apoiado por Wottrich (2013). Para Eliane, garantir que mais grupos diversificados produzam conteúdo faria com que a realidade sociocultural brasileira se reflita no conjunto dos meios de comunicação, nas suas grades de programação. “Hoje nós não conseguimos enxergar na TV ou mesmo ouvir na programação das grandes

emissoras de rádio a cultura negra, a cultura jovem, nós não conseguimos enxergar a cultura do pequeno agricultor, a cultura das mulheres trabalhadoras rurais, a cultura feminista”. Para ela, diversificar essa produção e garantir que esses segmentos tenham acesso à produção é essencial para avançar nas pautas que os mesmos defendem, “de outra forma nós vamos perpetuar preconceitos históricos, vamos perpetuar uma hegemonia branca, machista, sexista, homofóbica”. Segundo Silveira, o PLIP prevê “espaços na grade pra produção nacional, regional, cultural e inclusive que quinze grupos sociais, de relevância social, terão direito a uma hora por semestre de programação nas grandes emissoras”. Esses espaços serão disputados por editais públicos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal desse trabalho consistiu em identificar as visões sobre democracia na comunicação na opinião de lideranças de entidades que atuam pela democratização da mídias em Porto Alegre, ou representadas em Porto Alegre. Para identificar quais são essas visões, primeiro buscou-se compreender os principais conceitos que sustentam a democratização das comunicações através do estudo teórico sobre o tema, sobre as discussões ocorridas a nível nacional e internacional e sobre o desenvolvimento da comunicação social enquanto tecnologia e modelo de negócio. As entrevistas realizadas com representantes entidades que priorizam o tema da democracia na comunicação constituíram o material de análise para o desenvolvimento da pesquisa.

No referencial teórico e nos dados coletados e analisados nessa pesquisa, vimos que o fato do capitalismo moderno ter se desenvolvido tardiamente no Brasil, assim como, e em decorrência disso, as tecnologias de comunicação, e os anos que o país viveu uma ditadura civil e militar neoliberal tem grande influência nas nossas políticas públicas de comunicação social. A concentração da propriedade, a privatização dos meios, a impermeabilidade dos mesmos à ideia da dimensão pública, a padronização do pensamento, a constituição de um modelo verticalizado - que prejudica a diversidade regional e cultural - e a constituição de uma nova elite comunicacional (com poder financeiro e político) são consequências desse período autoritário, embora nele - graça a uma aliança em prol do consumo de produtos e serviços importados - tecnologias como telefone e TV tenham se desenvolvido.

O golpe de 1964 foi um golpe midiático, preparado pelos donos da imprensa, que em determinados momentos foi censurada, mas que apoiou o regime e chegou a oferecer seus carros para prender jornalistas. A monopolização do setor das comunicações, a formação e a perpetuação de grupos midiáticos foi favorecida por esse processo. O relatório MacBride, principal documento já elaborado internacionalmente sobre democracia na comunicação, já apontava a falta de democracia nas sociedades como um dos principais entraves para a democracia na comunicação. Cabe ressaltar que no momento em que o debate internacional sobre esse tema ocorria, principalmente na década de 1970 e 1980, praticamente toda a América Latina estava sob regimes ditatoriais.

Não temos no Brasil uma verdadeira comunicação, assim como uma verdadeira esfera pública, pois esta seria o local onde se colocam e debatem os fatos, com diálogo em pé de igualdade (o que é a ação comunicativa). Assim, pode-se concluir que não há democracia enquanto não forem imprimidos parâmetros democráticos ao segmento das comunicações - assim como a todos setores - mas principalmente este, pois dele depende a liberdade de expressão. Enquanto não houver igualdade na possibilidade de expressar opiniões, a sociedade não pode se considerar democrática. Por isso a sociedade civil deve conduzir o Estado para que este promova através de políticas públicas e regulação a democracia na comunicação, fazendo cumprir a constituição de 1988 e ir além, garantindo o direito humano à comunicação, seu caráter público, a diversidade regional e cultural e a distribuição equitativa dos meios.

Como vimos, o caráter público da comunicação, o direito à comunicação, a diversidade regional e cultural e a questão da posse dos meios são os pontos principais levantados por teóricos, documentos, movimentos e entidades da sociedade civil que priorizam o tema. Embora haja divergência pontual sobre o entendimento de alguns desses conceitos, pode-se exprimir um consenso geral sobre os mesmos a título de embasar e respaldar a luta pela democratização da comunicação. A maioria dos(as) entrevistados(as) têm como enfoque principal o direito à comunicação, outro o caráter público da comunicação. Nós entendemos, porém, que os quatro conceitos são indispensáveis e indissociáveis para constituir a democracia nesse segmento, sendo que na falta de um deles os outros não se constituem ou não cumprem com seu devido papel, pois cada um depende e garante a existência do outro.

O caráter público da comunicação, presente em diversos documentos e teorias, embasa a criação dos conselhos de comunicação, órgãos compostos pela sociedade civil como mecanismo a fim de garantir a dimensão pública do setor. Os conselhos, constituídos idealmente com paridade - entre sociedade civil, governo e empresas de comunicação - exerceriam o controle público sobre toda comunicação social, incluindo aí a definição de políticas públicas, regulação, pesquisa, fiscalização, promoção da diversidade regional e cultural, da equidade entre comunicação privada, estatal e pública (comunitária), garantia do acesso, financiamento, a distribuição das concessões (e fiscalização para garantir que cumpram com seu caráter público). Teriam, enfim, o dever de fazer valer o interesse

público no que tange à comunicação social (incluindo também a publicidade e o jornalismo, suas questões éticas e de responsabilidade social), garantindo a participação dos diversos setores da sociedade.

Entender a comunicação social como algo de interesse de todos(as) e aberta para todos(as) significa que nenhum setor ou indivíduo possa sobrepor seus interesses em detrimento de outros. O controle público serve exatamente para isso. Inclusive a participação da sociedade civil nos conselhos, que são a ferramenta de controle público, é essencial. Pois - como vimos na própria experiência da ditadura de direita no Brasil, com um Estado que extrapola seus deveres e impede liberdades e a diversidade, a pluralidade, ou em casos das chamadas ditaduras de esquerda, como na União Soviética, China, Cuba, etc., onde não há espaço para o contraditório - o estado por si só não é confiável e necessita da participação da sociedade civil em todas as decisões centrais. Um bom exemplo é o que ocorre na saúde no Brasil, com o sistema único, o SUS, onde os conselhos de saúde possuem o poder, inclusive, de aprovar ou não as receitas dos municípios

O conceito do caráter público da comunicação nos permite fazer uma reflexão profunda sobre o conceito de democracia, pois, assim como hoje muitos movimentos, setores da sociedade reclamam que não possuem espaço e não se sentem representados pela atual comunicação de massa brasileira, esses mesmos movimentos, para constituírem uma comunicação democrática, deveriam, ao possuir meios - ou mesmo hipoteticamente - ao possuir uma TV, rádio ou impresso com grande audiência, deve abrir espaço para setores com que discorda, tratar a informação da maneira mais imparcial possível, ou seja, fazer aquilo que esses movimentos acreditam que a atual mídia deveria fazer e não faz. O controle público garantiria que todos os meios de comunicação atendessem os interesses públicos, seja esse meio grande ou pequeno, estatal, privado ou comunitário.

Como vimos, a constituição de 1988 proibiu os monopólios, mas essa proibição nunca foi regulada. O mesmo ocorreu com a divisão equitativa das ondas de TV e rádio, onde os sistemas privado, estatal e público deveriam cada um possuir um terço do total do espaço. Assim verificamos uma hegemonia do setor privado em detrimento dos demais, mas verificamos principalmente uma invisibilidade do sistema público. O sistema público é que é pensado, planejado, orientado e executado conformes diretrizes estipuladas pelo público.

O sistema público no Brasil está tão problemático que poucas pessoas sabem o que ele é (ou deveria ser), tanto que muitos dos veículos que ganham outorga para operar como veículos públicos (rádios ou TVs) acabam operando na lógica privada, como se privados fossem. Detecta-se então uma necessidade urgente da informação sobre esse direito, das pessoas poderem reivindicar participação nas rádios e TVs comunitárias, cobrar seu caráter público, fiscalizar e denunciar quando este não é obedecido. Esta urgência é ainda maior do que a necessidade de criar mais veículos públicos.

A educação, capacitação, para “ler” as mensagens transmitidas pelas mídias também é essencial. Com uma educação que possibilite raciocinar sobre o que está sendo transmitido pode-se constituir cidadania. Pois havendo ou não a pluralidade de veículos, de opiniões, as pessoas que possuem uma educação que as liberte para interpretar, avaliar as informações e descartá-las ou não, concebê-las como verídicas ou não podem ser consideradas menos sujeitas aos problemas derivados da falta de democracia na comunicação. Por isso a capacitação para a comunicação é também uma tarefa do Estado. Este deve capacitar as pessoas para “receberem” as mensagens e também para quando as mesmas quiserem “emitir” mensagens, para que as mensagens emitidas sigam os preceitos do caráter público, da ética, da democracia. Esta é uma demanda encontrada tanto nas teorias, como nos documentos produzidos por movimentos e entidades da sociedade civil e nas entrevistas para esse trabalho.

O direito à comunicação constitui a base da defesa da democracia na comunicação. Ele significa que à todos(as) deve ser garantido, sem qualquer restrição, por qualquer meios, o direito de informar e ser informado, dialogar, trocar opiniões e ideias. Sete dos(as) nove entrevistados têm como principal argumento em defesa da democracia na comunicação o direito à comunicação. Com base no material aqui analisado, podemos aprofundar o significado desse direito. Ele significa que todos setores devem ter garantido seu direito de expor suas ideias, produzir conteúdo. Iremos nos deter mais sobre a produção, a emissão de mensagens, por entender que essa é a maior deficiência hoje no que diz respeito a esse direito. Para garantir o direito à comunicação, além da pessoa ter acesso às informações e poder interpretá-las, avaliá-las, como foi defendido anteriormente, a pessoa deve ter garantido o poder de “ser ouvida”, o que significa além do direito de ter um blog, uma conta numa rede social, um jornal de pequena tiragem, uma rádio ou TV na web.

Essa pessoa tem o direito de ser ouvida assim como a Rede Globo hoje é ouvida, por milhões de brasileiros(as). Mas como então todas pessoas vão se comunicar ao mesmo tempo? É impossível física e tecnicamente que todos indivíduos se comuniquem massivamente, porém é possível que espaços sejam garantidos para os mais diversos segmentos sociais organizados, de forma que os indivíduos possam se organizar em determinado segmento e através dessa organização disputar um espaço nos veículos de grande audiência.

A qualidade da mensagem também é importante. Para a pessoa ser compreendida, ter seu objetivo alcançado, é necessário que haja uma preparação. Então o Estado, além de garantir espaço para todos segmentos nos grandes veículos (o que não significa que os pequenos veículos sejam dispensáveis), deve capacitar e dar as condições técnicas para que todas as vozes sejam transmitidas com as mesmas qualidades, preservando-se obviamente a diversidade, a pluralidade e a criatividade de cada segmento. Tomar por base que a comunicação é um direito, evidencia o absurdo que é haverem monopólios nesse setor. Não há como considerar democrática uma sociedade que não garante o direito à comunicação, ou seja, à informação, à produção, à transmissão, à expressão a todos(as), ou que garanta esse direito a poucos.

Em relação às novas tecnologias, cabe uma análise do ponto de vista de até onde a internet é um meio democrático. A internet facilita a comunicação dialógica, o retorno, a possibilidade do receptor se tornar emissor, assim como ela possibilita que muitas pessoas interajam entre si. Também facilita o acesso às informações. Porém, é importante considerar algumas coisas. Primeiro é a constatação de que os portais de notícia com maior acesso no Brasil fazem parte dos mesmos grupos que monopolizam os outros veículos de comunicação. Segundo, o que vale para os outros meios também vale para a internet. Assim como não basta ter uma rádio ou uma TV, é preciso ter qualidade para despertar interesse e compromisso com a informação (por se tratar de algo de interesse público), o mesmo ocorre com um site ou blog. Ou seja, é preciso qualificação e responsabilidade.

Outro ponto é o trabalho coletivo. Ao mesmo tempo que a internet possibilita e facilita o trabalho coletivo, vemos que o lado individual acaba sobressaindo na internet pelo uso que é feito dela. O financiamento coletivo é uma ferramenta muito poderosa e que pode ser ainda muito mais explorada, assim como a participação social nas decisões (a internet sem dúvidas é o meio que dá mais facilidades para

participação social nos diversos temas de relevância, mas como vimos, depende de capacitação para que haja um uso adequado do meio - capacitação que é dever do Estado).

A concentração da propriedade no setor da comunicação – que pode ser horizontal, vertical e/ou cruzada, além de inconstitucional e antidemocrática, é perversa, pois subverte o caráter público da comunicação e limita a circulação plural de informações e visões de mundo. Essa concentração é prejudicial do ponto de vista econômico, pois prejudica a livre concorrência, e também do ponto de vista tecnológico, da diversidade cultural e do interesse público. Tanto veículos comunitários como privados sofrem com a existência desse tipo de concentração. Essa é uma questão que demanda regulação no Brasil para vedar todos os tipos de concentração, conforme apontam movimentos, documentos e teóricos. Como já foi dito, temas como esse, previstos na constituição de 1988, até hoje não foram regulamentados. Os movimentos que se organizaram e atuaram no processo constituinte tiveram poucas vitórias e mesmo estas não foram de fato implementadas como previa a constituição.

Além da liberação de outorgas, uma das demandas dos veículos comunitários é a democratização da verba pública de propaganda oficial. Junto com as questões legais, a questão financeira atua como grande barreira para o desenvolvimento de novos veículos, prejudicando assim o desenvolvimento cultural e a pluralidade de opiniões e versões. Para os movimentos, organizações e entidades que atuam nas diversas frentes, o financiamento público é essencial para garantir sua atuação que cumpre interesses públicos tanto pelo fato de aumentar a pluralidade de vozes como por promover reflexão, capacitação, proporcionar canais de expressão, etc. A maioria dos veículos comunitários e entidades que atuam em prol do interesse público que é a democratização das comunicações contam basicamente com colaboradores(as) voluntários(as). Uma melhor distribuição das verbas de propaganda estatal para veículos que cumpram com o interesse público da comunicação - e mais incentivos para as entidades que promovem a democratização do setor - poderia fazer com que as ações destes fossem potencializadas e tivessem mais resultados, mais qualidade.

A democratização das comunicações é um processo que precisa ser induzido pelo estado. Recentemente foi criada a Empresa Brasileira de Comunicação, a EBC, uma empresa público-estatal que prevê participação da sociedade civil na definição

da sua linha editorial. Embora seja um grande avanço, a EBC, inspirada na TV estatal britânica BBC, reproduz um modelo verticalizado, assim como a Rede Globo, com produtoras e filiais. O modelo norte americano, da PBS, de comunicação público-estatal, pode ser considerado mais interessante. Este é mais horizontal, o que garante a regionalização dos conteúdos, a diversidade regional e permite a produção independente (diversidade cultural e ideológica). Assim como é possível a sociedade civil organizada participar do conselho da EBC, é importante que os diversos setores da sociedade participem de outros fóruns que debatem a comunicação social, como o comitê gestor da internet, do rádio digital, etc.

Embora lentamente, alguns avanços democráticos são conquistados no setor das comunicações. Essa lentidão se dá muito por interesses pessoais de políticos(as), que muitas vezes são donos(as) ou favorecidos(as) pelos meios de comunicação (mais um ponto importante a ser legislado no Brasil - a posse de veículos por políticos é vedada na constituição mas não foi regulamentada ainda) e outras vezes por medo. Muitos(as) políticos(as), mesmo que realmente acreditem na importância e no benefício que a democratização da comunicação trará para a sociedade, tem medo da repercussão nos meios dominantes (que teriam seus privilégios reduzidos) e da perseguição pelos mesmos. Essas empresas, grupos e redes, que como vimos estiveram intimamente ligados à elaboração do golpe de 1964 e sustentaram o regime autoritário, utilizam-se da acusação de censura e do cerceamento da liberdade de expressão sempre que medidas como controle público são pautadas.

O exemplo da posse dos veículos por políticos e da defesa de interesses próprios se confere na própria constituinte, quando muitos parlamentares eram beneficiários de concessões públicas e até hoje com parlamentares e executivos eleitos que possuem concessões em seus nomes ou de familiares ou são ex-apresentadores de programas de TV, rádio, etc (mais um ponto a ser regulado). A diversidade de vozes em todos os meios pode ser considerada ainda uma utopia

As políticas públicas pela democratização da comunicação podem ser verificadas como efetivas quando a pluralidade é percebida. Essa pluralidade, a abertura de espaço, o fomento à produção de conteúdo de setores atualmente excluídos majoritariamente dos veículos com maior audiência, além de contribuir com a riqueza de ideias e opiniões, contribui para o avanço das pautas defendidas pelos setores, como o caso do movimento feminista, negro, de juventude, pequenos

produtores rurais, de diversidade sexual, ecológico etc. Pautas essenciais para o amadurecimento e a conscientização de toda sociedade que teriam grande avanço caso houvesse uma preocupação estatal para essa demanda histórica dos movimentos pela democratização das comunicações.

Finalizamos este trabalho com a confiança de termos atingido o objetivo de evidenciar os principais pontos necessários para a democratização da comunicação, aprofundando esses temas e evidenciando a indissociabilidade entre eles. Pois, como vimos, não tem como defender o direito à comunicação sem defender o controle público, a equidade da distribuição das concessões e do financiamento, a diversidade cultural e de opiniões. Um conceito acaba por fortalecer o outro e todos são necessários para que os outros existam. É também importante evidenciar que a maneira como se dá o diálogo entre os movimentos deve ser muito cautelosa, para que realmente o potencial de união de esforços não seja prejudicado por uma crítica ao enfoque da atuação de um ou outro movimento. Vimos que a maior divergência se dá pela FENAJ que critica a defesa cega da luta antimonopolista e do direito à comunicação, porém analisando com profundidade percebemos que o que a entidade dos jornalista busca é que a defesa do controle público também seja encampada pelos demais movimentos, que se detém mais na defesa do direito à comunicação e no fim dos monopólios. No fundo a diferença é mais de nomenclaturas, resultado da falta de diálogo entre as organizações, pois nenhum dos movimentos, organizações, etc., entrevistados e pesquisados defenderam explicitamente uma comunicação que não cumpra com seu caráter público, ou seja, que não abra espaço para o contraditório.

Como foi dito na introdução deste trabalho, a motivação que nos levou a ele foi a participação em ações de extensão, construção de semanas acadêmicas, movimento estudantil, entre outras atividades interconectadas com a realidade e a demanda social (e não econômica). Ao concluir esse trabalho nos é obrigado destacar a necessidade de dar-se mais atenção às questões públicas nas universidades (principalmente nas universidades públicas), o que inclusive foi verificado durante nossa pesquisa. A universidade é o maior potencial indutor de transformação profunda no setor das comunicações, pois além de produzir conhecimento emancipador e tecnologias, prepara profissionais que irão trabalhar com a comunicação e ensinar como se trabalha com comunicação social. É

essencial que os cursos de comunicação enfatizem, durante todo o período da formação e com cadeiras específicas (e obrigatórias) o seu compromisso com a comunicação pública, o direito à comunicação, a diversidade cultural, a valorização da informação como um bem público que portanto deve ser democratizado. A comunicação comunitária, que como vimos, é a mais prejudicada dentre os três sistemas (público, estatal e privado) e é contraditoriamente a que mais interessa à sociedade. Pois é a ela (sociedade) quem a comunicação comunitária serve (sendo esta a comunicação verdadeiramente pública, gerida pelo público), pois a estatal serve ao estado e a privada serve a interesses financeiros. Os cursos devem apresentar aos seus alunos oportunidades de participação em projetos de extensão, ensino e pesquisa (evidenciando sempre a indissociabilidade entre os três) que tenham a democratização da comunicação como foco principal.

REFERÊNCIAS

BRAZ , Adriana, URSINI, Nathalie. **Informação comprometida**, 2013. Disponível em: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/32/artigo202518-1.asp>>. Acesso em: 7 dez. 2013.

CASSOL, D. B. **A democratização da comunicação no Brasil**: anotações teóricas e histórica do movimento [monografia]. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003.

DAMASCENO, C. **Políticas Públicas e o Direito à Comunicação na América Latina**. Os casos do Brasil e Venezuela. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2012.

DANTAS, Marcos. **A lógica do capital informação**: a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2. ed. 264 p., 2002.

D'ARCY, Jean. **Direct broadcast satellites and the right to communicate**. EBU Review, p.14-18,1969.

ENGEL, D. **Democracia na comunicação**: a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia: depoimento. [jul. 2013]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

FISHER, Desmond. **O Direito de Comunicar: Expressão, Informação e Liberdade**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO. **Bases de um Programa para a Democratização da Comunicação no Brasil**. Disponível em: <[HTTP://www.fnfdc.org.br](http://www.fnfdc.org.br)>. Acesso em 20 nov. 2013.

FRENTE NACIONAL DE LUTA POR POLÍTICAS DEMOCRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO. **Manifesto de Fundação**. Brasília: 4 de Julho de 1984.

GIRARDI, Ilza, CAMANA, Ângela, STEIGLEDER, Débora. **Comunicação Comunitária e Extensão**: Desafios e Possibilidades. Disponível em: <http://nuccufrgs.files.wordpress.com/2013/08/girardi_camana_steigleder.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2013.

GOMES, R. A. L. **A Comunicação Como Direito Humano: Um conceito em construção.** Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2007.

GONZÁLEZ, Jorge A. Un poco de memoria. De lo alternativo a lo comunitário. In: PERUZZO, Cicilia Krohling, TUFTE, Thomas, CASANOVA, Jair Vega **Trazos de uma outra comunicación em América Latina: práticas comunitárias, teorias y demandas sociales.** Barranquilla: Universidad Del Norte, 2011.

GRUPO RBS [S.l: s.n.] Disponível em:< <http://www.gruporbs.com.br/>>. Acesso em: 13 fev. 2014.

GUARESCHI, Pedro. **Comunicação & Informação.** v.8, n.2, p.195-199, 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/viewFile/25091/14508>>. Acesso em: 20 set. 2013.

HABERMAS, J. **The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society.** vol. 1, Cambridge: Polity Press, 1986.

