

Estratégia retórica dos “donos” da mídia como escudo ao controle social



Edgard Rebouças

*Doutor em Comunicação Social (Umesp)
Pesquisador-visitante da UFPE e professor convidado da
Université Stendhal-Grenoble 3
E-mail: edreboucas@uol.com.br*

Resumo: Este artigo discute as estratégias de retórica adotadas historicamente pelos empresários brasileiros de comunicação para garantirem uma situação de anomia do setor. São analisados os fatores que levam os ditos “donos” da mídia a assumirem um discurso de defesa de “liberdade de expressão” em todas as ocasiões em que os demais atores sociais manifestam alguma intenção de controle público ou social.

Palavras-chave: controle social, regulação, empresários de mídia

Estrategia retórica de los “dueños” de los medios como escudo al control social

Resumen: El artículo discute las estrategias de retórica adoptadas históricamente por los empresarios brasileños de comunicación para garantizar una situación anomia del sector. Se analizan los factores que llevan los referidos “dueños” de los medios a asumir un discurso de defensa de “libertad de expresión” en todas las ocasiones en que los demás actores sociales manifiestan alguna intención de control público o social.

Palabras clave: control social, regulación, empresarios de media.

Rhetorical strategy of media “owners” as a cover to social control

Abstract: This article argues the historical rhetorical strategies adopted by Brazilians media stakeholders to guarantee a situation of anomie in the sector. The analyze is about the factors involving the called media “owners” to assume a speech in defense of “freedom of expression” in all occasions where the others social actors reveal some intention of public or social control on this sector.

Keywords: social control, regulation, media “owners”.

Em todas as sociedades democráticas, o debate em torno do estabelecimento (ou não) de políticas públicas para o setor de comunicações está ligado a interesses e pressões de quatro grandes atores sociais: o Estado, o empresariado da mídia, a sociedade civil organizada e os intelectuais/especialistas. Neste texto, um integrante do quarto grupo vai tentar mostrar como o empresariado da mídia atua historicamente contra o Estado e ignora completamente a sociedade civil quando o tema é regulação/regulamentação da mídia.

Nos debates e ações em torno das políticas de comunicações, o modelo que se convencionou chamar de primeiro, segundo e terceiro setores não segue, necessariamente, a lógica formal de Estado, classe econômica e sociedade civil, respectivamente. Destaca-se no quadro o grupo vinculado aos interesses privados – empresas de comunicações, agências de publicidade e anunciantes –, os auto-intitulados “donos” da mídia. Eles são mais bem organizados, constantes e intensos na defesa de seus interesses do que a sociedade civil e o que deveria ser o Estado na defesa dos interesses públicos.

A postura, assumida pelos empresários de comunicação, quanto à não interferência do

Estado ou da sociedade civil em “seus” negócios, vai além da tradição liberal fundada por Adam Smith. Os “donos” da mídia apresentam-se como guardiões de um dos princípios fundamentais do cidadão, que é a liberdade de expressão. A origem dessa postura encontra-se nos Estados Unidos, com a interpretação tendenciosa da primeira emenda da Constituição Americana, de 1787:

O Congresso não legislará no sentido de estabelecer uma religião, ou proibindo o livre exercício dos cultos, ou *cerceando a liberdade de palavra, ou de imprensa*, ou o direito do povo de se reunir pacificamente e de dirigir ao Governo petições para a reparação de seus agravos (USA, 1787).

Dentro do mesmo princípio, dois anos depois, em 1789, na França, o artigo 11 da Declaração da Revolução dizia:

A livre comunicação dos pensamentos e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem; *todo cidadão* pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo pelo abuso dessa liberdade nos casos determinados pela lei (France, 1789).

O que estava previsto para ser um direito do indivíduo passou a ser “propriedade” dos jornais, a partir do final do século XIX. Desde então, a sociedade passou a ocupar o lugar de um mero coadjuvante nas definições das políticas públicas para o setor das comunicações.