HAUBRICH, A. **Democracia na comunicação: a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia: depoimento.** [jul. 2014]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

JACOBUS, R. **Democracia na comunicação: a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia: depoimento.** [jul. 2014]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

LIEDTKE, P. **Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil.** Revista EmTese, Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC vol. 1, n.1, p. 39-69, 2003.

LIMA, Venício A. **Regulação das comunicações: História, poder e direitos.** São Paulo: Paulus, 252 p., 2011.

LUHMANN, N. **A improbabilidade da comunicação,** Lisboa: Edições Veja, 2006.

MACHADO, M. B. **Democracia na comunicação: a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia:**

depoimento. [jul. 2014]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

MELO, José Marques de. **UNESCO, NOMIC Y America Latina**. De la Guerra Fria AL espíritu de buena voluntad de MacBride. In: Comunicación y Sociedad, n. 12, p. 11-27. Guadalajara, México, 1991.

MIORIM, Alexandre. **Representações sociais sobre proposta de conselho de comunicação no Rio Grande do Sul** [monografia]. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.

NORA, Simon; MINC, Alain. **L'informatisation de la Société**. Paris, La Documentation française, 1978.

PALACIOS, Marcos Silva, **Sete teses equivocadas sobre comunidade e comunicação comunitária**. Comunicação & política. Rio de Janeiro. Vol. 9, n. 11, p. 103-110, 1990.

PERUZZO, Cicilia. El lugar de la comunicación comunitária en las políticas de comunicación en Brasil. In: PERUZZO, Cicilia Krohling, TUFTE, Thomas, CASANOVA, Jair Vega **Trazos de uma outra comunicação em América Latina: práticas comunitárias, teorias y demandas sociales**. Barranquilla: Universidad Del Norte, 2011.

PUNTEL, Joana T. **A Igreja e a Democratização da Comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1994.

RAMOS, Murilo. **Políticas Nacionais de Comunicação e Crise dos Paradigmas**. In Comunicação e Política, Rio de Janeiro: Cbela, Ano XI, n.17, p.61-70, 1991.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas. 327p., 1999.

RODRIGUES, R. **Democracia na comunicação: a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia: depoimento**. [jul. 2013]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto; ARNOLDI, Marlene Aparecida Gonzalez Colombo. **A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para a validação dos resultados.** Belo Horizonte: Autêntica Editora. p.112 , 2006.

SANTOS, José Milton . **A Democratização da Comunicação nos Discursos da Sociedade Civil Brasileira – 1974/1994.** In: Revista Ordem/Desordem. Belo Horizonte, n. 12, p. 9-16, Agosto de 1995.

SCHRÖDER, C. **Democracia na comunicação:** a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia: depoimento. [jul. 2013]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

SILVEIRA, E. **Democracia na comunicação:** a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia: depoimento. [jul. 2014]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

TURCK, G. **Democracia na comunicação:** a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia: depoimento. [jul. 2014]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

UNESCO. **Um Mundo e Muitas Vozes:** comunicação e informação na nossa época. Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação. Trad.: Eliane Zagury. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1983.

WOTTRICH, L. **Democracia na comunicação:** a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia: depoimento. [jul. 2013]. Porto Alegre: UFRGS. Entrevista concedida a Matheus Gonçalves de Castro.

ANEXOS

Anexo 1: Termo de autorização de entrevista

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
COMISSÃO DE PESQUISA

AUTORIZAÇÃO

Autorizo Matheus Gonçalves de Castro a utilizar as informações por mim prestadas para a elaboração de seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que tem como título “DEMOCRACIA NA COMUNICAÇÃO: A OPINIÃO DE LIDERANÇAS DE ENTIDADES QUE ATUAM EM PORTO ALEGRE E LUTAM PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA”. O trabalho está sendo elaborado como requisito parcial para a conclusão do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, com a orientação da Profa. Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi.

Porto Alegre,,de.....de 2014.

Nome do Informante

Assinatura do Informante

Profa.Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi

Acadêmico Matheus Gonçalves de Castro

Anexo 2: Entrevistas com lideranças de entidades que lutam pela democratização das comunicações em Porto Alegre

Entrevista com Eliane Silveira, Coordenadora do Comitê Gaúcho do FNDC.

O que é democracia na comunicação?

Democracia na comunicação, na minha opinião, ela envolve duas questões: o acesso, o direito ao acesso à informação a todos e todas, pra homens e mulheres, todas as pessoas, a sociedade ter acesso à informação e um segundo direito que é o direito a produzir e transmitir informação. Essas duas questões pra mim são básicas. Não tem como tu falar em democracia na comunicação se algumas pessoas detém os meios para divulgar as informações e outras são reféns dos meios, então, o critério primeiro é este.

A democracia na comunicação é o acesso, o direito de todas pessoas terem direito ao acesso, aos meios para produzir e disseminar o seu conteúdo, seja um conteúdo informativo, cultural, histórico, então, esta é uma questão que é chave para mim. O acesso é uma coisa mas a produção é outra, tem que ... se não tiver as duas coisas a democracia não é completa.

Por que é importante democratizar as comunicações?

Hoje, se nós olharmos a nossa realidade, nós temos meia dúzia de famílias no país que detém os principais meios de divulgação, de comunicação: rádio, os grupos, emissoras de TV e de rádio. Quando poucas famílias ou poucas empresas detém o controle dos meios, elas detém também o controle hoje da produção. Porque hoje nós ainda não temos no nosso país uma divisão entre quem tem a transmissão e quem faz produção dos conteúdos, as coisas estão muito misturadas. O projeto de lei de iniciativa popular que o FNDC está buscando, procurar assinaturas, prevê essa separação que é algo fundamental. Quem deter a transmissão, não vai necessariamente deter a produção.

Por isso que é importante democratizar, porque somente quando nós conseguirmos garantir o acesso à produção, ao maior número de pessoas, de grupos, de setores da sociedade, nós começaremos a ter no conjunto dos meios de comunicação, um espelho da realidade sociocultural do nosso país. Nós começaremos a encher na grade de programação a diversidade cultural e social que o Brasil possui. Então hoje nós não conseguimos encher na TV ou mesmo ouvir na programação das grandes emissoras de rádio a cultura negra, a cultura jovem, nós não conseguimos encher a cultura do pequeno a gricultor, a cultura das mulheres trabalhadoras rurais, a cultura feminista e são questões que são muito importantes nós começarmos a trabalhar. Principalmente hoje que o nosso país vive uma onda de

profundo retrocesso conservador, de ataque aos direitos, de ataque às pessoas. Uma crescente onda de racismo, de homofobia, de lesbofobia, que a tendência é aumentar o índice de violência contra as maiorias discriminadas. Porque na verdade a gente usa os termos minorias, mas as mulheres são 50% da população e ainda hoje são as maiores vítimas de violência doméstica. A população negra se não é 50% também é muito perto de 50% a população negra e parda no nosso país. Então não é uma minoria, é uma maioria discriminada. Então para reverter esse quadro de discriminação de preconceito nós precisamos democratizar as comunicações. De outra forma nós vamos perpetuar preconceitos históricos, vamos perpetuar uma hegemonia branca, machista, sexista, homofóbica.

O que a organização faz para democratizar a comunicação?

O comitê gaúcho está empenhado em duas grandes tarefas. A primeira delas é coletar o maior número possível de assinaturas ao projeto de lei de iniciativa popular de mídia democrática, que o FNDC construiu ainda no ano passado e que está expresso na campanha “para expressar a liberdade” tem um site desta campanha, onde as pessoas podem baixar toda documentação pra fazer coleta de assinaturas, tem um kit completo, então nós estamos empenhados nessa tarefa. E a segunda grande tarefa que nós temos, que daí diz respeito aqui ao estado do Rio Grande do Sul, é a mobilização para que o projeto de lei que cria o conselho estadual de comunicação do Rio Grande do Sul possa ser encaminhado ao legislativo e abrir esse debate no legislativo. Esse projeto teve uma iniciativa do governo do estado de criar um grupo temático dentro do conselho de desenvolvimento econômico e social para discutir e elaborar uma minuta de um projeto de lei, o FNDC fez parte deste grupo temático colaboramos num conjunto de reuniões para construir o projeto de lei, esse projeto de lei foi entregue foi aprovado pelo conselho, pelo pleno do conselho de desenvolvimento econômico e social e encaminhado ao governador que orientou a casa civil então pra que fizesse a formatação jurídica do projeto. O projeto está pronto, ainda não foi encaminhado pelo poder legislativo e o FNDC está agora construindo um manifesto pra coletar assinatura de um conjunto de entidades solicitando ao governador que encaminhe o projeto ao legislativo, sem necessidade de regime de urgência, mas para que nós possamos iniciar o debate com o poder legislativo. Nós queremos que com o projeto tramitando lá, a gente possa identificar os parlamentares, os deputados e as deputadas que são a favor e os que são contra pra poder fazer o diálogo. Porque enquanto o projeto não vai pra lá a gente não tem as posições manifestas, abertas. e nós queremos provocar esse debate, vamos fazer esse pedido ao governador.

O que mais poderia ser feito?

Uma questão que eu acho que é muito importante - e que daí claro, nós estamos falando, o comitê hoje é composto por um conjunto de entidades, as pessoas que representam estas entidades no comitê elas também tem todas tarefas das suas

entidades, nós não temos nenhuma pessoa que ela seja assim, liberada full time só pra tocar a luta pela democratização da comunicação. Então se tu pega o meu exemplo que estou hoje na coordenação. Eu tenho um trabalho profissional que ele me envolve bem mais do que 40h semanais, que é o meu trabalho, e eu represento no FNDC a Marcha Mundial das Mulheres, que é um movimento militante de mulheres do qual eu faço parte e tenho as minhas tarefas do movimento de amulheres, que são tarefas que eu tenho que fazer fora do meu horário de trabalho. Então a gente acumula essa luta por acreditar na causa. Os outros companheiros e companheiras que trabalham e que participam lá, nós temos o pessoal do sindicato dos jornalistas, que tem que tocar toda sua luta, pessoas da CUT da CTB, sindicato dos bancários, federação dos bancários, FECOSUL, UBM, todas pessoas que elas dedicam um tempo a mais, pessoas que atuam em mandatos de deputados e deputadas que tem identificação com a luta. Então a gente faz um esforço muito assim de dedicação pra tocar as tarefas. Eu diria que com mais tempo ou com mais pessoas participando, o FNDC pode e deve fazer que é abrir debate nas comunidade, direto nas comunidade. Acho que essa é a grande tarefa que a gente pode desenvolver hoje. Então eu diria a grande tarefa hoje, o grande desafio, é levar o debate pra dentro das comunidades. Nas comunidades, nos bairros, nas vilas, nas comunidades rurais, comunidades quilombolas, levar esse debate pra dentro dos movimentos sociais. Imagina hoje se, a CUT faz parte do comitê. Se a CUT além de fazer parte do comitê ela conseguir levar o debate da democratização da comunicação pra dentro de cada sindicato que é filiado à CUT. Cada sindicato toma a iniciativa a respeito da democratização da comunicação. Se cada sindicato virar um posto de coleta de assinaturas pro projeto de lei de iniciativa popular. Então eu acho que tem um potencial de muitas atividades pra desenvolver. Acho uma tarefa fundamental do FNDC, o levante popular de juventude faz parte hoje do FNDC, mas é levar esse debate pra além do levante pra outros movimentos e grupos de juventude. Porque eu entendo como fundamental que a juventude encampe o debate da democratização da comunicação, porque hoje nós vivemos um período pós jornadas de junho que é de criminalização dos movimentos de juventude pelo seu protagonismo nas jornadas de junho. E essa criminalização em grande parte foi feita pela mídia burguesa do nosso país. Então acho que se nós conseguirmos levar esse debate pra dentro da juventude, a juventude também fizer esse debate e também construir iniciativas, nós vamos estar ampliando e fortalecendo a luta pela democratização da comunicação.

O que ajudaria as iniciativas da organização a terem mais sucesso?

Acho que é cada vez mais o conjunto dos movimentos sociais, das comunidades se apropriar desse debate. Porque tem uma tendencia das pessoas acharem que isso é coisa de jornalista ou de profissional da área. E isso não é algo afeto apenas a quem é profissional da área de comunicação. Por mais que quem seja profissional da área seja um dos primeiros a se identificar com a matéria, mas ela é algo que diz respeito a vida de qualquer homem e de qualquer mulher. Diz respeito à vida da dona de

casa; ela precisa saber pq que ela vai no suoper e encontra determinadas marcas pra vender e não encontra outras determinadas marcas, que coincidentemente são as marcas que são comercializadas na TV; Pq que ela hoje ainda tem que tá dizendo pro filho, a dona de casa ou o trabalhador, tem que tá dialogando com o filho pq que o pai e a mãe não podem comprar determinadas coisas pra eles, por que hoje ainda tem publicidade dirigida pra criança e não tem uma proteção pra criança e pro adolescente que vede publicidade dirigida ao público infantil. A gente precisa despertar mais consciência, quanto mais consciência, mais as pessoas vão aderir... O pessoal que gosta de futebol (e essa é uma questão que o FNDF nacionalmente tirou como proposta agora, por ser a época da copa) nós vamos levar a campanha pra dentro dos estádios de futebol. Pq quem é amante do futebol, quem tem o seu clube de futebol, tem que saber pq que o seu jogo passa num determinado canal e outro não pode transmitir. Pq que uma determinada emissora compra os direitos de transmissão de jogos e não passa o jogo pq é na hora da novela, pq é na hora do seu telejornal, e com isso proíbe outras emissoras de transmitir os jogos. Então eu acho que a gente tem que trabalhar esse conjunto de coisas pras pessoas verem o quanto isso afeta no seu dia a dia; seja na hora da notícia que ela vai ver, seja na hora do futebol que ela gostaria de assistir.

Sinteticamente, o que caracteriza uma comunicação democrática?

Uma comunicação de todos e todas para todos e todas.

A organização emprega esses valores na construção da sua própria comunicação?

O comitê gaúcho do FNDC ele segue esse princípio dentro do criterio de todos e todas que compõem o comitê. Pq nós temos um grupo de e-mails que todas as pessoas podem mandar e-mails pra todas, não tem moderação, e nós temos um grupo no Facebook que todas as pessoas publicam tudo e não tem nenhuma moderação. Se entrar lá no grupo e disser “abaixo à coordenadora do FNDC” vai ficar publicado e ninguém vai derrubar! Pode que alguém defenda a coordenadora, eu vou ser a primeira que vai ficar dizendo: troca, troca, um trabalho a menos. Nesse sentido sim! Agora no sentido de conseguir produzir conteúdos abertos que fique pra todo mundo, hoje a gente não consegue; nesse sentido não.

Quais organizações com atuação em Porto Alegre tem como prioridade a democratização da comunicação?

O Comitê Gaúcho do FNDC é composto por várias entidades que assumiram a luta pela democratização dos meios de comunicação como uma pauta do seu dia a dia. Entre estas posso citar o Sindibancários e a Federação dos Bancários do RS, a CUT, a CTB, o Sindicato dos Jornalistas do RS, a APCEF/RS, a Marcha Mundial das Mulheres, o Núcleo do Barão de Itararé, a UBM, a UNE, o Levante Popular da Juventude.

As manifestações ocorridas em 2013 fizeram e estão fazendo diferença no cenário da democratização da comunicação?

Eu diria que tiveram influência, pq pela primeira vez as pessoas começaram a se dar conta que tem diferença de cobertura de uma emissora pra outra; as pessoas começaram a enxergar que tem diferença. E como as jornadas de junho levaram muitas pessoas pra rua, foram pras ruas desde os jovens, até seus pais e seus avós e suas avós, e as pessoas foram pras ruas, viram o que aconteceu nas ruas e viram o que saiu nas páginas dos jornais nos dias seguintes, as pessoas começaram a perceber que tem diferença. Então eu acho que nesse sentido criou um ambiente e uma sensibilização pras pessoas pelo menos começaram a questionar o que elas vêem na TV e o que elas lêem nos jornais. Se tu pegas por exemplo a cobertura dos grandes jornais. Vou usar claro o caso do Rio Grande do Sul; eu percebi indo nas caminhadas pq eu consegui ir em algumas, das jornadas de junho, percebi muito protagonismo de jovens meninas, elas a frente dos movimentos. As fotos publicadas nos jornais não mostram esse protagonismo das jovens mulheres. Elas não aparecem no protagonismo mesmo muitas vezes elas estando a frente da condução, então é uma coisa que realmente não aparece. E outra coisa, houve uma espetacularização da cobertura das jornadas ao ponto de um grande jornal nosso, em algum determinado dia, fazer a cobertura “primeiro ato, segundo ato, terceiro ato”. O que tem ato é peça de teatro. E as pessoas enxergam isso. Quando um jornal foca na parte do quebra-quebra, tá focando numa pequena parcela do movimento que foi quebra-quebra. Tu escolhe o enfoque. Então nisso ajudou, acho que essa foi a grande contribuição. Pq como as jornadas levaram mpra rua muitas pessoas, levou povo pra rua, o povo noutro dia “vou ver o que saiu daquele movimento que eu participei” e daí, pode ver, “poxa, mas não saiu nada do que eu vi”.

Que tens a falar sobre as ações contra jornalistas, jornalismo, mídia em geral, ocorridas nas jornadas de junho?

Sobre as agressões a jornalistas e veículos: eu acho que qualquer manifestação a gente tem que saber diferenciar o trabalhador, a trabalhadora do patrão. Quando a gente ataca trabalhador, trabalhadora, em qualquer profissão, nós estamos cometendo um ato de violencia, nós do FNDC somos contra toda e qualquer forma de violencia, preconceito e discriminação. Como sindicalizada, no sindicato dos jornalistas, nós fazemos a defesa incontestada dos profissionais de comunicação no exercicio da sua profissao. Isso nao significa concordar com as manifestações feitas eventualmente por um colega. Nós tivemos o caso aí recente do SBT que fez todos aqueles comentarios preconceituosos, bom as pessoas tem o direito de falar e responder pelo que falo, arcar com as consequencias do que falam. Mas nada justifica que as pessoas sejam agredidas ou tenham o seu patrimonio depredado. Entendemos que fazer atos em frente aos veiculos de comunicação é válido, é

correto. Avançar além disso em algo que coloque em risco a vida dos trabalhadores e trabalhadoras da comunicação? Não contarás mais com o nosso apoio. Toda manifestação democrática deve e merece ser feita. Os veículos de comunicação que tem faltado com uma cobertura democrática, uma cobertura que mostra todos os lados, tem que estar preparado sim pra receber manifestações na porta dos seus veículos e esas manifestações são corretas, são justas e eu participarei delas. Contanto que sejam manifestações democráticas e que não coloquem em risco a vida dos trabalhadores e das trabalhadoras.

O que é o projeto de lei pela mídia democrática?

Tem pontos estratégicos: separação de quem tem a concessão da transmissão e quem tem a concessão da produção de conteúdo. Para as redes de transmissão a Anatel passaria a controlar essas concessões e para a produção de conteúdo seria a Ancine. Teriam duas agências distintas fazendo o controle. Um segundo ponto: ela veda a concessão para partidos políticos, parlamentares e igrejas e familiares. Num estado laico, não ter igrejas controlando TVs e rádios é fundamental. Terceiro: coloca limites de detenção de meios; Então em cidades (com graduação) uma mesma empresa (família) não pode ser dona numa cidade da TV, do Rádio ou do Jornal. Acaba com aquele grupo, aquele monopólio familiar. Se aquela família tem alguma objeção com outra família ou grupo político ou partido, entidade, aquele grupo ou setor vai tá excluído de qualquer possibilidade de comunicar pra cidade. Essa separação é importante. E prevê espaços na grade para produção nacional, regional, cultural e inclusive que quinze grupos sociais, de relevância social, terão direito a uma hora por semestre de programação nas grandes emissoras, que terão ser por editais públicos. E claro, ele faz uma divisão do sistema público, comunitário, comercial.

Entrevista com Laura Hastenpflug Wottrich, do setor de comunicação do Levante popular da Juventude

O que é democracia na comunicação?

Trazendo um pouco da visão do levante. A gente relaciona muito a questão da democracia na comunicação com a realização e o estabelecimento de uma mídia democrática. Hoje o que a gente tem não é uma mídia democrática. O Venício é um dos autores que fala do coronealismo eletrônico, então são poucos que tem a detenção ou que comandam os canais, enfim, principalmente no espectro da radiodifusão e que fazem com que os meios estejam pela legislação e por esse exercício nas mãos de poucos. Então a democracia na comunicação seria justamente...(barulho e troca de local da entrevista)

(continuação)

O que eu consigo pensar em relação a democracia é justamente esse processo de democratização dos meios de comunicação. Se a gente vai pensar na base o que seria democratizar? é tornar o sistema, o acesso a esses meios mais acessíveis pra que tenha uma pluralidade de vozes e de atores que possam se expressar através desses meios tomando por base que a comunicação é um direito, é um direito fundamental. Então se é um direito não pode ser monopolizado. Num sentido mais ideal, a democracia tá inerente à comunicação. Pq pra um exercício pleno de comunicação é necessário que tu tenha ... que a democracia, que o processo democrático seja constitutivo dessa comunicação.

Por que é importante democratizar a comunicação?

São várias coisas. Se agente vai pensar que se a gente tiver no nosso sistema de comunicação uma mídia democrática é algo que a gente nunca teve né, até onde eu tenho conhecimento. Parece que a gente tá tecendo conjunturas, pensando num termo muito ideal, mas acho que principalmente por ser um exercício de cidadania, que a comunicação é um direito de se ver, de se expressar, é um exercício cidadão. A gente teve extraído, a gente não tem esse direito hoje, parece que a comunicação possibilita isso, a realização disso pra que a gente consiga expressar as diversidades regionais, pensando em termos de Brasil o que aparece nos meios de comunicação é principalmente o que acontece no eixo Rio-São Paulo. A gente vê aqui no Rio Grande do Sul esse bairrismo gaúcho da RBS que mostra um padrão do que é viver no Rio Grande do Sul. Então eu acho que uma mídia, a importância tá em expressar a pluralidade que a gente tem no nosso país e garantir que as pessoas possam ter esse exercício da cidadania. É uma luta política, no sentido de ao ver que a comunicação é um direito que as pessoas tem e que elas devem e podem tá exercendo também tem uma educação no sujeito político aí, sabe , que tá implicado, pra perceber outras demandas e outras questões que afetem a sua vida, igualmente que muitas vezes, até mesmo por não ser um interesse hegemônico, isso acaba passando despercebido. Por mais que os grupos, os movimentos, enfim, tentem toda hora puxar. Acho que a pauta da democratização da mídia ela faz muito isso. Além de ser muito legítima, ela é muito ilustrativa de um processo de colocar os sujeitos como protagonistas de um direito que eles podem exercer.