Já a partir de 1948, o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos do Homem viria a sofrer outra interpretação tendenciosa:

Todo *indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão*, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por qualquer meio de expressão (ONU, 1948).

Em todos os textos doutrinadores sobre a liberdade de expressão, há apenas referências a *povo, cidadão e indivíduo*, pois todos são inspirados em ideais iluministas, não liberais – economicamente falando. Em que momento da História foi dada a procuração em branco

para que empresas, grupos ou conglomerados de mídia falassem em nome de todos? Quem tem como objetivo principal visar o lucro, somente utiliza o discurso/escudo da liberdade e da democracia, quando quer maquiagem seus interesses particulares.

No caso brasileiro, estão diretamente envolvidos nesse grupo de “defensores da liberdade de expressão” e do não debate de qualquer política de comunicação a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), a Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra), a Associação Brasileira de Radiodifusão, Tecnologia e Telecomunicações (Abratel), a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), a Associação Nacional de Editores de Revista (Aner), a Associação Nacional de Jornais (ANJ), a Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap), a Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), o Sindicato Nacional da Indústria Cinematográfica (SNIC), a Associação Brasileira Cinematográfica (ABC), a União Brasileira de Vídeo (UBV), entre outras dissidências variadas do mesmo setor.

O segundo ator social do quadro das políticas de comunicações, aí sim, é o Estado, que também pode ser caracterizado como classe política. Fazem parte desse grupo as instâncias de poder que têm vínculos de interesse no setor das comunicações. No caso do Executivo, estão presentes a Presidência da República, a Casa Civil, o Ministério das Comunicações, o Ministério de Ciências e Tecnologia, o Ministério da Justiça e o Ministério da Cultura; no Judiciário, a Justiça Federal e as estaduais; no Legislativo, o Senado e a Câmara dos Deputados.

Há ainda, na estrutura do Estado, as agências “independentes” de regulação/regulamentação, como a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e a Agência Nacional do Cinema (Ancine).

O Poder Legislativo tem uma grande influência na definição (sobretudo na *não* definição) de políticas para o setor. Apesar de poder contar com o auxílio do Conselho de Comunicação Social, e de ter os temas, ligados

às comunicações, debatidos nas comissões de Educação e Comunicação, Defesa dos Consumidores e Direitos Humanos, o Congresso Nacional é, paradoxalmente, a instância menos interessada no estabelecimento de políticas efetivas de comunicações. Isso devido ao fato de haver um grande número de parlamentares¹ com interesses pessoais no tema das comunicações, que são os políticos-radiodifusores. Dessa forma, quanto menos for feito, melhor para a manutenção do histórico sistema de terra sem lei.

A chamada bancada dos proprietários de meios de comunicação não se constitui como um grupo definido nem tem um coordenador, mas reúne os interesses dos deputados e senadores ligados ao setor, na maioria donos de concessões de rádio e/ou TV e proprietários de jornais. Segundo a assessora parlamentar da Abert, Stella Cruz (2001) não há um número preciso de quantos parlamentares são também radiodifusores, pois eles não se apresentam como tal. “Sou a favor de que seja criada uma bancada formal, e já pedi ao presidente da Abert que encaminhe isso; e defendendo que ela não seja composta somente por proprietários de emissoras”, complementa.

Como lembra a jornalista e professora Graça Caldas (1995:114-117), em sua tese *O latifúndio do ar: mídia e poder na Nova República*, no período de 1985 a 1988, o governo Sarney foi responsável pela concessão de 1.028 emissoras de rádio – 632 em FM e 314 em OM – e de televisão – 82 em VHF e UHF, e 91 parlamentares foram beneficiados em troca do apoio à prorrogação do mandato de presidente de quatro para cinco anos. Tal medida provocou uma anomalia no mercado de radiodifusão, uma vez que a maioria desses deputados e senadores não estava ligada ao

¹ Os dados não são precisos, mas o Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap) estima que cerca de 25% dos deputados e senadores sejam proprietários ou diretamente ligados a empresas de comunicação. Tal fenômeno deve-se especificamente a dois momentos da história recente, quando concessões de emissoras de rádio e TV foram usadas como moeda de troca para a garantia dos cinco anos de mandato para o ex-presidente José Sarney, em 1988, e para a emenda da reeleição de Fernando Henrique Cardoso, em 1997.