O que o levante faz pra democratizar a comunicação?

A gente tenta trabalhar, até a gente teve um curso nacional de comunicação faz um mês, lá em São Paulo, e a gente pensou, tentou sistematizar o que a gente tem trabalhado, de que forma que a gente vê a comunicação dentro do movimento. E eu acho que de uma forma mais em relação com o trabalho que a gente desenvolve com a base, de trabalhar a pauta comunicação como algo que é importante, por exemplo, a gente tem trabalho de base na Cruzeiro, zona sul de Porto Alegre, então fomentar a criação de rádios comunitárias, formação de agentes de comunicação que possam potencializar esse debate em localidades específicas. Por que pra nós

essas são maneiras de democratizar. Porque se a gente não consegue formar as pessoas, empoderar as pessoas pra comunicação, elas não vão estar cientes da importância desse debate. Por aí é uma via. Mas acho que a principal pro levante que a gente acredita que sem pressão popular, povo na rua, sem as pessoas organizadas demandando esses direitos a gente não consegue avançar. Por isso a realização dos escrachos, que a gente colocou a questão do esterco na RBS, que foi um processo de construção dessa pauta que já vem há muito tempo dentro do levante. Há uns dois anos que a gente vem falando de como a comunicação é algo fundamental dos movimentos sociais se apropriarem, ainda mais nós que temos como público a juventude. Nós somos um movimento de juventude, como nós não vamos saber comunicar? A gente perde muito pra mídia hegemônica nessa comunicação de saber dialogar, de saber chegar, do alcance que se tem. Pra conseguir que nosso projeto avance a gente tem que debater a comunicação num nível muito mais amplo dentro da organização como uma pauta que precisa avançar pra que a gente consiga visibilizar as demandas do movimento. Então os escrachos eles vieram muito nesse sentido. Por que se faziam ações, que eram ações de rua que se falava “fora globo”, “fora RBS”, mas misturada a muitas outras pautas. E a gente pensou que era importante fazer uma ação que de certa forma constrangesse a mídia dominante, que fizesse com que não se apelasse diretamente pra questão do vandalismo, pra destruição do patrimônio, porque com determinadas camadas da população é algo que não dialoga. E falar em democratização da mídia já é uma coisa super abstrata pra população em geral e se acontece algum fato que já não é algo que tenha uma aceitação, algo diferente, as pessoas não vão ter atenção a essa pauta. Então é isso que a gente fez, os escrachos, com a questão de que devolvemos a merda que fazemos pra você. Foram realizados aqui, primeiro, no Rio Grande do Sul, depois em agosto, julho, esqueci a data, foi realizado um escracho nacional que foi em nove capitais, que a gente colocou lixo, esterco, enfim, o que dentro das especificidades de cada região, pra tentar puxar essa pauta pra uma discussão a nível mais nacional. Aqui em Porto Alegre a gente foi pra expônter e jogou esterco no estande da RBS e agora a nossa ideia é continuar nas instancias mais organizativas, continuar as lutas de rua, mas principalmente entender que esse debate não é só nosso, que a gente não pode fazer ele sozinho. Que o importante é entender que tem muita gente fazendo isso e que vem construindo uma forma de mídia diferente e que a gente como movimento social tem que tá junto, tem que tá apoiando, tem que tá divulgando, construindo pra ver essa pauta crescer. Porque a gente encherça que é algo muito a longo prazo que se pode efetivar. E aí é que está a importância de atacar em diversas frentes. A gente tem o FNDC com o projeto de lei de mídia democrática pra coletar 1,3 milhões de assinaturas. Então vamo lá. A gente tem vários projetos do levante, tem o roda de zamba, que é um projeto que a gente acompanha dos músicos, que vão pra vários lugares, pras periferias, fazer rodas de música aos domingos. Agora vai ser na cruzeiro, vamos lá levar o abaixo assinado, conversar sobre a pauta, coletar assinatura. Tem o FOCO, poxa, vamo conhecer a galera da mídia alternativa, dos movimentos, dos grupos, vamos dialogar pra ver o que a gente pode fazer. Tem a base, então o que a gente pode fazer pela

democratização dos meios é atuar em conjunto, encher esse campo da esquerda que tá articulado pra isso, continuar fazendo ações de rua, porque a gente acha que isso gera um impacto e que faz com que os meios se posicionem, vide o edital da zero hora. Acho que a ação foi no dia 13 de julho e no dia 15 lançaram um editorial chineliando a ação, obvio, e falando a posição deles sobre a democratização da mídia, que era ridícula, mas eles foram obrigados a se posicionar. Porque teve uma ação que contrariou. A mesma questão agora do Lazier que o levante promoveu uma ação pra tentar fazer com que o Lazier seja punido pela propaganda eleitoral antecipada na Zero Hora, que é uma outra via. Poxa, olha só, isso é democratizar a mídia, entende? É fazer essas ações concretas que dialoguem com a sociedade e que façam com que tenha um apelo em relação a esse tema.

O que mais o levante poderia fazer?

A gente tem que atuar pela via legal, vamos lá, vamos ir no ministério público, colocar uma ação, uma representação contra a RBS e o Lazier, que foi aceita, a gente não tá tão sozinho quanto imagina, isso tem um eco. Tanto que quando a gente postou texto no Sul21 falando da ação pra tentar puxar, fazer com que gerasse mais debate, a maioria dos comentários positivos em relação a isso. Então, tanto pela via legal, ação de rua a gente precisa fazer sabe, porque é com pressão popular, é com povo organizado na rua que a gente também consegue promover. Apoiando iniciativas que já tão acontecendo como a do FNDC pela lei de iniciativa popular e também trabalhando junto com a base pra formar comunicadores, pra fazer com que as pessoas também se empoderem em relação a esse tema. E também nas articulações, o FOCO, enfim, a gente estar conversando dentro do campo.

Pergunta:

O que ajudaria a fazer com que as iniciativas do levante tenham mais sucesso?

Não sei dizer o que ajudaria, porque cada iniciativa tem uma característica diferente, tem uma especificidade. Mas eu acho que a gente tem que fazer iniciativas como o FOCO, tá junto, conversando, dialogando, se cheirando, se aproximando no sentido de fortalecer, de ser estratégico. De fazer o exercício de pensar a democratização da mídia mais em conjunto, enquanto um projeto num campo da esquerda... Isso leva adiante a proposta. Porque as organizações isoladamente podem fazer ações, mas é importante que a gente tenha projetos mais unitários que ajudem a levar e coloquem peso nessa pauta. Porque senão, se a gente não pensar em coisas em conjunto, só que... agora o levante conseguiu que a representação fosse aceita contra o Lazier, deu um prazo de quinze dias, mandou tirar os vídeos do ar, mas eles tem quinze dias, o PDT entrou com uma ação contra a decisão da juíza e é assim, entende, são coisas pontuais... Agora pra levar o debate pra diante a gente precisa ter essa unidade.

Pergunta:

Sinteticamente, o que caracteriza uma comunicação democrática?

Sendo muito sussinto, assim... A pluralidade de vozes, né? Porque é um povo. Por isso que a mídia tem que se pintar de povo, o povo tem que se ver na mídia, né, não é só ter as representações de uma parte hegemônica da sociedade. Então a pluralidade de vozes e o exercício de uma cidadania, que até hoje foi muito escamotiada, mas que a comunicação é uma forma de exercer-se, eu acho.

Pergunta:

O levante emprega esses valores na própria comunicação?

Sim, acredito que sim, fazendo uma autoanálise.

Pergunta:

Quais organizações tem como prioridade a democratização da comunicação e tem atuação ou representação em Porto Alegre?

Acho que o jornalismo B, o núcleo das rádios comunitárias, sul 21, catarse, tabare, fora do eixo, que agora tá meio desarticulado pq a fê foi pra Brasília. Que eu lembre são esses. Tem o FNDC que sempre puxa essa pauta, agora tem o Barão de Itararé, o núcleo gaúcho, o comitê popular da copa, que querendo ou não sempre trazem, o bloco de lutas que tem um setor de comunicação específico que trata disso. Mas com o que eu consigo ver, até por causa do trabalho, são as pessoas que a gente acaba mais se articulando. A voz do morro, que vem trazendo esse debate junto com a ideia das rádios comunitárias

Pergunta:

As manifestações de 2013 fizeram e tão fazendo alguma diferença no cenário da comunicação?

Eu acredito que sim. Eu acho e pegando muito o cenário de Porto Alegre, se a gente vai ver em outros estados a coisa não se deu de uma forma assim tão particular como aqui, mas que as manifestações aceleraram o processo que de alguma maneira estava se dando em relação à mídia. Eu acho que primeiro é uma falta de legitimidade da mídia hegemônica em representar grupos, movimentos. É algo que os movimentos sociais sentem na pele há muito tempo, quando vão pra rua e não se sentem representados por essa mídia. Agora tem 20 mil pessoas na rua que tão vendo ali o que acontece, vão pra RBS querer ver a sua carinha na TV e vêem que a RBS distorce totalmente o que aconteceu, aí é outra história, sabe? Quando a gente tem povo na rua e a mídia tem que lidar com esse povo e representar as demandas né, que a Zero Hora se coloca nesse editorial de 15 de julho como mídia independente. Ela termina, é a última frase, ah porque não podem ameaçar a democracia brasileira e a mídia livre e independente, que claro é a Zero Hora na

cabeça deles. Então eles se colocam nesse papel, nessa posição discursiva e quando o sujeito que tá lá na manifestação vai e vê a forma como isso é representado e vê as mudanças de posicionamento dos jornais de São Paulo, a mudança de posicionamento drástica da Veja, até da Zero Hora, a forma como ela foi, tentando ser mais legalzinha com as manifestações, isso gera assim... E eu acho que aqui em Porto Alegre tem muito a questão da RBS, desse trajeto que se tentou fazer, acho que foram duas vezes, de a manifestação ir até a RBS e ser impedida de chegar lá. Eu acho que isso é muito forte, porque não se protegeu órgãos públicos, não se protegeu patrimônio privado, até mesmo dos bancos, se protegeu a RBS né, enquanto uma instituição... aí a gente vê o poder né? E o Tarso diz, ah protegeria o Correio do Povo, protegeria qualquer lugar onde tivesse trabalhadores, mas a gente sabe que isso gera um caldo simbólico que é muito importante, das pessoas pensarem “a gente tá querendo ir manifestar e a gente é impedido, e eu vou ver o jornal do almoço e eles não dizem que a gente estava querendo ir lá, dizem que a gente parou numa esquina da Ipiranga. Aí as pessoas entenderem a partir disso como funciona essa lógica midiática. Eu acho que dentro das manifestações junta diversos fatores que vem desde antes, isso do Fora RBS, Fora Globo, essa voz se tornou mais forte e as pessoas vêem que também que com a mobilização, colocando peso na rua as coisas se movimento sabe, a sociedade se movimenta. Então eu acho que nesse sentido fez com que o cenário se tornasse bem mais propício pra realizar ações que discutam e que debatam essa mídia que a gente tem hoje.

Entrevista com Gustavo Turck do Coletivo Catarse de Comunicação

O que é democracia na comunicação?

Pra nós e pra mim pessoalmente e pro coletivo, tem dois viés, há dois viés na democracia na comunicação: democracia no acesso - que parece ser aquilo que todo mundo prioriza, quando se fala em democracia na comunicação, mas existe uma outra questão que parece que ultimamente o pessoal tem falado um pouco mais, que é a democracia na produção; então não adianta só tu ter acesso aos meios democráticos aos meios de comunicação - e aí nesse caso pode significar mais canais a cabo, mais revistas, mais jornais, mais “a internet democratiza”, mas se tu não tem mais meios de produção, se tu ficar na mão de poucas pessoas. Então a gente vê em dois lados isso. Democracia é mais acesso, acesso livre ou o quanto mais livre possível e maior produção, maiores veículos, mais meios de produção, sejam em quais áreas que sejam.

Por que é importante democratizar as comunicações?

Porque é básico. Se as pessoas não tem informação elas não tem como formar sua opinião - é difícil dizer certa ou errada, não vem muito nesse caso - mas a gente sente casos que existe um controle maior ou medo nos veículos de comunicação,

uma dificuldade maior de ampliar determinadas discussões - até mesmo na garantia de direitos. As pessoas não sabem que tem direitos. Ninguém tem uma constituição federal em casa ou lê ela inteira - no caso do Brasil. Tu vê que as pessoas discutem muito o que sai nos jornais, no que elas vem na TV e quanto mais fontes tiver, mais fica diversificada fica essa informação e melhores respostas a gente acaba tendo das pessoas. É um processo educacional também.

O que o Coletivo Catarse faz pela democracia nas comunicações?

Acho que a própria existência do coletivo já é uma tentativa de democratização. Existência e atuação. Existe o Coletivo Catarse, existe o Jornalismo B, o Sul 21, uma série de outras iniciativas, só pra citar aqui de Porto Alegre, do Sul, que a própria existência desses veículos, instituições, entidades, o que seja, produzindo conteúdo, também trazendo a tona esse debate já é a principal contribuição pra democratização da comunicação.

O que é o coletivo catarse?

É uma cooperativa de comunicação, de trabalho, a finalidade é atender as necessidades de profissionais, necessidades financeiras de profissionais que sejam da área de comunicação, áreas afins que têm aqui dentro, e ter uma atuação na comunicação, como veículo e como produtora de conteúdo e produtora cultural. Temos 10 anos de existência, a gente tem muito material produzido, muita cobertura, material jornalístico, trabalho cultural, que já foi utilizado por N frentes, a gente atua muito no movimento social, muito no vácuo da grande mídia, onde a grande mídia não cobre, a gente tá lá cobrindo - e isso não é uma exclusividade da Catarse, eu tava citando aqui outros 2 veículos que tem aqui em POA, que é o Sul21 e o JornalismoB, quanto mais grupos desse tipo existirem, não necessariamente alinhados ideologicamente, com o que é a catarse e outros movimentos, mas quanto mais existirem melhor.

O que mais o Coletivo Catarse poderia fazer?

Se pintar alguma coisa a mais a gente explode! Não sei, acho que a gente poderia promover mais foruns de debate; acho que a gente já chegou num limite de produção e que a gente produz música, cinema, jornalismo, jornalismo digital, estruturando o site, consolidando como veículo, que é solicitado pra fazer determinadas coberturas, a gente não tem gente suficiente pra todas as demandas que chegam aqui, mas isso é natural, mas a gente conversa muito que gostaria de ter espaços promovidos por nós mesmos, como ciclo de debate, essas coisas, nesse sentido em que claro, o tema da democratização da comunicação é sempre central.

O que ajudaria as iniciativas a terem mais sucesso, mais eficazes?

A gente não tem noção pra onde a sociedade tá se encaminhando no quesito dos reflexos que a internet e a democratização da comunicação - que, sim, tá acontecendo de uma certa forma, não ideal ainda, mas tá acontecendo, - alí na frente. Então talvez na medida que essas aberturas estão sendo consolidadas e o próprio Catarse consiga se consolidar, a gente consiga uma maior participação de pessoas e uma maior visualização dos nossos conteúdos - mas eu não vou te responder: nós precisamos investir em anúncios pagos no facebook, não - apersar de que isso tu investindo tu acaba tendo determinado tipo de retorno. Mas não é o nosso tipo de enfoque, nem o público, digamos, alvo; não é algo que passe pelo nosso controle, o que auxiliaria, o que auxilia acho que é quando começarem essas consequências mais concretas desse processo de transformação que a gente tá vivendo. Acho que aí as coisas tendem a ter cada vez mais audiência. É isso, site, por exemplo, em dois anos ele aumentou muito a audiência, sem a gente fazer grandes esforços, a não ser divulgar nas nossas próprias redes sociais; porque essas coisas vão se acomodando e as pessoas vão procurando mesmo outras iniciativas. Quanto mais trabalho a gente tiver, mais a gente tende a ter penetração.

De forma sintética, o que é democracia na comunicação?

Democracia na recepção e na emissão. Não seria só aquele pensamento monolítico de uma empresa como historicamente o próprio jornalismo foi seguindo. Antigamente tu tinha diversos jornais, mesmo que fosse concentrado, hoje tu tem jornais se alimentando de agências, e aí tu tem uma agência de comunicação grande, como a Reuters, que alimenta centenas de milhares de veículos pelo mundo todo; ou seja, essa informação de um único veículo é democratizado o acesso a ele, mas não é democratizado a emissão da informação. Então ela é meio falaciosa essa democratização. Então quando a gente garante democratização na emissão, tanto quanto na recepção, então eu acho que aí isso se caracteriza uma comunicação democratizada. Claro, e com vias de contato, de retorno - que é o que a internet hoje permite - que haja uma interação entre as duas pontas.

Vocês empregam esses princípios na construção da comunicação do coletivo?

Dentro das nossas limitações, sim. Dentro do que a gente consegue produzir. Essas coberturas que a gente faz elas são quase sempre compartilhadas. Chegam as demandas, a gente discute elas, as vezes o retorno da informação fica um pouco prejudicado, mas pelo tempo mesmo. A gente tá sempre com um processo de trabalho diferente de uma empresa constituída que as pessoas recebem seu salário pra executar uma tarefa. A gente aqui faz tudo, limpa, paga conta, todo mundo aqui corre atrás e administra o negócio. O que poderia ajudar a gente a melhorar seria uma melhor estruturação interna, se a gente conseguisse se consolidar melhor administrativamente. Mas eu acho que sim, acho que a gente implementa isso, a gente tanto trabalha com parceiros, gente que tá afim de compartilhar a cobertura ou determinado trabalho, quanto a gente procura distribuir - agora a gente tá voltando

de uma viagem, onde a gente passou em vários municípios, a gente foi em centro evangélico, passando o nosso material, em CTM - que é uma espécie de CTG - passando o nosso material, a gente foi em quilombo, a gente distribuiu ele em um ambiente bem diverso e houve interação. Houve esse retorno. Então eu acredito que sim, dentro dos limites em que a gente existe, a gente implementa isso.

As manifestações ocorridas em 2013 fizeram e estão fazendo diferença no cenário da democratização da comunicação?

Com certeza. Isso tava no cerne das manifestações, a gente viu isso nos cartazes, nas ações e reações. Eu não acho que foi atoa que as marchas em determinado momento se voltaram pra frente do prédio do grande conglomerado de comunicação que tem aqui no RS. A prefeitura era uma espécie de alvo, o palácio piratini também era, mas a gente via que nitidamente as pessoas estavam se direcionando - tanto as pessoas que tavam se manifestando viram isso, quanto o próprio poder público, que colocou segurança pública em frente a uma empresa privada. Então eu acho que essa tensão que foi gerada e as discussões em torno disso demonstram nitidamente que isso tava dentro das discussões e das reivindicações. Não só isso como - nosso próprio caso - a gente via, principalmente capitaneado por esse grande conglomerado, eles fizeram aquela tática que sempre fizeram com manifestações contrárias ao status quo, que é desqualificar, 'meia dúzia, baderneiros', adjetivavam inclusive, principalmente os articulistas. E aí teve uma das manifestações que devia ter umas 20, 30 mil pessoas na rua e os caras insistiram no outro dia que tinha rolado mil, 600 pessoas. Nós tínhamos feito essa cobertura e no fim do vídeo a gente colocou quase que a íntegra de uma passagem da marcha, não tinha como não ficar nítido que tinha muitas e muitas pessoas. Esse conglomerado provavelmente com a cabeça ainda de 30, 40 anos atrás, subestimando a força da internet, das redes sociais, no dia seguinte teve que se retratar - não só por causa do nosso vídeo, mas de vários outros vídeos que foram feitos. E aí na próxima marcha na semana seguinte que a galera foi com todo gás pra rua e dizendo 'olha, não sou vândalo, não sou baderneiro, não sou vagabundo, a gente não é meia dúzia, a gente tá aqui respondendo nitidamente ao que a gente chama de manipulação da informação'. Que é uma mentira, na realidade. Manipulação da informação é uma maneira de mascarar. Eles mentiram mesmo. Eu acho que a gente ainda tá no meio desse debate, ainda tem refléxos a seguir e acho que essas manifestações contribuíram sim, inclusive na atuação dessas empresas.

Quais organizações com atuação em Porto Alegre tem como prioridade a democratização da comunicação?

Falar do FNDC que tá todo desarticulado é difícil. O Alexandre, o Jornalismo B eu cito. Ele é cria fóruns, debate. Ele meio que assumiu o que o prof. Ungaretti fazia antes e depois foi impedido em virtude da ação na justiça. Professor Ungaretti é passível de ser citado, Pedrinho Guaresqui, agora organizações acho que são essas que atuam, como o Sul 21. A existência deles é sim democratização da

comunicação. Tem umas iniciativas como o Bastião, varanda cultural, Dagmar do CONRAD - conselho de rádios comunitárias, pontos de cultura. O FNDC tem a democratização no nome, mas tá desarticulado. Durante muito tempo o James Gerger, era secretário do FDNC, fazia uma série de boletins diários acompanhando a mídia a partir de porto alegre, ele morava aqui. Depois ele foi pra fundação piratini.

Entrevista com Profa. Maria Berenice, publicitária, - presidenta da associação brasileira de pesquisadores de história da mídia Alfredo de Carvalho (ALCAR) e vice-presidenta da SOCICOM - federação brasileira de associações científicas e acadêmicas de comunicação.

O que é democracia na comunicação?

primeiro é a preservação de um direito do ser humano que é a liberdade de expressão, informação e comunicação. Democracia na comunicação é a garantia pra todos cidadãos brasileiros de um direito, que é constitucional e humano. Se comunicar, estar informado e se expressar, isso é democracia na comunicação pra mim.

Por que é importante democratizar as comunicações?

Porque comunicação é poder, e aí nós vamos falar na democratização da comunicação nós vamos falar das mídias, porque hoje a comunicação na maneira que ela tá estruturada, ela requer suportes e esses suportes são as nossas mídias, os meios de comunicação. Qual é a questão? É que quem tem o poder do meio, tem o poder da informação de o que vai dizer, como, pra quem e quando. E esse é o lado difícil do nosso sistema, talvez até perverso. Que o sistema como tá estruturado na mão poucas famílias no Brasil, em termos de meios de comunicação de massa, e a gente sabe o alto impacto e todos os interesses que estão por trás de uma informação. Então a questão é: informação é um bem, é um poder e ela tem que perpassar interesses públicos, o interesse da maioria e não interesses pequenos e privados.