Quando é que foi dada procuração em branco para que empresas, grupos ou conglomerados de mídia falassem em nome de todos?

setor. Dessa forma, tornaram-se, da noite para o dia, políticos-radiodifusores; e não radiodifusores-políticos, como seria o caminho natural daquele radialista, jornalista de TV ou empresário de comunicações que quer arriscar a carreira de deputado ou senador e se candidata, esperando os votos de seus espectadores. Em outras palavras, há uma distinção entre políticos-radiodifusores e radiodifusores-políticos: os primeiros são aqueles que, depois de já exercerem a atividade política receberam concessões do Executivo, normalmente em troca de apoio; os outros são aqueles que já eram empresários e/ou profissionais do setor que se aventuraram na carreira política.

Pesquisa realizada em 2001 pela Liderança do Partido dos Trabalhadores (PT) na Câmara, com dados dos registros no Ministério das Comunicações e na Anatel, revelou que 73,75% das 3.315 concessões da rádio e TV do país pertenciam a políticos ou seus familiares (Bayma, 2001). Com isso, a Abert tem dificuldades para identificar quem são os membros dessa possível bancada de radiodifusores, já que para muitos deles esta não é sua atividade profissional principal. Para o assessor de Relações Institucionais da Associação, Paulo Tonet Camargo (2001), “eles sentem certo constrangimento na defesa do seu setor empresarial. O que é completamente diferente do pessoal do setor de agricultura, esses aí brigam pela agricultura, o radiodifusor não. Talvez por ser uma concessão federal”. Segundo o assessor, a Abert tem mais apoio de parlamentares de fora do setor do que dos próprios proprietários de rádios e TVs.

O Poder Judiciário, por sua vez, apenas nos últimos anos, passou a exercer um papel

importante, principalmente em temas ligados ao conteúdo da mídia, devido ao fato de estar sendo provocado com frequência pelos ministérios públicos federal e estaduais². Estes, sim, vêm ocupando papel de destaque, quanto ao acompanhamento do conteúdo das concessionárias de televisão, com seus procuradores propondo ações, como a suspensão da exibição de programas que atentam contra os direitos humanos ou que exibem conteúdos inadequados para determinados horários da programação.

A sociedade civil organizada tem uma participação mínima nas instâncias de poder que definem as políticas, o que se limita à presença nas audiências públicas e pelas manifestações em relatórios a partir dos editais de consulta pública (Leal, 2002). Até mesmo na composição do Conselho de Comunicação Social (CCS), em que estão garantidas cinco de suas 13 vagas para representantes da “sociedade civil”, nenhuma entidade ligada aos debates da ética e da democratização da comunicação está presente. As vagas da “sociedade civil” no CCS são do vice-presidente da TV Record, Roberto Wagner; do concessionário da Rede Vida, João Monteiro Barros Filho; do arcebispo de Belém, Dom Orani João Tempesta; do presidente da OAB-SP, Luiz Flávio Borges D’Urso; e do proprietário de faculdades e membro da Academia Brasileira de Letras, Arnaldo Niskier.

O mesmo ocorre, por exemplo, no Conselho Nacional de Combate à Pirataria, ligado ao Ministério da Justiça. Das 20 vagas, seis são destinadas à “sociedade civil”, mas só estão presentes representantes dos interesses privados. Estão presentes representantes da Associação Brasileira de Empresas de Software (Abes), que reúne os fabricantes de programas de computador; da Associação de Defesa da Propriedade Intelectual (Adepi), que tem como principais sócios Columbia, Paramount, Disney, Fox,

Universal, Warner e a União Brasileira de Vídeo; do Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (Etco), representando os setores de fumo, bebidas e combustíveis; da Associação Brasileira de Direitos Reprográficos (ABDR), que reúne as principais editoras no país; da Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI), que congrega os escritórios de advocacia especializados na área; e da Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD), que tem como principais associados EMI, Sony/BMG, Universal, Warner e Som Livre.