O que a ALCAR e a SOCICOM faz pra democratizar a comunicação?

Eu vou falar em nome da ALCAR e pela SOCICOM, eu sou a vice-presidente, em nome de uma comissão que eu trabalho. A ALCAR ela foi criada em 2001, no Rio de Janeiro, na Associação Brasileira de Imprensa, pra fazer o segundo inventário da comunicação midiática no Brasil. O primeiro foi feito em 1908, quando marcava os cem anos da imprensa no Brasil, por Alfredo de Carvalho, a ideia é saber o que se tem em termos de mídia, de veículos, de pesquisas em comunicação. Em 2001 foi lançado o marco fundamental da ALCAR que tinha como objetivo inicial preparar o segundo centenário da imprensa no Brasil em 2008, nós fizemos um grande

congresso em Niterói no Rio de Janeiro e se decidiu que dali se fundaria uma associação. Qual é a importância dela? Ela tem uma gama de pesquisas já realizadas, ela realiza de 2 em 2 anos congressos nacionais e intercala com congressos regionais. Quando a gente fez um primeiro levantamento de tudo que a gente havia produzido até 2011, 12, tinham mais de 3 mil pesquisas e o tema preponderante no Brasil era a imprensa no séc. XIX e no Séc. XX o período da ditadura militar brasileira - que a gente diz que é um período de silêncio, sombras, apagamentos. Então qual a importância de uma associação como a ALCAR? Articular pesquisadores, redes de pesquisadores, pra promover pesquisas que desvelem outras novas visões e versões da história do Brasil. Isso é fundamental. É um país que pesquisa pouco e tem pouco conhecimento de uma história que não seja uma história oficial contada pelo lado dos poderosos senhores das mídias. A tônica do primeiro evento regional que nós fizemos dia 27 e 28 na UFSC é a tônica que tá se configurando no Brasil esse ano que é 'o golpe não foi um golpe militar' e que algumas versões já falavam em civil e militar. Não: é um golpe midiático, a imprensa censurada, vítima de censura, ela não é tão inocente assim. Ela é uma imprensa que teve ao lado da ditadura e dos militares. Ela é uma imprensa que oferecia seus carros pra prender jornalista. E isso num primeiro momento, se houve um momento que essa mesma imprensa se disse vítima e disse 'não, não era ditadura, era ditabranda', isso não existe mais nas nossas versões pesquisadas e cientificamente comprovadas. Então é essa a importância: trazer outras versões, novas versões, alternativas versões e visões sobre a história do Brasil. Pelo lado da SOCICOM, como é uma federação, nós pensamos, fazemos parte, eu e um representante de cada associação filiada, e eu coorderno, uma comissão que é pra democratização da comunicação no Brasil. Nós trabalhamos com políticas das associações de comunicação, que possamos pensar uma comunicação mais democrática. No momento nós estamos fazendo um dossiê, convidamos alguns pesquisadores para se articularem e escreverem sobre isso. Outra é que nós estimulamos os nossos filiados a participarem, por exemplo, no comitê gestor da internet no Brasil. No comitê gestor da rádio digital no Brasil. Recentemente o conselho curador da empresa pública de comunicação - da EBC, Empresa Brasileira de Comunicação, tá nomendo conselheiros, tem representantes da sociedade civil, de entidades acadêmicas, científicas, e nós queremos ter voz e assento. Alguma associação de comunicação, pq nós trabalhamos com isso. Então é estimular, o sentido da SOCICOM não é tão operacional, mas ele é político e de fomentar participação, porque é só assim que a gente vai chegar a uma democratização. Porque também a gente não pode fazer o que os outros já fizeram, uma coisa de cima para baixo. É um entendimento coletivo que deve levar o que é melhor pra comunicação do Brasil. Isso vem da discussão, da deliberação. Nós queremos estimular as pessoas a participarem.

O que mais poderia ser feito pelas organizações?

Tudo que fazemos é numa cota de doação pessoal de tempo, de motivação e

energia. Porque a gente tem nossos empregos, são as universidades, a gente pesquisa, dá aula, funções acadêmicas, se isso fosse uma bandeira de luta e a gente tivesse mais tempo a gente poderia avançar mais com outras iniciativas. A gente não tem muito mais perna. Mas se tivéssemos, deveríamos ter representação em todas as comissões, o VerTV, acompanhar, por exemplo, o debate no congresso brasileiro. Nós sabemos das articulações das comissões que legislam. E nós muitas vezes nos omitimos de participar, de estar lá, ver o que está acontecendo, divulgar, denunciar, porque também temos meios na mão para denunciar. E pelo lado da sociedade civil, por que não articular junto a ongs movimentos de reação da sociedade? A gente vê que a sociedade unida jamais será vencida, mas isso requer uma energia mobilizadora, uma causa, modus operandi, e isso a gente, eu to falando em meu nome, eu não tenho mais perna pra fazer isso.

O que ajudaria as iniciativas da organização a terem mais sucesso?

À 18 anos quando começou a me incomodar o mercado, eu vim pra sala de aula pra multiplicar, falar pros alunos o que me incomodava, talvez entrar em sintonia com alguém e gerar uma rede maior. Eu acho que é o 'trabalho formiga', conscientizar alguém que está ao teu lado. Por exemplo, alguns reclamam dos gastos da exumação do corpo do ex-presidente João Goulart. O que que é 90 mil pra dignidade, a honra e a verdade na história desse país? Eu perguntei isso pra quem me reclamou desse gasto.

O que tu acha que ajudaria a democratizar as comunicações?

Educação para as pessoas, mas uma educação raciocinada. Primeiro, acesso à educação para todos, com qualidade e dar autonomia. Porque eu não quero que pensem igual a mim, mas que tenham autonomia para pensar, não com a cabeça da rede A, B ou C - nem quero que fechem essas redes de comunicação - mas quero, eu cidadão, ter tanta autonomia e conhecimento, que eu possa interagir, desligar e discordar dessa versão oficial. Porque é muito cômodo pras pessoas se acomodarem na versão da mídia poderosa. Então eu acho que a única revolução que vêm é pela cidadania, conscientização cidadã e a educação das pessoas para o melhor no seu país, pro seu país e não pra mim. Um projeto coletivo de país e não o meu interesse particular.

Sinteticamente, o que caracteriza uma comunicação democrática?

Uma comunicação democrática primeiro ela é plural, todos tem voz e tem vez. Tem diversas versões, fontes, meios. E o cidadão pode optar por fazer a sua análise própria. Sinônimo de democracia é pluralidade. Mas essa pluralidade é em amplo espectro: fontes, meios, versões.

A organização emprega esses valores na construção da sua própria comunicação?

Essa é a nossa orientação na ALCAR e na SOCICOM. A INTERCOM é um modelo pra nós.

As manifestações ocorridas em 2013 fizeram e estão fazendo diferença no cenário da democratização da comunicação?

Eu tenho lido e visto muitas coisas sobre pós-junho de 2013. Têm muitas versões, opiniões. O tempo vai nos dizer um pouco o que os jovens querem, o que é esse movimento. Mas o meu sentimento é que começou de um jeito e se desvirtuou no meio do caminho. Tinham pessoas que tavam lá numa boa querendo participar e que mudaram o rumo porque viram que a coisa mudou. Não sei dizer se alguma coisa mudou na democratização, acho que a mídia um pouco se assustou com o impacto e com a dimensão que poderia tomar, meio que reagiu e produziu versões como antídotos, desqualificou - o que ela é habil pra fazer, deslegitimou e eu acho que tinham muitos interesses políticos partidários em jogo, pra desestabilizar um governo que está aí, então eu acho que mistura muita coisa. Eu sempre penso em relação ao que falam sobre a copa - obvio que a copa tomou uma grande dimensão de um grande empreendimento comercial, esportivo é outra coisa que ela tem. Mas o Brasil fez a copa de 1950, eu pergunto se a população reagiu tanto. Não que eu ache ruim, mas eu acho que tem muitos interesses insuflados por aí. Saúde e educação padrão FIFA, sou a favor, mas eu penso por que não colher o benefício desses eventos? A própria mídia fatura. Eu acho que o tempo vai nos mostrar essas coisas.

As manifestações ocorridas em 2013 fizeram e estão fazendo diferença no cenário da democratização da comunicação?

É difícil te dar essa informação. Hoje os sindicatos estão aparelhados, partidarizados e na medida que um ou outro assume eles ficam muito xiitas. E isso não é democracia. Democracia talvez possa ser no sentido da alternância ao longo de um período, mas naquele período eles não são democráticos. Entidades da sociedade civil organizada como a OAB, nas últimas campanhas, são guerras políticas. Não me parece que nós temos associações que praticam essa comunicação. Ainda eu acho que a universidade pública é o melhor reduto. Porque eu não vejo, do ponto de vista da sociedade civil organizada, alguém que me parecesse com essa transparencia e legitimidade toda. É momentâneo, mas não consigo identificar.

Entrevista com Doraci Engel do Comitê pela Comunicação Comunitária e da Rádio Ipanema Comunitária

Doraci Engel é jornalista, especialista em teoria da comunicação e doutorando em filosofia.

Já foi jornalista profissional em várias redações. Ativista, mais de uma década, com rádios comunitárias em decorrência do envolvimento com a criação com uma rádio comunitária - Ipanema Comunitária - e também com inquietação interior que remonta aos primórdios dos debates da redemocratização do país, que antecede inclusive a criação do fórum pela democratização da comunicação (FNDC), que foi uma convivência com o Daniel Hertz e outros intelectuais no curso de jornalismo na UFSC. Onde tomei conhecimento e passei a me interessar por esse tema. Agora meu envolvimento formal é através da Radio Ipanema Comunitária - a qual sou diretor geral - e mais recentemente, um ano atrás, mais ou menos, do Comitê pela Comunicação Comunitária - entidade de âmbito regional que pretende reunir entidades comunitárias interessadas na questão comunitária. Além disso participo também da ABRAÇO no âmbito metropolitano, participo da coordenação da ABRAÇO da região e também no âmbito da ABRAÇO no RS.

O que é democracia na comunicação?

Democracia na comunicação é a realização de um direito que vem sendo sonhado à sociedade brasileira por um processo histórico perverso, eu diria. Em termos práticos, se eu posso colocar assim, seria a concretização desse direito conforme, ou mais ou menos conforme, ele foi constituído na constituição brasileira de 88. Então democracia da comunicação pra mim significa a concretização do capítulo do direito à comunicação da constituição de 88. É claro que há um espaço informal, não institucional, em que poderíamos falar em democracia na comunicação que se traduz na mobilização espontânea da sociedade de diferentes grupos e indivíduos que assumem essa bandeira de uma maneira informal, como uma bandeira prioritária ou como uma bandeira que surge dentro de outras lutas. Na medida que o problema da comunicação é um problema central, transversal, que perpassa todas as formas de organização e de mobilização social.

Por que é importante democratizar as comunicações?

Ela é importante pra assegurar níveis mais elevados de democracia. Fundamentalmente é isso. Ela é absolutamente indispensável para a democracia. e a democracia é um valor indispensável para a liberdade e a liberdade é um valor indispensável para a vida.

O que as organizações que tu participas fazem para democratizar a comunicação?

A minha luta, como eu disse, ela tá muito vinculada a uma determinada ação concreta, prática, que envolve a criação, manutenção e a minha militância em torno de uma rádio comunitária e das entidades, movimentos, iniciativas que decorrem dessa preocupação prática de manter essa emissora, essa entidade operando e atuando da melhor maneira possível. Então o meu envolvimento, do cotidiano de uma rádio comunitária e de algumas instancias de organização mais gerais, que é o

comite pela democratização da comunicação e as questões relacionadas à organização, mobilização e representação das rádios comunitárias através da ABRAÇO.

Eu to envolvido na questão da comunicação essencialmente, na prática e também no ponto de vista de discussão política. E eu acho que a comunicação comunitária é talvez, dos segmentos que foram estabelecidos na constituição de 88 como compondo o sistema nacional de comunicação, eu acho talvez o mais desconhecido e o mais promissor. Só pra lembrar, a constituição de 88 estabeleceu que a comunicação no Brasil seria organizada em 3 sistemas. No modelo tripartite em que os meios, espaço eletromanigético seriam divididos igualmente entre sistema privado, que é o hegemônico hoje, que nós conhecemos, o sistema estatal e público, público-estatal, que é o das rádios e tvs educativas basicamente e o sistema público-comunitário, que traduz hoje prioritariamente pelas rádios e tvs comunitárias. Desses 3 sistemas o mais desconhecidos, o mais incipiente certamente é o público-comunitário, a tal ponto que ninguém sabe exatamente o que é esse sistema, pq que ele tá aí, qual o seu papel, enfim. E essa talvez seja a maior dificuldade que quem atua na área da comunicação comunitária enfrenta. E também dizer que é um problema que não há equidade na distribuição desses sistemas. Eu não to nem reclamando que o sistema público-comunitário não ocupe lá os seus 33% do bolo, entendeu? Não é essa a questão. A questão é que ele é desconhecido, totalmente desconhecido e por consequência discriminado e por consequência mal entendido e por consequência relegado. E isso certamente não é algo que ocorre por acaso, mas é um descaso deliberado. E é esse descaso deliberado que na verdade constitui a preocupação fundamental da ação das entidades que eu faço parte. Então, além de denunciar esse descaso deliberado, nós fazemos o papel de procurar mostrar pras comunidades e pra sociedade de uma maneira mais ampla e especialmente pro poder público, o que que é uma rádio comunitária, pq o poder público deveria estar informando a sociedade o que que é uma rádio comunitária e muitas vezes esse papel acaba sendo delegado pra nós, mais como uma atitude defensiva, no sentido de mostrar que nós temos uma importância estratégica, do que uma obrigação do estado de informar a sociedade de que ela tem um instrumento público a sua disposição e que esse instrumento público é importante para o desenvolvimento do país. Então no fundo trata-se desta questão. Se nós formos analisar de um certo ponto de vista quantitativo, eu não vou dizer que essa divisão ocorra, mas eu também não posso ignorar que o volume de rádio e TVs comunitárias é grande, é significativo. Eu não sei precisamente, mas é algo como 4500 ou mais rádios comunitárias outorgadas no país, mais de 450 rádios comunitárias outorgadas no RS, que é um volume expressivo, em termos estritamente numéricos - não to falando de alcance - é um volume maior que do sistema privado, tanto no país quanto no estado. Não há 450 rádios privadas no estado, nem há mais de 4 mil, parece que são 2 mil, perto de 3 mil rádios comerciais. Então, nota-se que a questão não é essa, de outorga. A questão é que as rádios comunitárias que estão aí não tão cumprindo o seu papel. E a sociedade

está totalmente despreocupada em relação a isso, pq ela não sabe qual é o papel que a rádio comunitária tem que desempenhar. E isso, em última análise, é uma obrigação do estado, que é ele que é o poder concedente. Então o estado deveria estar informando a sociedade de que as rádios comunitárias são um serviço que tem tais e tais fins. Inclusive instrumentalizando e encorajando as comunidades para reivindicar as suas rádios e TVs comunitárias, pq na verdade esse é um direito que a sociedade tem. E esse direito é um direito estratégico, que interessa ao desenvolvimento do país, de qualquer nação que se queira dizer democrática. É claro que isso tudo pode parecer uma visão ingênua, na medida em que há evidentemente forças que fazem com que esse tipo de ação do poder público não ocorra. Basicamente a questão se resume, com relação a esse setor da comunicação comunitária, em legislação. (...) Nosso problema não é ter menos lei, mas mais lei e mais regulamento. Estamos reivindicando a regulamentação da constituição de 88. (...)

O que mais poderia ser feito pelas organizações?

A comunicação comunitária precisa ser reconhecida como estratégica para a democracia na comunicação e para a democracia como um todo. E para isso eu diria que há duas frentes. Uma seria fazer as rádios comunitárias funcionarem. Outra frente seria da articulação, mobilização das rádios comunitárias junto ao poder público nas suas diferentes instâncias.

O que ajudaria as iniciativas da organização a terem mais sucesso?

Ações de Fomento público, envolvendo múltiplas ações, de educação, fomento financeiro, capacitação... O que realmente ajudaria seria uma espécie de despertar da sociedade e por consequência dos seus entes para a importância da democracia e para a importância de se utilizar da melhor maneira possível os meios que estão aí, entre eles as rádios e TVs comunitárias. (...) todo e qualquer esforço no sentido de se institucionalizar a comunicação comunitária.

Sinteticamente, o que caracteriza a comunicação democrática?

É a comunicação que assegura o direito de comunicar, das pessoas utilizarem os meios de comunicação de massa para se comunicar (...), produzir, difundir os seus conteúdos, seus significados. (...) vai além do direito de expressão (de opinião) (...) distribuição dos espaços para que os diversos segmentos tenham direito de expressar as suas opiniões (...) e o direito à comunicação, das pessoas utilizarem os meios e elas mesmas fazerem o que se chama a comunicação dialógica. (...) que é uma das grandes utopias da comunicação, é uma promessa da evolução tecnológica (...) O modelo que nós temos é do século XIX, onde toda questão da democracia parece que se resume à liberdade de expressão, quando na verdade não é esse o direito que foi impresso na constituição de 88, até pq esse direito, de

alguma maneira já estava previsto (...) mas há um direito emergente, que foi colocado lá na constituição, que é o direito à comunicação, que parece que não existe nas nossas relações.

A Organização que tu participa emprega esses valores na construção da própria comunicação?

Sim, do ponto de vista da rádio esses valores estão expressos na programação. Hoje temos 14 programas que são feitos por moradores e entidades, leigos, pessoas que não seguem qualquer padrão (cliche) da rádio comercial nas suas práticas. (...) Aqui o ouvinte não pede música, ele faz a rádio. (...) O ouvinte consumidor não nos interessa. Tentamos tirar do ouvinte a concepção passiva de consumidor

Quais organizações com atuação em Porto Alegre tem como prioridade a democratização da comunicação?

O nosso comitê pela comunicação comunitária, a ABRAÇO, a ANARC, o FNDC e os diferentes veículos, outras rádios webs, bolgs comprometidos, o jornalismo b, a voz do morro, as universidades, de modo geral, a FABICO. Curiosamente essa não é a preocupação de todas as faculdades de jornalismo.. o NUCC é uma iniciativa importante

As manifestações ocorridas em 2013 fizeram e estão fazendo diferença no cenário da democratização da comunicação?

Eu acho que fizeram. Eu acho que essas manifestações prestaram e ainda tem a prestar uma contribuição importante no sentido de desassossegar, criar um certo desassossego aos governos com relação a questão. Concretamente dizendo ao ministério das comunicação, especificamente às rádios comunitárias e eu atribuo isso como consequência das manifestações, atendeu grande parte do apelo, a uma pressão do movimento das rádios comunitárias para alterar a norma 01-2005, se eu não me engano, que continha um monte de barbaridades em relação às rádios comunitárias. Questões como rádio de abrangência, a possibilidade de governo e entes públicos poderem ter uma relação financeira, no sentido de poder aportar recursos de publicidade para as rádios comunitárias. Essa impossibilidade que era totalmente política, digamos assim, foi removida com uma revisão dessa norma. Toda a questão do apoio cultural foi melhor equacionada, permitindo um pouco mais de liberdade para as rádios comunitárias. A questão da fiscalização também, que havia claramente uma perseguição, esse é o termo, perseguição, criminalização das rádios, acho que foi fortemente amenizada. Principalmente um desassossego da opinião pública com relação à atuação e ao papel da grande mídia na organização da sociedade como um todo. Então de repente a mídia virou vidraça explícita. A mídia é vidraça, a grande mídia é uma preocupação histórica dos movimentos sociais que são de alguma maneira vinculada a esse debate. Mas não de uma

maneira generalizada com o clamor das ruas. Essa é uma novidade absoluta e essa novidade absoluta colocou provavelmente pela primeira vez a questão da democratização da comunicação como uma das prioridades na vida nacional. É claro que no meio dessa conversa sobrou também para o jornalista. De repente o Jornalista virou um intermediário indesejável. Aí sim eu acho uma questão problemática, muito problemática. Eu não consigo imaginar uma sociedade sem jornalistas. Francamente, o jornalista tem um papel que é muito importante. E eu acho que é aí, nessa esteira de atacar corretamente a mídia como um alvo de... como um atraso, como algo que precisa ser mudado, endereçando diretamente na questão da necessidade do marco regulatório, de acabar com o monopólio, de todas essas bandeiras históricas, de repente o jornalista entrou junto né. O jornalista como profissional, a atuação do jornalista. Esse é um debate muito interessante, não é um debate nosso aqui, esse debate que se faz no mundo todo em função do avanço das mídias sociais, da internet. Parece que o jornalista profissional perdeu aquela condição ... aquele papel central relevante, indispensável, de organizar as informações, de levar as informações para o todo, para a sociedade. Parece que a blogosfera gera um tipo de informação mais livre, mais democrática. Eu digo parece por que eu não acredito nisso. Eu faço uma distinção muito clara entre o que circula na blogosfera e o que circula na mídia profissional e é resultado de um trabalho profissional. Então é como eu disse no início, uma sociedade sem jornalistas profissionais, sem pessoas qualificadas e muito melhor qualificadas das que nós temos hoje. E aí entra outro problema, o problema da baixa qualificação. Então nós precisamos de jornalistas qualificados e muito bem qualificados para nós termos uma sociedade que realmente respeita o direito à democracia na comunicação. O jornalista é indispensável para a democracia da informação, pq o jornalista que... O jornalista não tem condições de fazer a comunicação dialógica, ok. Mas além da comunicação dialógica a sociedade deve poder expor um serviço de informação democrático e ele só é democrático se ele tem qualidade, se ele atende a determinadas exigências e essas exigências são determinadas pela prática, pela boa prática do jornalismo. Então claro... esse é o rescaldo ao meu ver negativo num certo sentido, mas que certamente vai ser melhor... vai ser depurado no decorrer, etendeu? que é o papel do jornalista. E aí eu to inclusive incluindo o jornalista da mídia corporativa. A mídia corporativa ela presta sim um serviço importante. Nós não podemos pensar uma sociedade sem a mídia corporativa, isso seria impensável na sociedade que nós vivemos. E não só a nossa, isso pode se estender para o mundo todo. Uma mídia corporativa ela é melhor que uma mídia estatal. É preciso ter a mídia corporativa, a mídia estatal e a mídia comunitária. Ter as 3. A questão toda tá no equilíbrio delas. Essa coisa toda de demonizar a mídia corporativa é perfeitamente compreensível quando a mídia corporativa tá concentrada na mão de algumas famílias, quando está comprometida com algumas ideias retrógradas, quando faz um jogo duplo, quando porém essa mídia corporativa respeita os princípios básicos de uma comunicação democrática e é qualificada, com profissionais, ou seja, quando ela se volta pra cultura profissional do jornalista e não pra cultura do dono que é o que ocorre em boa parte dos jornais e

grande veículos. Nós não podemos evidentemente colocar tudo no mesmo saco e dizer... tem um problema sim, tem o problema da concentração, do monopólio e tal, tudo bem, mas mídia corporativa tem um papel a desempenhar e esse papel... pra desempenhar esse papel é indispensável que o jornalista tenha liberdade de atuação, que o jornalista seja respeitado dentro da sociedade como um profissional indispensável para fazer esse trabalho que é informar. Então tem várias questões e subquestões, mas o grande mérito das manifestações foi ter levantado a necessidade de se discutir o problema da comunicação. Pq parece que o problema da comunicação não estava entre as nossas preocupações e de repente ele aparece e aparece explicitamente, tão explicitamente que a mídia corporativa ... (?) mudaram e é pauta da própria mídia corporativa.

Então finalizando eu diria o problema da mídia corporativa, não é própria mídia corporativa em si, é nós não termos os outros sistemas funcionando. Se nós tivéssemos os outros sistemas, o sistema público estatal devidamente protegido, contemplado e institucionalizado; o sistema público comunitário operando em todas as comunidades, formando uma grande massa, uma grande explosão de comunicação dentro das comunidades, devidamente protegido, contemplado e institucionalizado nós não estaríamos tão preocupados com a questão da mídia corporativa. Nós não temos nada, nós só temos a mídia corporativa e parece que é ela, a mídia corporativa que tem que... ela atribui a si o papel de ela sozinha dar conta da opinião pública e isso aí é muito ruim pra qualquer democracia.

Entrevista Rodrigo Comunicador da Rádio A Voz do Morro, coordenador da regional metropolitana da ABRAÇO - Associação Brasileira de Rádiodifusão Comunitária e também sou integrante do Coletivo pela Comunicação Comunitária.

O que é democracia na comunicação?

É uma discussão bastante ampla, posso dar a minha visão da coisa, não tendo tom de verdade. Acho que a democracia na comunicação, nessa conjuntura, acho que seria o direito a todos os setores e segmentos da sociedade de manipular e lidar com a informação. Manipular não no tom pejorativo da coisa, mas de ter direito ao acesso, de transformar e .. tanto na condução como no consumo do conteúdo.

Por que é importante democratizar as comunicações?

É importante porque se tu pegar o exemplo aqui do Brasil, um país que teve atrasos históricos, em vários setores da sociedade, da organização política e muito se deu por conta da desinformação do deserviço que alguns pequenos grupos que controlam boa parte da mídia fizeram ao longo dos anos. Acho que até essa mentalidade conservadora, esse conservadorismo que atua nos mais diferentes

setores, isso se dá muito por conta da desinformação e pela concentração do controle de mídia em alguns pequenos grupos.

O que que a organização que tu faz parte faz para democratizar a comunicação?

Desde que eu comecei a militar eu sempre vi, e o meu grupo, a gente viu a necessidade de ter um contraponto pra essa mídia. Eu comecei aqui organizando, por volta dos anos 2000, 2001, com um grupo de amigos um núcleo do CMI - Centro de Mídia Independente que a gente acreditava que, bom essa mídia que tá aí não serve, não nos presta, a gente tem que construir uma alternativa né. No primeiro momento foi interessante a experiência com o CMI principalmente porque a gente acabou tendo contato principalmente com as rádios comunitárias aqui em Porto Alegre, a gente ficou sabendo que era um grupo grande e na época nos parecia uma opção lógica, mais interessante, porque a gente via que as rádios comunitárias trabalhavam com aquele segmento que a gente queria atingir que era as comunidades, até porque em 2000, 2001 a internet não era tão difundida e o CMI ficava muito restrito à mídia eletrônica, então àquela época a gente achava que não era muito interessante. E a partir daí a gente começou o contato com o pessoal de rádios comunitárias, alguns parceiros nossos, o Doraci vem daí dessa época, ainda a gente se organizava com o CONRAD, que era o conselho regional de rádios comunitárias. Então a gente foi tendo contato com essa realidade e optamos por fazer rádio comunitária. Tem outros segmentos, poderia ser jornal de bairro, poderia ser TV comunitária, mas nós optamos por focar na rádio. Desde então a gente tem feito a luta pra isso. Pela democratização e principalmente pelas rádios comunitárias, que é uma luta histórica. A gente sabe que mesmo com tantos avanços, mesmo no momento que alguns benefícios estão sendo concedidos, a gente que a questão de dar outorga pras rádios ainda é um impasse tremendo.

O que mais poderia ser feito?

Principalmente a descriminalização. Ainda se entende muito pouco o que que é, principalmente a rádio comunitária, que é o ramo que a gente atua. Muito pouco se fala, principalmente sobre isso, muito pouca informação ainda, e sobre a comunicação de uma forma mais ampla, acho que o Brasil tinha que passar por uma discussão séria, sei que já teve alguns momentos aí, o próprio Fórum da Comunicação, a CONFECOM que saíram muitas pautas importantes, mas o problema é que muito pouco disso virou ação né. Não se teve muita concretização e eu acho que a grande bandeira é discutir a regulação da mídia. Regulação não no sentido pejorativo, né que se tem colocado, a gente vê que os grandes veículos colocam a regulação como censura, já fazendo uma defesa prévia dos seus interesses. Daí a gente já vê a necessidade de se pensar um novo modelo de mídia, mas principalmente isso. Regular pra quê? Pra ver como é que tá feita essa distribuição, qual é o papel social dos detentores dos meios de comunicação, para que que a gente quer... a serviço de quem a comunicação tem que tá nesse país...

acho que é por aí

O que ajudaria as iniciativas da tua organização a terem mais sucesso?

Hoje na Abraço, principalmente a grande pauta, além da questão histórica das outorgas que é realmente um impecilho, em Brasília as coisas não andam, dificilmente se abre edital. Acho que um dos pontos era esse, a abertura de editais, acho que a conversa, a explicação, divulgação sobre o que que são as rádios comunitárias e outra coisa que pega que é a questão do financiamento público, que afinal de contas as rádios comunitárias prestam um serviço público e não tem contrapartida alguma, algumas poucas iniciativas, todo mundo sabe que é vedado às rádios e elas não devem fazer, por exemplo, propaganda, merchan, vender espaços, isso aí realmente não é o propósito, mas a gente tem que ter uma alternativa, porque elas geram um custo, tem um gasto, e acho que deveria se pensar canais sérios de financiamento desses trabalhos.

Sinteticamente, o que caracteriza uma comunicação democrática?

Acho que é aquela que oferece espaço principalmente pra aquele que não tem, que não tem voz. A gente sabe hoje na mídia quem é que ocupa os espaços, quem é que tem voz. acho que democratizar de verdade é dar, empoderar quem tá de fora, quem tá excluído das grandes mídias.

A organização que tu participa emprega esses valores na construção da própria comunicação?

Com certeza. Principalmente uma das coisas que pegou aqui quando a gente começou com a rádio foi essa questão do empoderamento. A gente via como o microfone assustava. Quem tá aqui as vezes é quem tá aqui com a gente na rua, nosso vizinho, morador do bairro. O primeiro contato das pessoas com o microfone, sabendo que estão na rádio, é um desafio. As pessoas crescem acreditando que existem profissionais da comunicação, pessoas que tem treinamento isso, que estudaram pra aquilo, e que ela não tem aquela capacidade. Aqui a proposta, a princípio, não é tornar ninguém um profissional da comunicação, mas abrir um canal pra que a pessoa se expresse, se manifeste, assim como tu tá falando com um vizinho, só que tu tá falando com o microfone e tá ampliando um pouco o público, quem tá te escutando. E também a gente procura inverter um pouco essa lógica que tinha da comunicação, que existe o comunicador, o receptor e a mensagem. Porque aqui o comunicador também é receptor, porque ele também vive aquilo que ele tá falando e as vezes ele também tá recebendo essa mensagem.

Quais organizações com atuação em Porto Alegre tem como prioridade a democratização da comunicação?

Não só em Porto Alegre como na região metropolitana, acho que as rádios comunitárias que tem atuado nesse setor, principalmente as que procuram tá organizadas, além de tarem fazendo rádio, também tá fazendo a luta. A nossa ferramenta que nós escolhemos é a Abraço, que é uma iniciativa nacional, tem a organização estadual, tem as regionais, que no caso a nossa é a metropolitana. Tem muito grupo de mídia, principalmente jornais independentes, pessoal que cria, que tem blogs, sites,... nomes: coletivo catarse, coletivo que faz comunicação muito bom, assim, excelente trabalho, principalmente documentários, o jornalismo B, o barão de itararé, o Sul21, que faz jornalismo responsável, tem a TV comunitária, agora não me lembro o nome, o triste é que ela passa só no canal fechado, TV POA, ela é pra ser uma TV Comunitária, mas até por conta da pouca informação o pessoal não sabe, o pessoal ainda não se empoderou desse instrumento e ele fica restrito a canal fechado hoje. E tem vários outros coletivos e grupos, mas agora lembrar do nome de um por um é meio complicado.

As manifestações ocorridas em 2013 fizeram e estão fazendo diferença no cenário da democratização da comunicação?

Acho que o que veio com as manifestações foi, veio a tona a tona essa discussão porque ficou claro o papel que jogou a mídia corporativa, num primeiro momento sempre tentando criminalizar as mobilizações, querendo diminuir, mesmo agora, tu vê que eles sempre batem na tecla do vandalismo, qualquer manchete de hoje, de amanhã, da semana que vem, se tiver manifestação, o destaque vai ser “termina em vandalismo” e em junho, principalmente quando teve as grandes manifestações a gente pode perceber uma tentativa da grande mídia pautar as grandes mobilizações e transformar em qualquer outra coisa. Por exemplo, uma pauta que não tava sendo puxada pelas mobilizações, aquele “fora Dilma”, que praticamente tava virando as grandes manifestações. Não era isso, o cenário de insatisfação era com a política institucional como um todo. não era pra atingir esse ou aquele partido e tampouco era pra fazer aquilo que a gente viu, por exemplo em São Paulo aconteceu muito, o pessoal, aquela... antipartidarismo, a pessoa confundiu apartidarismo com antipartidarismo, gente que levou bandeira de central sindical foi agredida, muito por conta daquela visão senso comum que a gente viu que a mídia corporativa levou pras mobilizações, mas ficou claro, ficou evidente a maneira como eles trataram a questão, sempre criminalizando, sempre jogando pro isolamento, pra tentar afastar, e de certa forma conseguiram isso, que se tu vê um descréscimo no número de pessoas diminuindo, muito por conta do que se noticia, no final da marcha é sempre o vandalismo, sempre a violência e pouco a presença da pauta, que ainda é muito positiva, ainda tem muita coisa a ser mudada. Eles não focam por exemplo que mesmo depois das grandes manifestações muito pouco de concreto foi encaminhado, o congresso não mudou, pautas que diziam que iam avançar não avançaram, travaram em um empecilho ou outro, ficam apostando na criminalização e no esquecimento. Eu acho que o pessoal que se mobilizou, que foi pra rua, percebeu isso. Principalmente no trato que tiveram com a .. o trato que a polícia teve

com o pessoal que tava indo cobrir as manifestações também. A atitude que eles tem com os jornalistas. Parece que apenas a grande imprensa podem noticiar, os pequenos grupos tavam sendo tratados como marginais, como se fosse proibido cobrir a ação do estado nas mobilizações.

Tu acha mais no sentido de se ter sido evidente a manipulação da mídia?

Sim, tinha muita gente envolvida. Deram um passo maior que a perna, o pessoal foi pra rua e tava consciente do que tava fazendo e sabia que não tinha nada a ver com aquilo que tavam lendo. E muita gente hoje que não tinha acesso, por conta das redes sociais fica sabendo do que tá acontecendo. Por exemplo, esse caso agora que teve do Amarildo. Era tipo o caso que era pra cair no esquecimento e só ficar o discurso de que onde chega a UPP tem paz, mas tu descobre que onde tem UPP tem tortura, agora foram mais de 20 policiais envolvidos. Tu vê que tem vários outros casos acontecendo, ao mesmo tempo que a mídia tava tentando jogar pra um lado de que o cara tinha envolvimento com tráfico, com drogas - provavelmente teria passado despercebido se as pessoas não se revoltasse, não divulgassem, não tivesse tanta informação circulando sobre isso aí.

Entrevista com Alexandre Haubrich, do Jornalismo B

1) O que é democracia na comunicação?

Democracia na comunicação é a existência legal e prática de um modelo de comunicação onde esteja garantido não apenas o direito humano à informação, mas também o direito humano à expressão. Necessita-se, para isso, de uma sociedade civil forte que possa construir em suas bases uma multiplicidade plural de espaços de comunicação midiática (mediada), ao mesmo tempo em que são necessárias limitações na propriedade dos veículos de mídia, de forma que o poder econômico não seja um entrave à circulação múltipla e plural de informações e visões de mundo. Outro elemento fundamental é o controle das concessões públicas de rádio e televisão com o objetivo de garantir o acesso da sociedade organizada a esses meios e uma programação que tenha como pressuposto a informação como construção nascida da cidadania e voltada ao fomento de cidadania, e não a informação como mercadoria a ser vendida a um consumidor.

2) Porque é importante democratizar as comunicações?

A comunicação é um direito humano, e quando uns poucos tem grande possibilidade de comunicar suas verdades e outros muitos – quase todos – encontram limitações relevantes ao usufruto desse direito, a sociedade não pode ser considerada democrática. Nesse sentido, democratizar as comunicações é, além de importante em si, uma forma de avançar nas lutas pela democratização da sociedade, pela emancipação do povo.

3) O que o Jornalismo B faz para democratizar as comunicações?

O Jornalismo B entende que é papel da mídia alternativa não apenas atuar por seu próprio espaço, mas lutar para que todas as pessoas tenham essa possibilidade. Nesse sentido, além de procurar apresentar um discurso sobre o mundo vinculado às diversas lutas populares – e isso contribui também para democratizar as comunicações, já que é uma relação dialética a que há entre as batalhas por conquistas sociais –, o Jornalismo B tem a luta pela democratização da mídia como ponto fundamental, e desenvolve essa luta através de um esforço de desconstrução dos discursos da mídia dominante – eminentemente elitista e com vocação monopolística – e de conscientização sobre o direito e a necessidade de uma comunicação horizontal e popular.

4) O que mais poderia ser feito?

Muito ainda pode e deve ser feito, mas há que se ter em conta que essa precisa ser uma construção coletiva, na qual cada setor tem um papel diverso e complementar. Para a mídia alternativa, o fundamental é ter consciência de seu lugar de reprodutor e facilitador discursivo e cumprir essa tarefa com a noção de que, sob a perspectiva da esquerda e das lutas populares, a solidariedade e o olhar para o outro é ainda mais importante do que o olhar para si. Nesse sentido não se pode perder de vista a necessidade de fomentar e lutar para facilitar a existência de mais e mais espaços de mídia, ao mesmo tempo em que é preciso avançar na construção da consciência sobre essa necessidade e esse direito.

5) O que ajudaria ao Jornalismo B ter mais sucesso nas suas ações pela democratização das comunicações?

As dificuldades enfrentadas pela mídia alternativa são semelhantes. Para o Jornalismo B e para a maioria dos espaços de mídia alternativa a questão do financiamento é bastante problemática, inclusive por ainda não termos conseguido avançar na consciência de que falava anteriormente. Ainda não há a percepção social de que é necessário financiar coletivamente a mídia alternativa. Outro problema é a dificuldade de se trabalhar coletivamente com a preservação da diversidade. Quer dizer, não se pode perder a pluralidade que há no interior do conjunto de veículos, mas é necessário que se trabalhe de forma mais coletiva e menos segmentada e sectária – mas esse é um problema geral da esquerda, e não apenas da mídia alternativa, que nesse caso tem especificidades mas mantém o padrão geral.

6) Sinteticamente, o que caracteriza uma comunicação democrática?

A possibilidade de que o povo possa se expressar de forma organizada e consciente

sem obstáculos impostos pelo poder político – como acontecia durante a Ditadura Militar – ou econômico – como segue acontecendo até hoje.

7) O Jornalismo B utiliza esses princípios na construção da sua própria comunicação?

O Jornalismo B procura possibilitar espaços para que todas as correntes de esquerda comprometidas com as lutas populares tenham espaço tanto no site quanto no Jornalismo B Impresso. Também procuramos construir parcerias com sindicatos e atuar de forma conjunta com movimentos sociais, destacando em nossas pautas as lutas populares. Entendemos, porém, que apenas coletivamente, com parcerias mais profundas entre os diversos espaços de mídia alternativa e os movimentos sociais, é possível aplicar efetivamente princípios democráticos mesmo dentro da mídia alternativa, e esse é um processo ainda em disputa e ainda em construção.

8) Os protestos/manifestações de 2013 tiveram alguma influência nas questões que tangem a democratização das comunicações? Qual?

Certamente. Houve, principalmente, um avanço da consciência geral sobre a realidade coletiva. As pessoas comumente percebem sua própria realidade, mas não tomam contato com a realidade coletiva, com a dinâmica social coletiva, e por isso acabam naturalizando o discurso da mídia dominante sobre essa realidade e o modelo de comunicação que sustenta esse discurso. Com o aumento da participação – e o legado de mobilização que foi constituído – as pessoas passam a tomar consciência da realidade coletiva, e dessa forma começam a perceber problemas e necessidades que antes lhes eram ocultados. Com isso vem também a percepção sobre a necessidade de uma outra mídia, de uma outra comunicação.

9) Quais entidades/organizações, com atuação em Porto Alegre, tem a pauta da democratização das comunicações como prioritária?

Difícil falar em democratização das comunicações como prioridade. Essa geralmente é uma pauta integrante de diversos movimentos, como o Levante Popular da Juventude ou o próprio Bloco de Lutas, mas acaba não sendo central.

Entrevista com Celso Schöder, presidente da Federação Nacional dos Jornalistas e da Federação dos Jornalistas da América Latina e Caribe (Fepalc), vice-presidente da Federação Internacional dos Jornalistas, membro do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, ex-Coordenador do FNDC (de 2001 à 2011).

O FNDC foi construído pela FENAJ. Agora está fora da coordenação e crítico a ela.

O que é Democracia na comunicação?

É a percepção que está constituída no mundo. Fomos vanguarda nesse debate, pois quando democratiza-se o país, o cerne do debate, o novo poder tava constituído a partir de uma herança que não conseguiu resolver-se com a nova constituinte. Uma herança autoritária, oriunda do período ditatorial, no setor de comunicação. Isso se manifestava de diversas maneiras, da maneira mais visível era uma enorme concentração dos meios, uma verticalização, o modelo adotado no período militar, no sistema de afiliadas e produtoras que a Globo fez com grande sucesso. Mas não só isso, ou seja, era um modelo de comunicação concentrado no ponto de vista da propriedade, mas principalmente privatizado, no sentido de não dar conta da natureza da comunicação que era essencialmente pública. Nós fizemos, como todos setores, disputas na assembléia constituinte, formamos uma frente por melhorias democráticas na área da comunicação, a FENAJ conduziu esse debate, e quando chegamos ao final da constituinte, vimos que embora no Brasil a constituição brasileira tivesse conseguido implementar a democracia - embora o PT não tenha assinado naquele momento, mas implementou avanços muito importantes, por exemplo, na área do meio ambiente, na área da saúde constituimos um modelo exemplar pro mundo - na comunicação tinha sido um desastre. Pois percebemos que nesse período ditatorial tinha-se constituído uma nova elite no Brasil na área da comunicação, essa nova elite era diferente da anterior, quando o Chatô(eu)brian (?) tbm teve um imperio, um sistema de comunicação concentrada, rico e poderoso, mas não chegava aos pés do novo modelo, ou seja, a forma de afiliadas o modelo e a transferência de dinheiro público pra esse setor havia, primeiro, enriquecido o setor e surgido grandes famílias que dominavam a comunicação do Brasil, mas principalmente dado poder a esse setor. Então, eles surgiam como uma elite economicamente poderosa, mas principalmente politicamente poderosa que impediu que se fizesse qualquer incidência do ponto de vista constitucional sobre os privilégios adquiridos no período da ditadura. [Na constituinte] O resultado foi um capítulo muito pobre que, embora garantisse a liberdade de expressão - obviamente não podia ser diferente, pois a luta contra a censura na imprensa havia sido o mote da luta pelas liberdades democráticas. No período da redemocratização a sociedade brasileira toda se uniu, pois sabia que essa era a luta pra acabar com a ditadura e não incidiu sobre essa elite. Essa elite se protege nesse período de censura, imaginando que se possa esquecer que na verdade foram eles quem haviam viabilizado, inclusive, o golpe. O Juremir (Machado) diz muito acertadamente que o golpe no Brasil, antes de ser militar, havia sido um golpe civil midiático, ou seja, os poucos jornais que foram contra o golpe haviam fechado e os que estão aí ou surgiram nesse período ou se alimentaram dele, o Estadão mesmo e a Folha de S. Paulo. É claro que o Estadão a partir de um certo período com seus interesses contrariados abandona a trincheira dos militares, e aí é censurado, e a Folha de S. Paulo no último ano, espertamente, arranca a bandeira das diretas do movimento social e sai com a bandeira por aí e apresenta-se como o jornal da liberdade. Na verdade (esses veículos) foram cúmplices da ditadura e implementaram um modelo

muito concentrado, que era um problema, mas principalmente impermeável à ideia da dimensão pública da comunicação, portanto privatizando essa comunicação a partir dos interesses múltiplos que a legislação, ou sua ausência, permitiram, por exemplo, de propriedade cruzada e de atuação em outros setores da economia - o que é uma promiscuidade insuportável para outros países - e a relação direta entre política e comunicação através de testas de ferro e através de proprietários. A prova disso é que os atores principais do final da ditadura e do início da democracia brasileira - inclusive os presidentes da república, do congresso, da câmara, do senado - todos eles eram oriundos de afiliadas da rede Globo. Então a Rede Globo sustentou a ditadura e bancou o início da redemocratização a partir de um modelo conservador, que não mexesse nos privilégios das elites como um todo, mas principalmente da nova elite que passava a dirigir o país. Com esse diagnóstico, ou seja, o que que nós chegamos à conclusão é que não se instala a democracia no país, se nós não conseguimos imprimir a esse segmento os elementos e parâmetros democráticos. Portanto temos que democratizá-lo! Como fazê-lo? Aí (?) mudamos um pouco o paradigma, que era clássico, leninista, que era imaginar uma imprensa a serviço do proletariado, a serviço do partido e atuando como uma espécie de grilo da consciência dos trabalhadores. Isto é abandonado e surge um conceito que me parece coerente com os movimentos políticos do período, que era de controle público, ou seja, entender a partir das experiências dramáticas que o mundo havia sofrido ou com o socialismo real, com o estado que exorbitava suas atribuições e sonegava liberdade, ou os períodos das ditaduras de direita na América Latina, etc, que também demonstrava que o estado - aquele ente que durante que durante muito tempo os stalinistas, em fim, todos nós de alguma maneira, os nacionalistas, atribuíam uma dimensão quase exclusiva de representação pública, não poderia fazer isso, senão ele se tornaria aquele ser autoritário e antilibertário que aquele período tinha nos dado. Portanto, nós tínhamos que atribuir a ele a dimensão pública de um controle, essa ideia de que o PT, de alguma maneira, trás de grande novidade para o mundo, não só para o Brasil, pq ele incorpora essas tendências internacionais, os trotskistas, o movimento sindical, da igreja e principalmente o conceito, da experiência funesta e desastrosa do socialismo real, de que nós não poderíamos confiar no estado, mesmo no estado socialista. Que portanto precisaríamos ter mecanismos de pesos e contrapesos, como os estados democráticos traziam, de orçamentos participativos, coselhos, etc., que eram importantes para dentro do partido e para fora através dos seus militantes. E é engraçado que o PT, embora todo movimento pela democratização da comunicação tenha sido feito por petistas, o PT nunca absorveu essa bandeira, e quando absorve, o faz de uma maneira desastrosa, como foi agora nesses últimos momentos, chegando atrasado, quase inviabilizando a possibilidade de um marco regulatório na medida que o PT se apresenta como o grande postulador. Não foi ele quem fez isso, as bandeiras que estão lá não são dele, o PT não participou da CONFECOM, não foi como partido pra CONFECOM, nós sempre criticamos internamente. Eu fui secretário do partido e sempre critiquei a incapacidade do PT entender estrategicamente a questão da comunicação. E quando se move, move de uma

maneira tática, não estratégica denovo, muito desastrosamente.