Há ainda aqueles atores sociais que exercem um papel híbrido no setor das comunicações e, portanto, têm posições às vezes antagônicas no debate e nas ações ligadas às políticas públicas e estratégias empresariais. Os mais claros são as denominações religiosas e os políticos-rádiodifusores³. Os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário também têm conflitos de interesses pelo fato de não definirem com clareza se o papel de seus veículos – Radiobrás, TV Câmara, TV Senado, TV Justiça – é de divulgação de seus atos ou de produção de conteúdo cultural, informativo e educativo em redes públicas.

No caso das denominações religiosas, o conflito (mas não crise) de identidade ocorre quando se observa que várias igrejas são proprietárias de emissoras de rádio e de TV, jornais, revistas, gravadoras e editoras; ao mesmo tempo estão no Legislativo como representantes eleitos; e ainda participam de entidades da sociedade civil organizada em debates sobre conteúdo de programas e programações e nas reivindicações pela democratização do sistema de comunicações. Os políticos-rádiodifusores são proprietários de emissoras de rádio e TV, jornais e revistas e, ao mesmo tempo, são também os tomadores de decisão a respeito das políticas a serem adotadas para o setor⁴.

² Apesar de, constitucionalmente, o Ministério Público não se enquadrar nas raízes do Poder Judiciário, há ainda uma visão generalizada de que ambos ocupam a mesma estrutura de aparelho ideológico do Estado.

³ Incluem-se também neste grupo os proprietários de veículos impressos.

⁴ Esta categoria não se limita a deputados e senadores, há também prefeitos, governadores, ministros e presidentes da República – José Sarney e Fernando Collor de Mello – que nela se enquadram.

Os grupos de comunicações no Brasil começaram a se constituir nos anos 1920, mas até os 1960 a grande mídia era dominada praticamente por um único grupo, as Emissoras e Diários Associados, de Assis Chateaubriand. Nessa época, o poder tradicional das famílias detentoras do oligopólio da comunicação brasileira deparou-se com uma grave ameaça. O empresário Roberto Marinho, um dos membros do clube, então proprietário de um dos maiores jornais do país (*O Globo*) e de estações de rádio, assinou secretamente, em 1962, um contrato com o grupo americano *Time/Life* para a instalação de uma rede de televisão no Brasil de acordo com os modelos da NBC e da ABC. A empresa tinha a concessão para atuar no ramo de TV desde o final de 1957, mas só entraria no ar em 1965.

A possibilidade de um confronto entre o tradicional modelo familiar de administração nas comunicações com a potência do capital americano criou uma rede de inimigos em torno do grupo Globo.

Com a alegação de que a cultura brasileira não poderia ser dominada pelo capital estrangeiro, o Congresso Nacional instalou uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para apurar o caso *Globo-Time/Life*. O então deputado federal João Calmon ergueu a bandeira das acusações, mas, atrás de seus argumentos nacionalistas em defesa da Constituição e do Código Brasileiro de Telecomunicações, existiam suas funções de diretor do grupo das Emissoras e Diários Associados, como braço direito de Chateaubriand.

Em 1967 o caso foi arquivado pela Presidência da República em troca de apoio à ditadura, mas os americanos já haviam desistido de seus projetos para a América Latina.

Ao longo dos anos 1970, a Globo tornou-se uma grande potência associada ao apoio do governo, criou um padrão de qualidade que fez com que as outras emissoras tentassem acompanhá-la e um sistema de gerenciamento baseado nos índices de audiência. Quem não se adaptou à nova dinâmica de adminis-

tração dos anos da crise econômica mundial não sobreviveu. Foi o caso da Rede Tupi, que se atolou em dívidas e foi interdita pelo governo em 1980. Seu espólio foi dividido entre o grupo que controlava a revista *Manchete* e o apresentador de TV Silvio Santos.

No entanto, as emissoras não agiam em separado na defesa de seus interesses: em 1933 já existia a Associação Brasileira de Rádio (ABR), formada por empresários do setor para se posicionarem a respeito das regulamentações de 1931 e 1932. O grupo perdeu força, ao longo dos anos 1930 e início dos 1940, por causa da ditadura Vargas. Em 1946, quando da elaboração da nova Constituição, foi realizado o I Congresso Brasileiro de Radiodifusão, com a intenção de forçar uma revisão nos primeiros decretos. Daí nasceu a proposta do Código



Criada em 1962 para reunir os interesses dos radiodifusores, a Abert mostrou desde o início sua força como grupo de pressão

Brasileiro de Telecomunicações, que só seria colocado em prática 16 anos depois.

A atual Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) foi criada em 1962, mais uma vez com o objetivo de reunir os interesses dos radiodifusores de todo o país, em torno das discussões do Código Brasileiro de Telecomunicação e contra o governo. Ela mostrou sua força como grupo de pressão logo de partida. Um depoimento do então diretor dos Diários Associados – e depois deputado federal e senador –, João Calmon, feito em uma das sessões da CPI *Globo-Time/Life*, em 13 de abril de 1966, pode ser tomado como o retrato do que viria a acontecer nos anos seguintes na relação entre poder público e empresas de comunicação no país:

No governo João Goulart, quando ainda não exercia o mandato de deputado federal, tomei a iniciativa de convocar os meus colegas de rádio e de televisão para uma reunião em Brasília, numa tentativa de derrubar os 52 vetos que o então presidente da República havia apostado ao Código Brasileiro de Telecomunicações. Como o Congresso Nacional se mostrou receptivo às nossas ponderações, nós conseguimos, em duas noites históricas, uma façanha que não me parece muito comum: a derrubada de todos os 52 vetos, sem qualquer exceção. Todos foram derrubados em duas memoráveis sessões do Congresso Nacional. A partir daquele momento, o rádio e a televisão compreenderam que seria preciso dispor de uma entidade nacional. Esta entidade, que é a Abert, foi fundada aqui e fui eleito seu primeiro presidente (Capparelli, 1982:176).

João Calmon usou do poder dos Diários Associados e conseguiu juntar 213 empresas no Hotel Nacional, em Brasília. Na ata de sua fundação, constam as assinaturas de 172 emisoras em todo o país, a maioria ligada ao grupo de Assis Chateaubriand. Calmon foi eleito primeiro presidente da entidade, que ficaria sob o domínio dos Diários Associados até a metade da década de 1970, quando o poder passou para as mãos da Globo.

Em 1978, a Abert mudou sua sede do Rio de Janeiro para Brasília e ficou mais próxima das instâncias de poder. Mesmo tendo nascido por causa de uma questão envolvendo o Parlamento, somente em 2000 a Abert criou um departamento específico para o acompanhamento das ações no Legislativo. A Assessoria Parlamentar foi criada para que a Associação “não fosse pega de surpresa” por projetos que já estavam em andamento e que só chegavam a seu conhecimento quando iam para votação.

Atualmente, dezenas de projetos são acompanhados, e sua tramitação fica à disposição dos associados no site da entidade. Segundo a jornalista e assessora parlamentar da Abert, Stella Cruz (2001), antes só se sabia dos projetos com uma semana de antecedência. “Hoje, ficamos atentos desde que um projeto

dá entrada na mesa até sua votação. Com isso, conseguimos mudar o ponto de vista do próprio autor ou do relator com uma conversa, em uma exposição de motivos, com todos os dados; e normalmente eles são convencidos”.