Esse movimento que nós fazemos, e vários militantes, principalmente por dentro da FENAJ, vai no sentido de que para fazer essa mudança, atribuir democracia a esse segmento poderosíssimo que está aí constituído, que nos derrota na constituinte, e faz esses cinco artigos, nenhum deles regulamentado, nos liquida no debate da constituinte - só com um movimento muito grande, para além daqueles que tínhamos conseguido constituir na constituinte, que eram os trabalhadores da área de comunicação, os jornalistas, um pouquinho de radialistas, alguns atores, e só, e o grande Daniel Hertz, que era jornalista e professor de Santa Catarina, primo do Tarso Genro, primo do Adelmo, grande teórico do jornalismo, no meu ponto de vista, do mundo! o Adelmo é o cara que pensa da melhor maneira possível do mundo, produz o que eu acho que é única teoria do jornalismo que tem aí, é a do Adelmo, portanto tinha uma origem, o Adelmo e o Daniel tinham um mesmo olhar. O Adelmo morre muito cedo e o Daniel imprime nos jornalistas brasileiros esse conceito de que, mesmo do ponto de vista sindical, se nós não mexêssemos no sistema, se nós não reorganizássemos a comunicação no Brasil, seria inócua a nossa luta, por que nós estamos enfrentando talvez um poder nunca constituído, inédito no mundo. Não é atoa que a BBC vem pra cá fazer um documentário chamado Muito além do cidadão Kane, que é uma frase do Chico Buarque, que com a sua genialidade, diz para um repórter da BBC quando lhe perguntam: mas esse poder que tá aí?. Pra tu ter uma ideia, se o Orson Wells quando fez o cidadão Kane imaginou a possibilidade de um dono de jornal postular a ser presidente, no Brasil nós temos alguém que já fez vários presidentes, desfez vários presidentes, que fez e montou a política brasileira, que é o dono da Rede Globo, portanto Muito Além do Cidadão Kane passa a ser o nome do documentário e que dava uma expressão da dimensão do poder que esse segmento e essa rede particularmente tinha adquirido no Brasil.

Qual é a proposta que nós fazemos? O Daniel propõe pra FENAJ, a FENAJ incorpora uma tese aprovada em 92 em Santa Catarina, assinada pelo Daniel Hertz, pela Beth Costa que hoje é secretária da FIRJ e pelo ex-presidente da FENAJ, um jovem estudante, que era o Sergio Murilo, e esses três aprovam uma tese, que é o sistema de congresso da FENAJ, e essa tese passa a ser incorporada na política da FENAJ, e a partir dessa tese aprovada, o Daniel pega embaixo do braço e faz um documento, chamado Proposta dos jornalistas à sociedade civil, que é essa tese aprovada lá em SC, e ele sai pelo BR a montar um modelo que era bastante leninista, que era a estrutura do FNDC, que tinha por objetivo, primeiro, constituir um movimento muito maior do que o movimento dos jornalistas, radialistas, ou seja, trabalhadores de comunicação, por que era muito grande o poder. O Daniel dizia que nós temos que fazer tipo um movimento de “diretas da comunicação”, reorganizar a sociedade, assim como a sociedade se moveu pra impor as diretas e redemocratizar o país, nós temos que conseguir democratizar a comunicação. Estamos conseguindo agora. Aquilo que começamos há 30 anos atrás eu acho que está começando a se constituir, com todos os seus vieses e contrapontos, mas que é uma agenda nacional que tenha que ter compreensão de que há um déficit de democracia na comunicação brasileira e a partir disso organizar a sociedade pra

exigir do sistema de comunicação brasileira ordenar-se a partir das lógicas democráticas. Quais são essas lógicas democráticas, seus princípios? É que todos nós estamos dentro de um estado, submetidos a princípios reguladores de poder, inclusive este poder que está aí. Claro que é um poder muito específico, muito peculiar, por que está sentado sobre um princípio que é da liberdade de expressão. Então quando nós nos movemos para regular, pra atribuir a ele uma dimensão de submissão a alguns princípios, esses caras que estão ancorados nesse poder levantam a bandeira da liberdade de expressão e se utilizam dela, embora tenham sido os que apoiaram, participaram da ditadura, foram cúmplices de assassinatos de jornalistas, hoje saem com as bandeiras da liberdade de expressão. Por que é peculiar, por que ela é muito complexa, ela não é simples.

Qual é a grande importância da democratização da comunicação?

Se nós não conseguíssemos constituir essa democratização desse segmento, nós não teríamos a democracia no país. Esse déficit comprometia a democracia no país. E quando seria resolvido? Nunca. Essa é uma diferença que nós temos dos movimentos messiânicos. Sabemos que essa luta é muito interessante e complexa, pq não é uma luta de hegemonia como querem meus amigos companheiros de esquerda no movimento. A minha luta sindical sim é uma luta de hegemonia. Eu sou um dirigente sindical pq eu quero ganhar espaço do ponto de vista dos interesses daqueles que eu represento. A minha luta de partido é uma luta de hegemonia, pq eu quero que o meus companheiros de partido ganhem e estabeleçam a nossa vontade e eu me articulo para isso. A luta da comunicação não, eu não luto para que os meus tenham voz, eu não luto para que eu tenha voz, meu grupo, meu partido, nem mesmo a minha classe social tenha voz. Eu luto pra que o outro tenha voz. É uma luta que não está centrada sobre a hegemonia e a esquerda brasileira não consegue compreender isso e portanto quando se move em relação a comunicação, se move da mesma maneira autoritariamente como fez o segmento que constituiu esse modelo antidemocrático, não representativo, concentrador, empobrecedor, pq centralizou no eixo Rio-São Paulo. Foi um sucesso esse modelo do ponto de vista da Rede Globo. E nós usamos exageradamente a Rede Globo como exemplo, inclusive nesse momento o grande problema se chamam telefônicas, que é um outro estágio da comunicação hoje, perigosíssimo, e que o Brasil tá imerso nessa disputa e denovo o movimento social e os partidos políticos, sem saber compreender, sem atuar e quando atuando, atuando a partir do interesse dos players.

O que a FENAJ faz pra democratizar a comunicação?

O FNDC. Nós sabíamos que essa luta era muito maior que nós. O FNDC foi a frente principal de atuação, assentada sobre alguns princípios, primeiro de que deveríamos atuar na organização da sociedade, portanto montar comitês por todo o país, um princípio leninista, de organização por base do movimento e o segundo, de produção

de política pública. E nos acusavam até hoje de que nós nos privilegiávamos da política pública, e é verdade, nós apostávamos na na incidência sobre a produção de políticas, por exemplo que foi o FNDC, foi o Daniel quem fez a lei do cabo, que constituiu os canais de TV do senado, por exemplo, mas mais do que isso, e esse era o princípio mais revolucionário que tinha, é que obrigava as empresas que explorassem os canais de TV a Cabo de conduzirem seus concorrentes. Por exemplo, se eu tenho o direito de usar esse serviço, eu sou obrigado a disponibilizar um espaço para o meu concorrente passar e era um elemento antimonopólio fundamental que infelizmente nós não conseguimos implementar por uma atuação das teles, capitulação completa do governo federal, naquele momento do Fernando Henrique, e depois por uma timidez exagerada dos governos petistas em relação a isso e agora enterrou-se a lei do cabo como talvez a maior traição que possa se fazer ao movimento ao se fazer o chamado PL 29 defendido pelo nosso partido, apresentado como um elemento revolucionário na medida que obrigou as empresas de televisão a cabo a darem 30% de produção regional, que é uma reivindicação antiquíssima nossa, mas por outro lado abriu sem nenhum tipo de filtro e de controle este serviço de radiodifusão para as teles. Ou seja, demonstrando uma sintonia escandalosa, do ponto de vista legal, e perigosíssima, do ponto de vista político entre interesses, e não é novidade, as teles haviam sido construídas com a privatização da telefonia do Brasil pelo Fernando Henrique, e ta no centro de todos os escândalos dos últimos anos, do mensalão inclusive, estão as Teles e o seu Daniel Dantas, transitando de um partido para outro sem nenhum constrangimento e muito perigoso do ponto de vista democrático.

A Luta da FENAJ passa a ser pelo FNDC, por isso o Daniel assume a coordenação durante muito tempo e eu assumo durante essa última década, praticamente o tempo todo.

Teve grandes momentos de debate, por exemplo, o primeiro foi a tentativa de construir um marco regulatório lá nos anos 90. Nós enfrentamos não só a direita, como também os segmentos que se apresentavam como a esquerda, na verdade era um movimento populista que atribuía a esse marco regulatório uma dimensão meio fetichista de que ia resolver todos os problemas. Nós enfrentamos isso e combatemos isso e estabelecemos como a lógica de não reduzir as lutas a essas bandeiras simplórias e improdutivas e na verdade constituir avanços muito concretos sobre elementos, sobre leis, tentando reverter uma prática que o Brasil tinha, a partir desses interesses, que era, primeiro, de não legislar e, segundo, de quando legislar, legislar pontualmente a partir de interesses econômicos muito determinados. isso fez com que nós tenhamos um marco regulatório na área da comunicação quase inexistente, muito rarefeito, desconexo, atomizado, improdutivo do ponto de vista democrático e portando muito produtivo do ponto de vista econômico, ou seja, que mantém os privilégios.

A FENAJ continua integrando o FNDC?

Nós saímos da coordenação quando há dois anos atrás, nós, a FENAJ já disposta a sair da coordenação do FNDC, articula para que o Conselho Federal de Psicologia (CFP) entrasse, pq para nós o CFP representava o que nós imaginávamos lá no início do FNDC, de que o movimento social, a sociedade brasileira, deveria conduzir essa luta. O Daniel sempre usava uma expressão atribuída ao Churchill que guerra era uma coisa muito importante para ser conduzida só por militares. Então a comunicação é também uma coisa muito importante para ser conduzida só por jornalistas. Precisava-se que a sociedade se integrasse a isso. E produzimos, o CFP foi o segmento social que mais se apropriou disso, mais militou nisso, e nós achávamos que era importante, até pq nós vimos alguns setores, um pouco oportunisticamente, se moverem em direção a pegarem o FNDC, pq o FNDC fez alguns movimentos importantes, depois recuamos e começamos a produzir algumas legislações importantes, eu falei da lei do cabo, foi o FNDC quem pauta o debate sobre a digitalização do Brasil, esse debate não ocorreu em outros países, pq o movimento social não o fez, no BR nós fizemos esse debate a partir do Conselho de Comunicação Social, que foi a única vitória que nós tivemos, foi o conselho de comunicação social do congresso nacional, que é a única coisa que veio, e só foi implementado 11 anos depois, onde a FENAJ faz parte, o Daniel foi presidente desse conselho durante muito tempo, e fizemos uma luta por dentro quando inicia-se a digitalização do país, atrapalhada de novo, o FHC fazendo um debate sobre qual era o modelo de digitalização, nós pautamos no congresso nacional o debate, o congresso subsidia bastante bem o movimento e nós conseguimos impedir através da FENAJ, produzimos um documento intitulado 12 problemas da digitalização, e com esse documentozinho na mão trancamos o processo de digitalização do país, o FHC recuou e deixou na mão do Lula. Quando o Lula inicia o debate, nós apresentamos ao Lula, ele incorpora o projeto de democratização ao seu programa, num primeiro momento, e num segundo momento esse programa desaparece no seu primeiro governo, mas o Lula propõe a criação de um local de debate sobre a digitalização, que foi uma das coisas mais importantes que o país já fez. 3 câmaras setoriais, onde nós participamos junto com as empresas de comunicação, a Globo, as Teles, junto com as empresas de indústrias, a Phillips, ou seja, era um local muito privilegiado, muito importante, aonde se faz o debate sobre digitalização, reproduzimos documentos muito importantes, durante um certo momento capitaneamos inclusive o debate, houve momentos em que o Daniel já estava doente, ele morre em seguida, mas capitaneamos o debate, eu chegava a conduzir o debate com as Teles de um lado, as empresas de outro lado e a indústria nos apoiando. Chegou um momento em que a indústria, nos apoiou pq percebeu que o que estávamos apoiando era, primeiro, não atendia interesse nenhum, era um interesse difuso e principalmente pq estávamos acenando e meio que obrigando que o estado brasileiro deveria finalmente optar por um modelo de serviço, ou seja, o estado dizer qual era o modelo de serviço para que os modelos de negócio fosse decorrentes daí e não fazer como tinha acontecido sempre, que os embates entre os atores econômicos determinassem o modelo de negócio e a partir daí o modelo de serviço era decorrente. Nós conseguimos fazer esse debate que foi muito

interessante, até a chegada e a mudança de comportamento do governo. Infelizmente o governo Lula na sua composição de estrutura, reservou ao Ministério das Comunicações o local de sempre. Ou seja, não mudou, não tirou o herge(?) de balcão de negócios que já havia se estabelecido desde o FHC e antes. E reserva esse balcão de negócios ao PMDB e principalmente não atribui a esse local um local de decisão política. Então por isso que passam por alí o Miro Teixeira e finalmente o Hélio Costa. Quando o Hélio Costa chega, nós estamos fazendo um debate interessante, já conseguimos tirar uma missão brasileira pra ir à China, mostrar que havia uma tecnologia chinesa que talvez nos interessasse, enfim, está se diluindo o debate e ele não está mais em qual é o modelo que vamos fazer, era mais ou menos convergência. Infelizmente naquele momento chega o Hélio Costa, a Rede Globo recupera força e a partir de um documento de 50 páginas que o CPQD tinha feito, que é uma entidade de pesquisa que produz um documento muito importante, nós havíamos feito depois de uma imersão de uma semana em Porto Alegre, com várias organizações, produzimos uma resposta ao CPQD, também um documento muito interessante com mais de 60 páginas e a Globo apresentou uma página, onde ela reivindica o modelo japonês, que significava a menor convergência possível, pq assim não se colocava em risco o modelo de negócios, pq a convergencia significava que ao digitalizar o sistema brasileiro, nós tiraríamos, do ponto de vista técnico, a diferença entre comunicação e telecomunicação. Tudo passará a ser um zero e portanto do ponto de vista técnico, tecnológico, não tem mais diferença entre voz, dados, música, jornalismo, o que for, eu faço tudo no mesmo sistema, no mesmo fio, no mesmo local. Ao fazer isso, permitiria que as teles entrassem no negócio e entrariam privilegiadas pelas condições anteriores que o FHC havia constituído, de privatizar um modelo, constituir um monopólio tão poderoso quanto o da Globo, do ponto de vista político, mas do ponto de vista econômico cem vezes mais. O que as teles pagam de impostos é duas vezes mais que o lucro de todas as empresas de comunicação no Brasil juntas. Portanto é uma diferença bárbara. E todos sabiam que se as teles entrassem no jogo, todos deveriam entrar submetidos às mesmas regras, mas para fazer isso precisavam criar as regras. E é tão forte na Globo a ideia de não regular, que ela prefere, para não regular, não optar por fazer a convergência. Sabendo que corria um risco, mas por isso que ela faz por 10 anos, e impõe, através do Hélio Costa, um modelo de digitalização capenga, horroroso, o menos convergente, o menos tecnologicamente interessante, para não fazer a regulação, para não fazer o marco regulatório, que seria a salvação da radiodifusão, e nós dizíamos, nós queríamos o mais convergente, sabíamos que isso ameaça de morte a radiodifusão brasileira, então para não matá-la, nós teríamos que legislar. A globo defendia o modelo menos regulado, imaginando que com isso impediriam a entrada das Teles, e por isso propõem o modelo japonês, que era o modelo com alta definição, imaginando que a alta definição ocuparia as bandas de tal maneira que não permitiria a utilização pelas teles. Nós dizíamos que isso é uma bobagem, pq a tecnologia ta comprimindo cada vez mais, e mais eficientemente, e que vocês vão permitir que aconteça a tecnologia da pior maneira possível, ou seja, arrombando a porta, sem nenhuma tecnologia, que é o que tá acontecendo.

Esse foi um momento importante e depois tivemos um momento importante na luta pela democratização, na constituição do sistema público, também o Gil propõem uma agência, que seria a ASINAV. Transformar a ANCINE, que é uma agência reguladora do cinema, numa agência reguladora do audiovisual. Isso quase derruba o Gilberto Gil. Não derruba pq era o Gilberto Gil, senão ele teria caído. Ele reage propondo um debate sobre televisão pública. Já que não iria incidir sobre a televisão, incidiria então sobre a televisão pública. E propõem então um belo debate. Fizemos um fórum em dois momentos, produzimos documentos, um caderno, etc., ... até o momento em que o Lula - em seus movimentos um pouco erráticos na comunicação - tira o Guchiken que já estava sendo rifado, e põe o ex-comentarista da Rede Globo que vem para a secretaria de comunicação. Pois o Ministério de Comunicações sempre foi reservado para o balcão de negócios, então a política de comunicação que o Lula implementa, pq ao contrario do FHC ele procura fazer uma política de comunicação, ele faz no pior lugar possível, que é na secretaria de governo, na secretaria de comunicação, misturando dinheiro com política. O Franklin Martins vem e é atribuído a ele o papel de construir a EBC. Por fora de todo movimento que o Gil estava fazendo no Ministério da Cultura, vários debates, vem o Franklin Martins e monta a EBC. Então nós fomos críticos a EBC, pq a EBC é contruída a partir de uma daquelas coisas que o PT constrói, no modelo da BBC, imaginando que a BBC é a melhor coisa do mundo, a melhor TV do mundo, aliás é uma expressão que o Lauro diz. Há uma influência sobre ele e ele monta uma estrutura igual a da Rede Globo, ou seja, de afiliadas. E nós dizemos que não, que deveria ser horizontal, que tinha que ser parecido com a Norte Americana; nos criticaram por parecer que a Europa é mais a esquerda que a América, mas na verdade é a PBS, que é a organização Norte Americana, é horizontal, muito interessante, pq garante a regionalização dos conteúdos e permite a produção independente. Não esqueçamos que é através dessas é que surge o Vila Sésamo, por exemplo. É claro que a BBC produziu e produz muitas coisas interessantes, mas enfim, é um outro espaço de luta.

E finalmente a CONFECOM. Quando nós percebemos que finalmente as Teles, o sistema de radiodifusão começa a perceber que está ameaçado, que o modelo de televisão digital expôs eles a isso, percebemos que a Bandeirantes começa a reagir, percebemos, enfim, SBT, e tal, nós dizemos que queremos fazer a CONFECOM. Vocês não fizeram o debate da escolha do modelo de negócios, vocês não fizeram um modelo de serviço, mas agora vamos sentar todo mundo e vamos fazer isso. E eu particularmente convenço a Globo e a RBS, pq a RBS daqui do Rio Grande do Sul é uma mais potentes no Brasil, do ponto de vista de inteligência, de ação, são os caras mais preparados estrategicamente inclusive pra assumir a condição de principal rede do Brasil. Não o fazem pq a Globo os impede de fazer. Mas estão na vanguarda de ação política. Com a Globo e a RBS nós vamos ao governo, eu procuro o Tarso, depois o Dulci, os dois se mostram muito simpáticos a ideia de uma confência, aonde nós iríamos fazer, diferente da Argentina, um debate nacional

sobre o marco regulatório, com as empresas inclusive, e produzir um consenso. Essa era uma marca Brasileira, uma marca que o PT tinha trazido, de negociação, o Lula tinha implementado isso, e nós sempre procuramos fazer isso, o FNDC estava marcado por isso. Ou seja, diferentemente de outros movimentos, nós não estávamos brigando pra reorganizar a propriedade da comunicação no Brasil. Inclusive o debate de monopólio, oligopólio é secundário. o Eixo principal do FNDC sempre foi controle público, não propriedade. O controle público significa atribuir, seja qual for a forma de comunicação, a dimensão pública. Pq nós dizíamos: não diferença nenhuma entre a Rede Globo e uma rádio comunitária autoritária, é a mesma coisa. E redemocratizar o país não é fazermos um modelo de uma Rede Globo com o sinal contrário, isso será um desastre se nós fizermos isso. Puxa o modelo chavista que tinha demonstrado a dificuldade, que essa polarização produz, do ponto de vista político, da sociedade, cultural, etc., e nós tínhamos que evitar isso ao máximo. Vamos ao Dulci e o Dulci nos diz: pra fazer esse movimento, acertadamente que vocês estão fazendo, tem que levar ao centro do país. Portanto, nada de demonizar o Hélio Costa, que era uma coisa que eu sempre condenei. Agora estão dizendo que o problema é o Paulo Bernardo, mas se há problema é a Dilma, se houve problema era o Lula. Então vamos ao Lula, centramos o fogo e fomos ao centro de poder e o governo assumiu a CONFECOM.