Desde a criação da Assessoria, os presidentes da Abert mantêm a rotina de visitar, semanalmente, em média, três parlamentares. Quando questionada sobre a possível troca de favores, a assessora diz que é praticado o “lobby ético”, pois não há contrapartida por parte da Abert. “Há casos, principalmente em época de eleição, em que um deputado chega a pedir apoio em sua cidade, mas a gente não pode pegar o telefone e dizer para um radiodifusor de uma determinada localidade que tem que entrevistar fulano ou sicrano. Não existe esse tipo de relação” (Cruz, 2001).

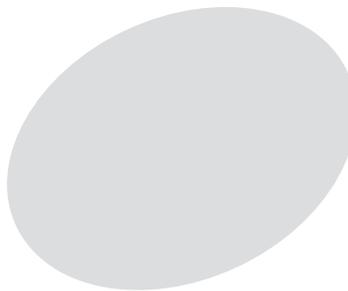
A Abert conta ainda com uma assessoria jurídica para acompanhar o andamento dos casos que move contra decisões dos ministérios das Comunicações, da Justiça ou da Anatel. Merece destaque, nesse jogo de forças, o fato de o assessor jurídico da entidade, Alexandre Jobim, ser também filho do presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), ex-ministro da Justiça e ex-senador, Nelson Jobim, e ser ainda genro do presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ministro Marco Aurélio Mello.

As disputas internas na Abert entre as grandes empresas do setor só se tornaram de conhecimento público no início de 2002, embora venham se arrastando há anos. Naquele ano, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), a Record e a Bandeirantes colocaram notas pagas nos principais jornais do país, afirmando que a Associação não estava mais autorizada a representá-las em nenhum foro e sob qualquer pretexto. A Rede Bandeirantes estava de fora da Abert desde o final de 2000, e a Record não participava mais das reuniões desde 1998. Até que em 31 de maio de 2005 foi criada a Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra), dirigida pela Rede Bandeirantes, Rede TV! e Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), com a participação de várias associações estaduais ligadas a esses três grupos.

Ao longo da história recente, os empresários que se consideram os “donos” da mídia já travaram várias batalhas contra as decisões de interesse público. Qualquer iniciativa, seja ela do Ministério da Justiça, da Cultura, da Saúde, das Comunicações, da Casa Civil, do Congresso Nacional ou mesmo de entidades da sociedade civil organizada, esbarra na plataforma da “defesa da liberdade de expressão, da democracia e contra a censura”. Um discurso vazio e inconsistente, mas que encontra eco junto a certos (de)formadores de opinião e setores bem acomodados da sociedade, que ligam as sirenes quando escutam a palavra “censura”; mesmo que na maioria dos casos não tenha nada a ver com o processo pelo qual o país passou ao longo de seus 75 anos de regimes autoritários do fim do Segundo Império (até 1889), dos primeiros anos da República (de 1889 a 1894), da Era Vargas (de 1930 a 1945) e da Ditadura Militar (de 1964 a 1985).

Foi assim para a criação do Conselho de Comunicação Social, da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual, do Conselho Federal dos Jornalistas, da proibição da publicidade de cigarro, da restrição à publicidade de bebidas, da regulamentação da publicidade para crianças, da classificação indicativa, das recomendações da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, das ações contra João Kleber, Gugu, Faustão, Sérgio Mallandro, Ratinho, Pânico na TV etc. Tudo colocado em um mesmo pacote em nome da “liberdade de expressão”.

Para se precaverem – e se anteciparem –, donos de agências de publicidade, donos de empresas de comunicação e anunciantes criaram, em 1978, o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária e, em 1980, um Conselho Nacional que ficou conhecido como Conar. A Abert também criou seu Código de Ética da Radiodifusão Brasileira, em 1993. Mas as divergências e os interesses internos nunca permitiram sua aplicação, pois qualquer decisão contra um associado favoreceria um concorrente. O cúmulo do corporativismo está registrado no artigo 27 do código (Abert, 1993), que estabelece, como penas aos



São várias as batalhas travadas pelos empresários que se consideram os “donos” da mídia contra as decisões de interesse público

transgressores, a “advertência sigilosa”, a possibilidade de “expulsão dos quadros” da associação e...:

Julgadas culpadas, as emissoras, além das penas mencionadas no caput deste artigo, serão condenadas a divulgar, no mínimo seis e no máximo vinte mensagens de 30 segundos rotativa e diariamente, durante uma semana, no mínimo, e um mês no máximo, para divulgação de *campanhas educativas*. Nas reincidências, a pena será acrescida, de acordo com a gravidade, de 25% até 100% quanto ao número e duração do tempo das inserções.

E a diretoria se encarregará ainda de entrar em contato com os ministérios da Justiça, da Saúde e do Bem Estar Social⁵ para saber se têm interesse em veicular as punitivas *campanhas educativas* nos horários que forem determinados.

A cada vez que alguma instância do governo, Ministério Público ou grupo de pressão da sociedade – como, por exemplo, a campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania” – ganha mais espaço nos debates sobre o controle social da mídia, o suposto Código de Ética é ressuscitado. A promessa da auto-regulação soma-se ao discurso “contra a censura”.

Em 1996, a Abert chegou a anunciar a criação do Instituto Brasileiro para o Aprimoramento do Rádio e da TV, que teria a participação dos “donos” da mídia, mas também de professores, sociólogos e até do público. Em dez anos, o Instituto ainda não foi estruturado.

É curioso observar, no entanto, como a

⁵ Extinto em 1998.

mídia brasileira se posiciona em relação a questões ocorridas em outros países, como a polêmica da (re)publicação de charges do profeta Maomé pela imprensa europeia. Em seu principal editorial do dia 7 de fevereiro de 2006, *O Estado de S. Paulo* (2006:A3) criticou “a espantosa decisão de órgãos da imprensa do porte do alemão *Die Welt* e dos franceses *Le Monde* e *France-Soir* de republicar a charge inflamatória [...] para afirmar o princípio da liberdade de imprensa”. E, mais adiante, citou um texto do britânico *The Guardian* para se posicionar em favor de algo que está acima dessa dita liberdade: “Mesmo esse pilar das sociedades democráticas, porém, não existe no vácuo. [...] ‘há limites e fronteiras – de gosto, leis, convenções, princípios e juízos. Nada disso pode ser automaticamente desconsiderado invocando-se um valor maior’” (*O Estado de S. Paulo*, 2006:A3).

Se mesmo um jornal do porte do *Estadão* concorda que há limites de gosto, leis, convenções, princípios e juízos, e que a liberdade de expressão não existe sozinha em um vácuo de princípios, por que esse mesmo jornal e vários outros veículos se batem tanto pela tal “liberdade de expressão” que atende principalmente a seus interesses? Ou será que há outros interesses por trás de todo esse discurso/escudo?

Com certeza há. E não tão puros, como poderia fazer supor o coro em uníssono da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert), da Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner) e da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap). Desde Tomás de Aquino, no século XIII, o lucro não é mais considerado pecado, mas seguir o catecismo do liberalismo econômico, maquiado de defensor do interesse público, para dizer o mínimo, é imoral.

O que garante essa tranqüilidade, e até arrogância, por parte dos radiodifusores é a

quase certeza de que não serão tocados em seus privilégios. Sobre um ponto que as emissoras de rádio e de televisão fazem questão de desconsiderar, o de que são concessionárias de serviço público, basta observar o texto da Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995, a chamada Lei de Concessões, em cujo artigo 41, pode-se ler: “O disposto nesta Lei não se aplica à concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens” (Brasil, 1995). Por que não?! Ainda mais que no artigo 175 da Constituição (Brasil, 1988) está claramente escrito:

Incumbe ao Poder Público, na forma da lei diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, sempre através de licitação, a prestação de serviços públicos.