Esse foi um momento importantíssimo, pq permite - pela primeira vez, entre as tantas outras primeiras coisas que o Lula fez - sentar todo mundo e fazer um debate. Pagamos um preço alto, pra convencer esses cara a irem foi difíssimo, a Globo, no meio do caminho, sabota e sai. Pra nossa sorte nós havíamos convencido suficientemente a Bandeirantes de que o espaço que nós estávamos fazendo não era um espaço de cartas marcada (e essa briga nós fizemos o tempo inteiro com um movimento de esquerda nosso). Nós tensionamos completamente o movimento pra dizer que nós não estávamos fazendo um local de carta marcada, onde nós iríamos ganhar, assim como nós não aceitávamos carta marcada quando iríamos perder. Aceitamos participar por que era uma luta, enfim.

Mas se nós ganhássemos, não iríamos reproduzir a mesma lógica. Isso convenceu setores que ficaram na CONFECOM. Foi importante, foi um dos grande momentos que nós tivemos. E nesse momento a CUT e o PCdoB participaram conosco. O PT como partido não está, se ausentou, e esses grupos saem fortalecidos, como a FENAJ. E quando saem, percebem que o FNDC havia se transformado. Pq eu faço a fala, junto com o Bruno, de abertura da CONFECOM, falam os ministros, eu, em nome do movimento social, e o Lula. Pq o FNDC é quem havia viabilizado a CONFECOM, que havia apostado nesse tipo de articulação. PQ o movimento social o tempo todo sabotava também, queria uma conferência de movimentos sociais. E a primeira coisa que eu disse quando fui na primeira reunião que nós articulamos, foi que se era pra ser uma conferência de movimentos sociais, a FENAJ estaria fora, o FNDC estaria fora, primeiro, pq é ineficiente e, segundo, não nos interessa uma legislação que não reproduza o máximo de consenso que nós teremos. Não adianta ter uma lei que reprudua uma parte dos interesses e que não é implementada. Saímos da coord. do FNDC quando percebemos que esse movimento social que

havia nos tensionado e que havia perdido posição em relação a essa posição, digamos, mais construtora, de centralidade, nos articulamos com o ministro Dulci (?), com o Franklin Martins, que a partir de um momento era contra e depois de uma determinação do presidente Lula ele assume a coordenação fórum e foram esses dois, a secretaria de comunicações e o ministério de relações institucionais, do Dulci, que centralizou o governo.

Nunca conseguimos conversar com a chefe da Casa Civil, portanto, quando recomeça o governo aonde a chefe da casa civil é a presidenta da república sentimos que tínhamos problemas em relação à democratização da comunicação.

Ou seja, essa ideia de que é preciso enfrentar esse status quo, reorganizá-lo, não do ponto de vista chavista, de derrotar, de atribuir... Eu sempre digo, o Brizola estava errado em relação à Rede Globo por várias razões, pq ele dizia: "o primeiro dia do meu governo, o que eu vou fazer é acabar com a Rede Globo", primeiro pq ele não conseguiria fazer isso e, segundo, pq seria um deserviço para o país. Ignorar o que significa uma estrutura de produção de conteúdo, de nacionalização, identidade nacional, etc., de qualidade inclusive e com dinheiro público que foi feito isso tudo, é ser ingênuo. Articular com isso era fundamental. Atribuir a essa rede, como a todas as outras redes e às rádios comunitárias, ou seja lá quem for, a dimensão de democracia necessária - essa era a ideia.

Recomeçamos o governo e a CUT articula-se com esses movimentos e vem pra dentro do movimento e tenta assumir a coordenação. Nós dizemos: isso é um erro, pq vai fazer exatamente o que nós estamos tentando não fazer há vinte anos, que é marcar o movimento com uma dimensão tão localizada, até pq a FENAJ é cutista e está aqui pra coordenar. Mas não adiantou, pq era uma vontade de assumir ao perceber que aquele espaço era importante. E nós saímos da coordenação com a seguinte posição: saímos da coordenação do FNDC, mas continuamos na base e exigindo que o FNDC cumpra o seu programa, que esse programa que era o grande centro. Tanto que agora estão tentando mudar o programa. Então, que cumpra-se o programa e as decisões da CONFECOM. As decisões da CONFECOM era fazer o Marco Regulatório, para toda comunicação no Brasil, a convergencia principalmente, assentado no princípio do controle público. O que "tá" fazendo o FNDC agora: abandona a ideia do controle público, pq ta pautado por grupos liberais que se apresentam com discurso radicalizado, tem essas vertentes e portanto controle público assusta, imaginam que controle público é controle social, nós sempre dizemos que não é, ou seja, não é controle de alguém sobre alguém, é um mecanismo de pesos e contrapesos.

O que seriam essas entidades que estão na coordenação?

A CUT está lá..

A partir de uma proposta do PCdoB, o que faz o FNDC daí, comandada por esses grupos eles aumentam a executiva de cinco pra nove, que era uma maneira de constituir uma hegemonia sobre a FENAJ. (Assim a FENAJ se retirou da coordenação) Nós não temos pq suportar esse troço.

Quais seriam as entidades que atualmente compõem a executiva do FNDC?

CUT, Barão de Itararé, que é o PCdoB, e é eles que fazem a proposta agora de abandonar a trincheira do marco regulatório. O que nós dizíamos, vamos reivindicar de quem o marco regulatório? Do governo federal. Pq? pq o Franklin Martins recolhe as propostas da CONFECOM e põem embaixo da gaveta e diz que fez uma proposta de Marco Regulatório que ninguém viu; e deixa lá. Quando termina o governo Lula supostamente ele entrega essa proposta para a Dilma e o Paulo Bernardo. O Paulo Bernardo diz que nunca teve esse projeto, que tinha um monte de papel lá... então o governo não cumpre, pq? pq tanto o Franklin Martins sabia, como o Paulo Bernardo sabe, isso vai contra os interesses da radiodifusão e portanto fazer esse enfrentamento tem um custo político alto, que o Lula fez um pouquinho, razoavelmente, tinha mais poder, mais potência que a Dilma, e a Dilma não está disposta a fazer. Portanto interrompe, enterrou esse debate. Nós estamos reivindicando, reivindicando e tal... O Franklin, embora tenha bancado isso, quando ele sai do governo ele começa a se manifestar, eu tive um debate forte com ele, dentro de um seminário do PT, aonde ele traz a ideia, que agora é incorporada pelo grupo do FNDC, que é... abandona a ideia de um marco regulatório amplo, que incidisse sobre todos os problemas de comunicação do Brasil, principalmente sobre convergência... Não, faz uma regulação da constituição brasileira, artigo 220. Reduz o Marco Regulatório Brasileiro a isso. Isso nós estamos fazendo, eu estou fazendo dentro do congresso nacional através dos projetos de lei que estão transitando no conselho, no qual eu faço parte.

Mas porque fazer isso? Por que aí tu desloca esse debate, que era uma pressão sobre a Dilma, para uma pressão sobre o congresso nacional num modelo de emenda popular. Eu digo: isso é uma pelegagem, eu sou petista mas isso é uma pelegagem. Eu to dando um prazo de dois anos pra Dilma se reeleger, isso eu tenho que fazer no partido, eu não vou fazer com o movimento social brigando pela democratização. Eu tenho que exigir que a Dilma se mova, articule as forças que vão enfrentar o troço de uma vez. Pq nós estamos postergando esse debate a 20 anos, oito anos de governo do PT nós não mexemos nada, ao contrário, o que nós fizemos foi reproduzir o que estava sendo feito antes e mudar de tutor, transitando de uma submissão à radiodifusão para as Teles, na medida do poder que esses caras tem e o descompromisso com a cultura brasileira e principalmente nunca produziram conteúdo, não tem compromisso nenhum com jornalismo, cinema, seja lá o que for...

O que mais a FENAJ poderia fazer para a democratização da comunicação?

Com a morte do Daniel e o meu deslocamento da minha luta, que era estruturante da FENAJ, inclusive mais importante que a luta sindical comum. Nós sempre dizíamos, senão todas as lutas não tem mais sentido, se nós não conseguirmos organizar o sistema de comunicação no Brasil, o resto... Eu fui presidente do

sindicato aqui três vezes, negociei salário com esses cara a vida toda. Eu não vou ficar brigando por 0,5% a vida toda pq eles tem monopólio, eles impoem o preço que eles quiserem. Então pra nós essa luta sempre foi muito determinante. Nós temos outras tantas, congresso internacional... Mas quando eu me desloco para a presidência da FENAJ com a morte do Daniel e a rareação de quadros políticos, eu acabo indo pra presidência e nós começamos a abandonar um pouco a formulação nessa área da democratização. Tem o Sérgio Murilo em Santa Catarina, tem a minha vice lá em Goiás, e estamos tentando retomar, o que aliás final de semana a gente fez isso, e a democratização continua sendo um elemento importante na nossa programação de trabalho. Para além disso, nós não temos nada. Se nós conseguíssemos implementar 10% do projeto de democratização do Brasil, nós estaríamos revolucionando o sistema. É uma luta muito grande e principalmente nós dissemos que, ao contrário do que o atual grupo que conduz o FNDC tenta fazer, que é sua forma de luta, escolher uma bandeira, que fica mais fácil, nós sempre dissemos que isso nao nos interessa. Que a luta é complexa e tem que ser tratada assim, ter várias frentes de atuação, portanto nós temos que ter um órgão formulador, que é o FNDC. Na verdade nós tinhamos um outro órgão, que este continua conosco, que é o EPCOM. O EPCOM é um instituto de pesquisa que subsidiava do ponto de vista de produção de inteligência o FNDC. Então o pessoal, o James Gergin e outros tantos caras, são os caras que nos subsidiavam para que a gente pudesse formular e tal. E nós fomos sempre, e fomos acusados inclusive, militantes muito - embora eu tenha origem trotskista né, o Daniel e esse grupo era de uma origem leninista muito forte de produção intelectual, consistente e tal, e continuamos assim, eu meio que adotei essa... Então nós temos, pra além da mobilização, da articulação, de produzir reflexão sobre isso. O que nem sempre é adotado.

E o que ajudaria às iniciativas da Federação terem mais Sucesso?

Conseguir aquilo que nós sempre desejamos, que de alguma maneira o novo FNDC tem conseguido, paradoxalmente. Que é agregar movimento, ou seja, qual é a contradição que nós tinhamos e nós sabiamos disso? A formulação complexa que nós fazemos ela dificulta a articulação com movimentos que não são da área. Esses movimentos tendem a se aproximar a partir das bandeiras simplórias, simples. Portanto, quando tu torna complexo isso tu, de alguma maneira, afasta. A gente sabia que isso era um problema, nós tentávamos evitar, constituindo alguns movimentos políticos, de articulação e tal, mas sabemos disso. Pra aproximar essa gente nós precisamos reduzir o, baixar o discurso, simplificar o discurso. E por isso a CONFECOM foi mobilizadora, ela era uma coisa fácil de fazer, nesse momento é difícil, pq nós precisamos fazer o marco regulatório. Então o FNDC faz uma proposta de marco regulatório agora, que é uma proposta autoritária, simplória, equivocada. Errada do ponto de vista da lei, uma visão autoritária do sistema de comunicação no Brasil. Mas fez. E o movimento não leu, ninguém leu. Assim como ninguém queria aprovar a PEC33, sem saber o que que era, que na verdade é uma tentativa de

construir algumas barreiras a esse hiperpoder constituído no Brasil que é o Ministério Público. E o movimento foi com aquelas bandeiras... De alguma maneira o movimento também tá adotando, apoiando o projeto de lei de emenda popular que é contrário à democratização da comunicação - do meu ponto de vista. Não é só um equivoco, tem princípios conservadores, liberais mesmo, dentro do projeto. Mas tá sendo aí debatido e tal. A minha expectativa é que a gente consiga. A grande vantagem disso é que essa agenda está no país. Ou seja, se tem uma vitória que o FNDC pode se atribuir é "nós fizemos a CONFECOM" e com a CONFECOM a agenda entrou no país. E aí foi apropriada da maneira que cada grupo tem e tal... O PCdoB atribuindo àquela sua visão populista, adesista ao governo e ao mesmo tempo populista, o PT de sua maneira equivocada, tresloucada, atrasada, meio que também sendo pautada pelos movimentos sociais, vários partidos da esquerda sem compreender bem o que está acontecendo aí, então é um momento muito peculiar assim, que me parece que tem essa grande vantagem, que tá todo mundo debatendo e parece que nós vamos ter que reorganizar forças. Nós estamos, a FENAJ está apostando numa rearticulação com o FNDC no limite do seu programa - se esse programa for modificado nós sairemos do FNDC - ao mesmo tempo recompondo o EPCOM como um local de pesquisas e rearticulando, tentando rearticular, forças originais do FNDC que acabaram afastadas. Que são o pessoal do conselho de psicologia, que é o pessoal dos artistas... nós estamos recompondo esses grupos pq na última plenária do FNDC ficou muito claro o abismo que tem entre a lógica de movimento social atomizada das ONGs e o movimento social mais consistente, a partir de organizações sindicais e tal.

Sinteticamente, o que caracteriza uma comunicação democrática?

É uma comunicação submetida ao controle público. Ou seja, que ela consiga cumprir a base que a constituição brasileira diz e que a declaração de direitos humanos diz, que é a garantia da liberdade de expressão, embora essa liberdade de expressão referida, tanto na constituição brasileira como na declaração de direitos humanos da ONU, elas se referem à comunicação privada, elas não são falando em comunicação social né? Portanto a ideia, e eu sou absolutamente marxista ainda, o direito humano contido na ideia de liberdade de expressão, não é um direito humano de cada... tu, meu, teu. É um direito difuso, público. Por isso que democratizar a comunicação não é simplesmente romper o monopólio. Nós temos um estudo, alias, que não é de agora, que mostrava os chamados donos da mídia, feito pelo EPCOM, um mapa de concessões que agravou-se depois do Sarney, que deu duas mil concessões, pra se reeleger, pra ganhar o seu quinto ano, no período que ele queria mais um ano, foi dado naquele período 50%, 100%, ou seja, dobrou-se o número de concessões em seis meses. Ele comprou os parlamentares distribuindo concessões de rádio e de tv pra essa gente. Então, o que que nós temos no Brasil hoje, se tu olhares o mapa, tu vai ver que no norte e nordeste brasileiro tem mais rádios que São Paulo. Então o norte e o nordeste é mais democrático que São Paulo? Obvio

que não. Então demonstra que a quantidade de vozes, embora seja um elemento de democracia, de concorrência, ela não representa isso, pq não há essa concorrência, nem do ponto de vista capitalista nem do ponto de vista de representação social. Ou seja, tu tens uma grande quantidade de conseqüências reproduzindo a mesma coisa. Ou um mesmo dono ou segmentos sociais muito parecidos. Então, democratizar a comunicação é atribuir a ela a dimensão pública que ela tem que ter. Por isso que controle público pra nós é essencial. E não é uma palavra qualquer. O movimento social queria dizer controle social. E nós dizíamos não, controle social é uma outra coisa, vocês tão querendo dizer que a sociedade que vai controlar. Não, nós precisamos dizer que controle público são mecanismos transversais de possibilidades de fala de tal maneira que eu não consiga impor a esse sistema as minhas vontades privadas. É assim que se faz na saúde, é assim que se faz no transporte e é assim que nós precisamos fazer na comunicação. Portanto a luta, né, liberal, antimonopólica, ela é importante. Mas ela não dá conta do que nós estamos dizendo. Nós tamos dizendo outra coisa. Que é preciso mecanismos de rever então essa privatização que houve do ponto de vista de apropriação de alguma coisa que não é nossa. Portanto eu não posso imaginar, quando me perguntam - eu já tive em várias palestras - mas a CUT tem direito de uma TV? Eu digo, tem. Desde que na TV da CUT ela noticie a Força Sindical. É isso que quer? Pq é isso que nós queremos que a Veja faça, é isso que nós queremos que a Rede Globo faça. É por isso que nós queremos democratizar. Então não é simplesmente compor vozes diferentes. É que as vozes diferentes estejam em todo sistema de comunicação.

A FENAJ aplica esses valores na própria comunicação dela?

Ela faz isso ao limite inclusive da eficiência. Nós não somos uma organização, nós não temos os mecanismos de comunicação, nós não temos. Nós não temos jornal, não temos nada, não temos dinheiro pra fazer isso. Mas o FNDC, por exemplo, tinha uma revista. Nesta revista nós fazíamos, aplicávamos o jornalismo. No limite do contraditório. Isso que ela tinha um local de fala, que era o FNDC, que é uma organização de democratização e tal. Ouvíamos, entrevistávamos proprietários de jornal e revista para desespero dos nossos aliados que achavam que isto era uma barbaridade. Então, esta ideia de constituir consenso, construir esfera pública, ela é muito forte no nosso debate. Fazíamos isso nesse jornal, fizemos isso, de alguma maneira, no limite também da diluição da fala, entende? É claro que somos... embora a luta pela democratização seja uma luta, como eu te disse, anti... sem ser hegemonia, a FENAJ tem um movimento hegemônico, tenta se constituir como força, etc., e é legítimo que faça isso. Então, te dizendo, fazemos isso na medida que nos movimentamos em alguns locais que a gente produz comunicação. Não somos, não temos uma rádio, TV e nem sei se gostaríamos de ter uma rádio, não sei se... nunca para pra... que é ter uma voz, um boletim da FENAJ, etc. Agora, se eu reivindicasse uma televisão - chegamos a fazer isso uma época - o Daniel, quando a Rede Machete quebrou, nós nos articulamos pra se apropriar da Rede Manchete. O

Bareli, que era o ministro da época, ministro do trabalho, nos convoca, o Daniel vai lá e tal. E nós tivemos uma disputa com a CUT naquele momento. Pq o que nós dizíamos? Ganharemos uma TV, temos que fazer uma TV. E a TV é uma TV pública, não pública de estatal, é uma TV com uma dimensão pública. Uma TV como qualquer outra deveria ser e não é. Agora nós não vamos fazer uma TV da CUT, nós não vamos fazer uma TV da FENAJ... isso seria negar toda nossa trajetória. Essa é a disputa da nossa oposição conosco, essa... é claro, o tempo todo... a democracia não existe né, a democracia se reconstrói o tempo todo a partir das vontades, dos olhares, etc. A FENAJ tem um olhar bastante constituído, hegemônico assim de olhar, à muito tempo. Nós estamos há uns vinte anos com um mesmo grupo político e há uns doze anos com um centro a partir dessa compreensão sindical e de jornalismo. E claro que isso também construiu um olhar com as suas contradições, com as suas críticas, etc. Mas ela é bastante firme. De tal maneira que a gente se movimentou, pra minha surpresa - que nós não temos uma ação de aglutinação, de disputa interna no FNDC, de ocupar o FNDC, nós nunca fizemos isso, ao contrário. Quando nós fomos ao CONFECOM eu tinha medo que nós tivéssemos uma presença pequena lá, pq os sindicatos não participavam dos comitês estaduais, ao contrário, fomos a bancada com maior número de atores. Trezentos jornalistas participaram da CONFECOM, o que me pareceu muito importante, muito interessante. Todos jornalistas tem implementado a luta pela democratização? Não. Hoje é uma minoria inclusive que domina todo esse arcabouço conceitual. Mas é verdade que, de alguma maneira, falar em democratização da comunicação deixou de ser um palavrão. Deixou de ser uma reivindicação autoritária, ou seja lá o que for.

Quais organizações, que atuam aqui em porto alegre, tu identifica que tem como prioridade nas suas pautas a democratização da comunicação?

A FENAJ tem e portanto o sindicato dos jornalistas tem, não como deveria. O intervozes, que hoje é um grupo adversário nosso, do ponto de vista de visão, é um grupo muito atuante, que formula bastante, não tá pautado pela ideia do controle público, tá pautado pela ideia do direito à comunicação, que é uma visão liberal, e radicalizada parece de esquerda, mas na verdade ela é um conceito que no resultado seria uma Rede Globo de sinal contrário, se aplicada ela vai chegar ao ponto de que a única maneira de ter democracia é se todos nós tivermos rádios, jornal, ou seja, se a sociedade exercer diretamente a comunicação, o tempo todo. O que seria indesejável, pq eu gostaria que continuasse os dentistas funcionando, os padeiros fazendo pão, não é, a sociedade não vai fazer isso e seria ineficiente, seria mal feita. Como a Violeta Parra, eu acredito nos especialistas. Que vivan los estudantes, que vivan los especialistas. Acho que fariamos melhor a comunicação. Isso não significa que a dimensão humana da comunicação, e que tá potencializada pelas novas tecnologias e tal, não represente a dimensão democrática. Óbvio que representa, a possibilidade das falas, etc., mas isto é a democracia? Não, não é. Isto é, inclusive, pode significar em alguns momentos a radicalidade autoritária. Ou seja, quando o Mídia Ninja impede que determinados setores da sociedade participem -

ou Black Blocks, sei lá - participem de algum movimento pq achem que a maneira que eles estão cobrindo não é a maneira certa e tal... isso é o que a ditadura fazia. Escolhe quem pode ir, decide quem não vai, seleciona, etc. Isto, me parece assim, é uma reprodução quase que inconsciente de um olhar que me assusta. Isto não é democracia, não é a democratização da comunicação que nós imaginávamos. Isto é reproduzir, fazer uma outra... imaginar que a única maneira... falta democracia pq eu não posso falar e não pq o outro não pode falar. Aí me assusta um pouquinho. Mas esse é o debate que nesse momento tá no país. Isso não é novo também, né? Essa ideia, essa vertente dessa visão de democracia, o outro falando ou eu falando, isso o tempo todo vem... disputa, disputa, disputa. Isso passa por várias (acho que o PT tem isso) por vários segmentos inclusive. Que alguns segmentos isso fica mais... fica menos latente, menos grotesco. Por exemplo, na saúde. Ninguém imagina que pra ter saúde pública todos nós temos que ser médicos, não é? Embora tenha os médicos cubanos agora, mas, ou seja, tá longe disso. Ou pra a educação ser pública todos nós temos que ser professores, ou todos nós tenhamos escolas ou seja lá o que for. Então é uma ideia muito arraigada, que tem uma origem que é um movimento pautado pelos EUA nos anos 60 e que teve na América Latina, na Colômbia principalmente e no Perú, uma vertente de teóricos e tal, da comunicação popular, que tinha essa ideia. Na verdade ela é hegemônicamente construída por agentes norteamericanos pra inviabilizar a ideia de uma comunicação... pra combater a esquerda dentro dos jornais. Pra combater a esquerda dentro da imprensa, de uma maneira geral, era construir a ideia de que só é possível fazer uma imprensa de oposição por fora das grandes redes, etc. E que de alguma maneira tá aí, tendo uma leitura apressada do Paulo Freire, essas coisas todas.