Parágrafo único. A lei disporá sobre:

I – o regime das empresas concessionárias [...];

II – os direitos dos usuários;

III – a política tarifária;

IV – a obrigação de manter serviço adequado.

Se as empresas de rádio e de televisão são concessionárias de serviço público, por que então os incisos II e IV acima, que tratam do espectador e da prestação do serviço, não podem ser aplicados? Os “donos” da mídia dizem que é *censura*.

Já passou da hora de a sociedade pedir de volta a imaginária procuração dada para que empresas usem um direito que pertence ao *povo*, ao *cidadão* e ao *indivíduo*: o direito à liberdade de expressão, e ainda o direito de terem acesso a produtos culturais, comunicacionais e informacionais de boa qualidade. Em termos de comunicações, o Brasil jamais chegou sequer perto de atingir a maturidade da democracia liberal. E, se depender dos empresários e políticos ligados ao setor, continuaremos, ainda por muitas gerações, sob a égide de uma corporocracia autoritária.

Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. *Código de ética da radiodifusão brasileira*. Brasília: Abert, 1993.
- BAYMA, Israel Fernando de Carvalho. *A concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil*. Brasília: Liderança do PT da Câmara dos Deputados, nov. 2001.
- BRASIL. Constituição (1998). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 1988.
- _____. Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995. Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos, previsto no art. 175 da Constituição Federal, e dá outras providências. *Diário Oficial da União*. Brasília, 14 fev. 1995.
- CALDAS, Graça. *O latifúndio do ar: mídia e poder na Nova República*. Tese (Doutorado em Comunicação) ECA/USP, São Paulo, 1995.
- CAMARGO, Paulo Tonet. *A atuação do Comitê de Relações Institucionais da Abert em relação aos demais atores ligados ao setor de radiodifusão*. São Paulo, 13 jun. 2001. Entrevista concedida a Edgard Rebouças.
- CAPPARELLI, Sérgio. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982.
- CRUZ, Stella. *A relação da assessoria parlamentar da Abert com os demais atores ligados ao setor de radiodifusão*. São Paulo, 12 jun. 2001. Entrevista concedida a Edgard Rebouças.
- DUALLIBI, Roberto. “Tesoura não”. *Revista da ESPM*, São Paulo, v.12, n.5, set./out. 2005, pp. 110-111.
- FRANCE. *Déclaration des Droits de L’homme et du Citoyen*. France, 1789. <http://www.assemblee-nationale.fr/histoire/dudh/1789.asp>.
- LEAL, Sayonara. “A imaginação de um controle público a partir do regulamento do setor de telecomunicações no Brasil: a utilização dos aparatos regulatórios da Agência Nacional de Telecomunicações pelo usuário-cidadão”. In: *Colóquio Panamericano Indústrias Culturais e Diálogo das Civilizações nas Américas*, Montréal, 24 abr. 2002.
- LEIFERT, Gilberto. “Conar 25 anos: ética na prática”. *Revista da ESPM*, São Paulo, v.12, n.5, set./out. 2005, pp. 30-35.
- O ESTADO DE S. PAULO. *Jornalismo irresponsável*. São Paulo, 7 fev. 2006, p. A3.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. *Declaração Universal dos Direitos Humanos*. ONU, 1948. <http://www.unhcr.ch/udhr/lang/por.htm>.
- REBOUÇAS, Edgard. *Grupos de pressão e de interesse nas políticas e estratégias de comunicações: um estudo de caso dos atores sociais no Brasil e no Canadá*. Tese (Doutorado em Comunicação Social). São Bernardo do Campo: Umesp, 2003.
- _____. “Políticas públicas: os direitos à comunicação no Brasil”. In: *Mídia cidadã: Seminário UNESCO/WACC/UMESP*, 2005, São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2005. http://www2.metodista.br/unesco/agora/PMC_Acervo_eixos_focais_txt2_politicas_publicas.pdf
- UNITED STATES OF AMERICA. *The Declaration of Independence and the Constitution of the United States of America*. Washington: Cato, 2000.