O sindicato dos jornalistas, o intervozes?

Ah.. eu acho que ainda o conselho de psicologia, não sei como tá agora, a ABRAÇO, que é nacional, com todas as suas contradições, mas tem um movimento interessante, tem interesses próprios, já que são rádios comunitárias, mas se move legal, a Marc (?) acho que no Rio Grande do Sul não é muito mais do que isso. Agora tem a marcha das mulheres, tem uma militante que é uma jornalista que tem sintonia e tal.

As manifestações de 2013 fizeram e tão fazendo alguma diferença nesse cenário da comunicação?

Primeiro, as manifestações de junho ganham potência em dois momentos. O primeiro momento é num jogo de futebol da seleção brasileira, num domingo, quando há uma vaia à presidente Dilma em Brasília. A vaia é de tarde, à noite o Arnaldo Jabor que havia criminalizado os movimentos, como sempre faz, que todos movimentos são bandidos, etc., pede desculpa ao movimento. Pq a Rede Globo percebe que alí estava um movimento que pela primeira vez trazia um elemento que a oposição brasileira não tinha conseguido constituir, que era um enfrentamento à

ideia de poder e alimenta isso aí. E a partir daí, começa a botar três horas de Rede Globo acompanhando o movimento no país. O movimento explode pautado pela Rede Globo, pautado pelas grandes redes, não é a Rede Globo só. E é normal que seja assim, esse é o papel das redes. Então tem uma contradição no movimento, também normal, que é, 'buenas', então a Rede Globo ta me pautando, então todos nós começamos a dizer e eu também comecei a dizer, olha, peraí, prestem atenção. Pq a Globo não é de esquerda, longe de estar, e tá alimentando o movimento. E cadê o movimento pra dizer "opa, mas eu não tenho nada a ver com isso"? O que eu faço então, eu radicalizo contra a Rede Globo. E aí criou-se um movimento interessante que era de denunciar a Rede Globo, mas com uma vertente perigosa. Qual é a vertente perigosa? Como é que eu enfrento a Rede Globo? Como é que eu enfrentava a Rede Globo? Chama a Rede Globo, vamos negociar, pq eu vou fazer a Rede Globo fazer o contrário do que ela faz o tempo todo. Vou fazer a Rede Globo negociar, fazer um marco regulatório, submeter aos seus princípios, que é o que ela não faz. O que que faz o movimento no meu ponto de vista? Faz exatamente... eu vou lá, merda na Rede Globo. Tá bem, do ponto de vista público, do ponto de vista simbólico, é interessante, demonstra um cansaço de um setor da sociedade com esse segmento. A Rede Globo fica num paradoxo, o que que ela faz? Ela pediu desculpa e tal, ela sabe que esse movimento é importante pra constituir uma tentativa de enfrentamento do governo e ao mesmo tempo não pode endossar um movimento que é contra ela. Então ela cria dois movimentos. Constrói uma lógica, perigosamente esquisofrênica, que pauta a sociedade. Então pra sociedade hoje tem dois movimentos. Tem um movimento que é do bem, que vai la e faz questão contra(?) a política, denuncia a corrupção, que é um movimento udenista, são princípios udenistas, são princípios perigosamente moralistas, do ponto de vista da política, e portanto muito simplórios, muito básicos, mas enfim... e que tem por princípio uma coisa que a Globo alimenta a muito anos, que é a ideia da não política, ou seja, denunciar a política, identificar na política um local ruim e portanto ela, a comunicação passa a ser o local legítimo. (...) Então, ela cria dois movimentos, um movimento é o do bem, movimento que reivindica, etc., e um movimento do mal, que é o que vai contra a propriedade, quebra e tal. E o movimento começa a se comportar assim. Então tem o começo das passeatas que é do bem e tem o final das passeatas que é do mal. São contradições muito fortes né e que o partido também, o PT ficou perdido nisso, o governo ficou perdido nisso, pq o tamanho do movimento o impedia de o deslegitimar, pq na verdade se está atacando um projeto político que é o seu. Eu não tenho problema nenhum, eu disse pro Tarso, eu não tenho problema nenhum em sair pra te defender, por que esse é o projeto que eu to defendendo e se eles estão atacando esse projeto tão me atacando cara. O que eles estão pautando na sociedade não nos interessa. O movimento que tá aí é pra desorganizar... então nós fizemos o que? Nós não reagimos. Por que o movimento era muito grande e tentamos nos misturar com eles e tentamos construir uma lógica de que tem uma parte que é boa, que é o que a mídia diz. Tem uma parte que é boa e tal, eu já vi os caras dizendo, o pessoal do meu sindicato no Rio de Janeiro... e o que tava por trás, do ponto de vista dos jornalistas, do que aconteceu? "Pau nos

jornalistas”, no jornalismo. Começou “pau na Rede Globo”, aí depois foi “pau nos jornalistas” e depois “pau no jornalismo”. O jornalismo começou a ser um local ruim, pq o que nós queremos fazer não é jornalismo, o que queremos fazer é ativismo, é outra coisa. Então o jornalismo, que é uma conquista social, que é constituidor da esfera pública burguesa, mas é essa esfera pública que nós vamos superar, talvez, não negá-la, negar seria voltar à barbárie. Esse jornalismo começa a perder força por dois movimentos. A direita, as empresas que estão começando a bater no jornalismo, acabar com o jornalismo, transformar o jornalismo em rede social, ou seja, capitulando pra lógica de que o jornalismo não é mais necessário. E por outro lado pela esquerda que também começa a identificar no jornalismo um incômodo. Qual é o incômodo? Publicizar coisas que eu não quero que sejam publicizadas. E é isso mesmo a nossa tarefa né, tarefa ingrata que nós escolhemos na vida. Então é um momento super difícil esse que a FENAJ está. Muito isolada, perigosamente isolada, dentro do movimento sindical, que a CUT tá perdida nos seus movimentos, esquisofrênicos em relação a isso, isolada em relação ao PT, que também não sabe como se mover em relação a isso, isolada em relação à esquerda, que identifica na FENAJ um elemento de corporação. O que eu to dizendo e não é de agora, assim como foi importante pra democratização da comunicação nós fazermos o debate da constituinte, assim como foi importante pro movimento da democratização nós fazermos o debate das rádios comunitárias, assim como foi importante pra democratização da comunicação nós fazermos o debate da digitalização, assim como foi importante a questão do marco regulatório, das TVs à cabo, da TV pública, ou seja, todos esses momentos que foram constituindo momentos importantes da luta da democratização da comunicação, nesse momento - não é de agora, não to dizendo em relação à junho, to dizendo desde a explosão tecnológica - é a defesa do jornalismo. Não sou eu que tô dizendo isso, quem me ampara nisso que eu tô dizendo é o Dominic Volton, que ta dizendo: cuidem pq é o jornalismo que vai poder atribuir a esse mundo caótico que se transformou o mundo da globosfera e a política atomizada vai dar sentido a isso. Então a FENAJ parece que está voltando-se pra uma defesa corporativa nesse momento, mas não é. Nós estamos dizendo, compreendam que assim como nós bancamos outras lutas, nesse momento lutar e defender o jornalismo como função social, atividade social, o bom jornalismo obviamente, o jornalismo produtor da esfera pública, é tão essencial como no momento da briga pelas rádios comunitárias, pelo fim da propriedade cruzada, todas as lutas todas, enfim, nesse momento afirmar o jornalismo e portanto os jornalistas obviamente, me parece uma etapa da luta pela democratização da comunicação que o movimento não quer assumir, ao contrário, o movimento está negando isso e por isso nós estamos com esse grau de isolamento que faz parte também dos momentos históricos que a gente passa.

Entrevista com Rodrigo Jacobus

Apresentação: Sou Rodrigo Jacobus, 41 anos, já fiz muita coisa ao longo dessa

minha vida, desde trabalhar em banco, conviver com movimento social nas mais diferentes instâncias e esferas sociais, mas a minha aproximação sempre foi maior, por questão até de afinidade, com as questões relacionadas à comunicação. Tenho formação em jornalismo e mestrado em comunicação e informação, ambos pela UFRGS. Atualmente meu vínculo com a UFRGS é o Núcleo de Comunicação Comunitária, onde desenvolvo trabalho comunitário.

O que é democracia na comunicação?

Vou começar fazendo outro questionamento: o que é democracia sem comunicação? Se a gente parar pra analisar o contexto e a conjuntura atual, que se inicia com um processo de globalização junto à comunicação social, e isso não é recente, embora alguns achem, isso começa lá na virada do séc. XIX pro séc. XX com a imprensa, quando há um... surge uma grande quantidade de jornais, não só no Brasil, mas no mundo todo, no séc XIX e no séc. XX isso vai se acirrar mais no Brasil a partir do séc. XX. Então a partir desse momento o quadro se altera drasticamente. A comunicação social, em especial a comunicação de massas, passa a ter um papel determinante nos rumos da democracia de um modo universal. Hoje é inconcebível a gente pensar um processo evolutivo dentro da democracia, no sentido mais puro dessa palavra, da possibilidade do povo e das pessoas atuarem e agirem politicamente, então hoje é inconcebível a gente pensar em democracia sem comunicação. E isso não é por acaso, pois se tu parar pra pensar e analisar historicamente, há um controle e há um estreitamento no controle da comunicação social, desde um momento em que ela surge começa a se expandir, cada vez ter mais ênfase social. Na mesma medida em que ela começa a ter um papel determinante, no sentido de trabalhar na libertação das pessoas, de disseminar informações, permitir que as pessoas tivessem acesso às informações que até então não tinham, também há um cuidado todo especial em controlar essa comunicação (no mundo todo). Isso começa lá com a imprensa, vai depois retumbar na rádio e na televisão e hoje a gente tem um novo mote com a internet, uma nova perspectiva, que também vem sendo vigiado de perto por todo tipo de poder, pq a gente sabe muito bem que a internet vem cumprindo um papel determinante nesse sentido, de democratizar a comunicação. Ela tem, de todos os meios de comunicação, esse caráter plurilateral de internet, plurilateral pq eu várias comunicações de várias pessoas com várias pessoas e não mais unilateral como o rádio, a tv, o jornal, que um grupo controlava, editava e ainda controla e edita e repassa as informações moldadas dentro de interesses ou de grupos específicos, enfim, a internet vai romper com isso. E num patamar um pouco menor, em termos de Brasil, nós temos correndo em paralelo, e aí tem um caráter bem simbólico, nós temos o movimento em torno das rádios comunitárias, que obviamente não ocorre dissociada dos demais meios da comunicação, muito menos da internet, isso tudo pode se ligar no sentido de promover a democracia na informação. Normalmente são questões que esbarram no custo. Em oposição à democracia na comunicação, nós temos a ditadura, as chamadas barreiras de entrada, que dificultam ou diminuem as possibilidades que

os pequenos grupos ou as iniciativas mais populares possam ter a potência, amplitude que a gente gostaria que elas tivessem. Por isso que eu falo que as rádios comunitárias tem um papel muito simbólico nesse sentido. Porque a rádio, num momento em que a internet tem um caráter muito mais, não necessariamente, mas projeta muito mais o individual, o indivíduo: eu entro, eu faço o meu blog, eu tenho o post no facebook, é muito mais raro tu ver as fanpages, ou seja páginas que reúnem pessoas, ou quando tem fanpage também é de uma pessoa, a rádio comunitária já tem um outro propósito, o próprio nome já diz, que é de agregar as pessoas. E não há transformação, evolução na democracia, se tu não pensar em agregar as pessoas. Porque se as pessoas, as forças, ficarem diluídas, isso é prejudicial à democracia. A democracia só vai se ampliar no momento em que a gente conseguir agregar as pessoas e unir forças no sentido de empurrar a máquina, o sistema, pra promover bem estar social, promover melhorias, enfim. Democracia na comunicação só vai existir no momento em que as pessoas tiverem a possibilidade de utilizar os meios de comunicação pra falar no mínimo com as pessoas da sua volta, da sua comunidade, de modo que possam promover um debate público que vise o bem estar social como um todo. Não há democracia se a gente não pensar nesse sentido.

Qual é a importância da democracia na comunicação?

Se a comunicação tem um papel determinante na consolidação da democracia nos estados modernos e começa a ser controlada, inclusive de de perto, pelo estado, significa que a comunicação tem um papel importante para a democracia. Senão não haveria essa vigília, não haveria tanto cerceamento, inclusive legal. Se a gente abrir uma rádio, a gente sabe toda a dificuldade, a gente sabe que a legislação das rádios comunitárias, que foi conseguida a muito custo, é precária. Então há controle, isso é fato. Então se a comunicação passa a ter um papel importante para a democracia, por um questão de coerência, a democracia na comunicação se torna determinante pra própria democracia.

O que o NUCC faz para democratizar a comunicação?

O NUCC faz um esforço, com todas as dificuldades que a gente tem, boa parte do trabalho realizado dentro do Núcleo de Comunicação Comunitária é voluntário. Então o NUCC faz dentro das suas possibilidades e das possibilidades daqueles que colaboram com ele, o NUCC promove, ou tenta promover, em primeiro lugar, como ele está na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, uma universidade pública, ele tenta abrir as portas da universidade, aproximar as pessoas da universidade federal junto à faculdade de comunicação para aproximar essas pessoas, dentro do plano institucional, a uma proposta de comunicação focada justamente na democracia e na democratização da comunicação. Entre as coisas que o NUCC faz, no momento: uma oficina de comunicação, que nós temos conseguido manter semestralmente, uma oficina de comunicação que convida comunicadores e

interessados em comunicação comunitária a irem até a universidade pra construir um conhecimento mais coeso e adequado pra uma comunicação democrática. E isso passa, é atravessado, desde o trabalho de reflexão a respeito do que seria o papel da comunicação social, em especial junto às comunidades e a nossa proposta de descentralizar a comunicação, daí todos os conceitos que estão por trás da comunicação comunitária, em especial das rádios comunitárias, são debatidos, colocados, até a parte técnica. Que aí envolve o fazer a rádio em si. E aí já entra em outro plano, porque aí tem toda uma bagagem acumulada, inclusive nas rádios comerciais, e aí a gente se apropria, modifica de acordo com as nossas intenções, mas sempre no sentido de buscar uma comunicação libertária, que visa libertar o indivíduo - e por consequência - democrática. Além das oficinas, o NUCC, no momento, também está se articulando para colocar uma rádio em que as pessoas possam divulgar os seus programas. Atrelado, obviamente, às pessoas que participam da oficina, utilizando novamente os espaços da universidade, então tu vê que não é um processo de democratização da comunicação em si, mas também de buscar democratizar o espaço público da universidade em torno da comunicação. Esses são os dois trabalhos mais pontuais e mais evidentes que a gente tá fazendo no momento. Mas existem outros em paralelo que vão sendo contruídos na medida do possível.

O que mais o NUCC poderia fazer pra democratizar a comunicação?

Existem muitas coisas. Vou dar um exemplo bem claro: essa rádio que nós estamos tentando fazer é uma rádio web. A ideia do NUCC é colocar uma rádio comunitária que fosse transmitida pelo éter físico, ou seja, fosse transmitida por antena, uma rádio tradicional, com ondas, transmitida por ondas, que pudesse ser ouvida em radinhos. E alí naquela localização onde tá a FABICO nós teríamos uma abrangência bem interessante colocando uma antena. Então a gente tinha uma utopia de fazer uma rádio na Faculdade de Comunicação da universidade pública. E porque uma rádio comunitária e não uma rádio educativa? Justamente pelo caráter das rádios comunitárias, dessa proposta mais atrelada a essa ideia de democratizar a comunicação. Obviamente esse é um projeto que esbarrou em questões legais e institucionais e infelizmente não foi adiante, ou seja, onde eu to querendo chegar: que ideias, se a gente pegar uma oficina e colocar lá “o que vocês querem fazer?”, vão aparecer muitas. Desde jornal em torno da própria rádio poderiam-se fazer publicações impressas, o que que falta? Pessoas, recursos, embora a universidade nos acolha e a gente tenha apoio de muita gente lá dentro, professora Ilza Girardi, a própria direção em determinados sentidos, o professor Ferraretto já conversou com a gente. Então a gente vai aos poucos cavando, conquistando espaço na medida do possível. No plano atual a gente tá focado, primeiro, porque somos poucos, assim como o trabalho é voluntário, algumas das pessoas que estão envolvidas com o NUCC tem trabalho paralelo, tem família, tem uma série de questões comuns a todo cidadão. Essa dificuldade pessoal, dificuldade financeira, a gente tá pleiteando uma sede, por exemplo. São barreiras, que existem também nas rádios comunitárias e

que dificultam. Poderia fazer algo mais? Poderia. Se nós tivéssemos mais mão de obra, se tivéssemos condições de remunerar essa mão de obra, afinal de conta é trabalho e um trabalho importante. Se nós tivéssemos mais recursos poderia ser feito mais. Principalmente se a gente conseguisse agregar mais colaboradores junto à entidade, porque daí automaticamente tu tem mais pessoas em volta, surgem mais ideias, que levam a mais ideias e mais ações, e aí tem ideias de oficinas itinerantes, que poderiam por exemplo o NUCC ir até as comunidades, promover atividades junto às comunidades, já foram desenvolvidas atividades em datas comemorativas, natal junto à Vila Planetário, uma comunidade bem próxima à FABICO, já foram desenvolvidas atividades nesse sentido, envolvendo a comunicação, e essa proposta da rádio, em partida de futebol, já foram desenvolvidas uma série de ações, são infinitas as possibilidades. Também tem uma página de internet, que precisa ser alimentada, com textos, publicações. Na medida que o NUCC se abre, ele abre as portas, e tem uma característica muito interessante que é de convidar as pessoas, mesmo não sendo da universidade, a se aproximar do NUCC. Eu acho que só nisso ele já tá se propondo na sua essência a ser democrático e nisso já tá promovendo a democratização da comunicação na sua própria estrutura educativa.

O que ajudaria a essas iniciativas a terem mais sucesso?

As grande barreiras são normalmente a falta de recursos humanos e materiais. Praticamente o NUCC tem de recursos o espaço cedido dentro da universidade e o bolsista. Estamos agora trabalhando pra ver se ampliamos isso. Na medida que tem recursos, obviamente, não necessariamente (esses recursos tem que ser bem utilizados), mas pela proposta que o núcleo tem, acho que nesse caso haveria mais condições. E as mesmas coisas valem pras rádios comunitárias. Eu sou um adepto da profissionalização das rádios comunitárias. No sentido da rádio ter um jornalista, ter um técnico que a população que queira participar da rádio possa ir lá simplesmente fazer rádio. Porque tu imagina, o cara trabalha o dia inteiro, as vezes 48 horas semanais, 8 horas diárias; quando o cara tem tempo livre, o cara não tem saco nem paciência pra produzir um programa de rádio profissional, de bom acabamento; porque se não for um bom programa, o que que vai acontecer? O cara que tiver ouvindo, mesmo sendo da comunidade, ele vai trocar o dial, vai ouvir uma rádio comercial. Os programas tem que ter qualidade, assim como o NUCC tem que ter uma qualidade pra competir com um padrão técnico e estético hoje muito avançado. E pra isso tu tem que ter recurso; grana, dinheiro, e recursos humanos, gente pra trabalhar que receba pra fazer isso.

Sinteticamente, o que caracteriza uma comunicação democrática?

A plurilateralidade, ou seja, a pessoa ter a possibilidade de falar, de se expressar e não apenas só de ouvir. Ou a sua participação se restringir a um telefonema, cartinha ou e-mail, editado, selecionado por um grupo de pessoas, não: a possibilidade da pessoa poder se manifestar diretamente. Plurilateralidade. Não é

nem bilateralidade, que é uma conversa a dois. A comunicação de massa hoje ainda é unilateral; então se eu tivesse que siterizar eu diria a plurilateralidade na comunicação. A possibilidade das pessoas poderem se manifestar e terem canais pra fazer isso, serem ouvidas. Acho que isso promove organização social de forma positiva.

O NUCC emprega esses valores na construção da sua própria comunicação?

Sim, na própria organização do NUCC. No momento que a gente promove as oficinas, e convida as pessoas que participam da oficina a se integrar ao NUCC, eu acho que a intenção tá implícita. A gente faz isso com a intenção de abrir o núcleo, promover essa noção de descentralizar, de aproximar, e não de concentrar. Essa plurilateralidade de trocas.

As manifestações ocorridas em 2013 fizeram e estão fazendo diferença no cenário da democratização da comunicação?

“Embora não tenha sido o principal foco das manifestações em 2013, o tema acabou vindo a reboque dos protestos, ainda que de forma menos concentrada (ver <http://amarcbrasil.org/tag/radios-comunitarias/> e <http://amarcbrasil.org/ativistas-manifestam-contra-criminalizacao-das-radios-comunitarias-em-campinas/>). Acredito que o movimento em torno da democratização da comunicação é de longo prazo – é constante, apesar das oscilações, mas normalmente é pauta em situações de maior efervescência social, pois diz respeito a uma reivindicação cuja urgência é incontestável. Quando temos um momento de reflexão massiva, como no ano passado, sempre vêm à tona os monopólios midiáticos e a forma tendenciosa como a grande mídia, de um modo geral, aborda os acontecimentos que questionam o status quo atuante. Devido à constância desse questionamento, não parece que houve uma influência especificamente derivada das manifestações de 2013, até porque as reivindicações eram muitas e amplas, disparando para todos lados – o que ocorre, aparentemente, é um resgate da temática, que sempre retorna quando a oportunidade aparece. Sinal de que a preocupação com o papel da comunicação social enquanto instrumento de libertação, gerador de reflexões e debate público, é constante”

Quais organizações com atuação em Porto Alegre tem como prioridade a democratização da comunicação?

Abraço-RS; Tabaré; Ipanema Comunitária; é uma preocupação de quem faz!