

CONCENTRAÇÃO DA MÍDIA

DEBATES NO CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Congresso Nacional, 2004



SENADO FEDERAL SECRETARIA-GERAL DA MESA

MESA DO SENADO FEDERAL

Presidente

José Sarney – PMDB-AP

1º Vice-Presidente

Paulo Paim – BLOCO-PT-RS

2º Vice-Presidente

Eduardo Siqueira Campos – PSDB-TO

1º Secretário

Romeu Tuma – PFL-SP

2º Secretário

Alberto Silva – PMDB-PI

3º Secretário

Heráclito Fortes – PFL-PI

4º Secretário

Sérgio Zambiasi – BLOCO-PTB-RS

Suplentes de Secretário

1º - João Alberto Souza – PMDB-MA

2ª - Serys Shessarenko – BLOCO-PT-MT

3º - Geraldo Mesquita Júnior – BLOCO-PSB-AC

4º - Marcelo Crivella – PL-RJ

Secretário-Geral da Mesa: **Raimundo Carreiro Silva**

Diretor-Geral: **Agaciel da Silva Maia**

SUMÁRIO

• Composição do Conselho de Comunicação Social	3
• Breve apresentação: José Paulo Cavalcanti Filho, representante da sociedade civil e Presidente do Conselho	5
• Proposta do jornalista Alberto Dines, representante da sociedade civil no Conselho	8
• Relatório do Jornalista Carlos Chagas, representante da sociedade civil no Conselho...	10
• Debate de 17 de fevereiro de 2003: Discussão da proposta do Conselheiro Alberto Dines	14
• Debate de 07 de abril de 2003: Continuação da discussão da proposta do Conselheiro Alberto Dines	19
• Debate de 02 de junho de 2003. Expositor: Dr. Guilherme Canela de Souza Godoi	37
• Debate de 30 de junho de 2003. Expositores: Conselheiro Fernando Bittencourt, engenheiro de comunicação social.....	65
Dr. Guilherme Canela de Souza Godoi (continuação) e.....	77
Dr. Venício Artur de Lima	84
• Debate de 03 de novembro de 2003. Expositora: Dr ^a Ana Luíza Fleck Saibro	115
• Debate de 16 de fevereiro de 2004. Expositor: Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño	134
• Debate de 01 de março de 2004. Expositor: Dr. Denis Lerrer Rosenfield	155

CONGRESSO NACIONAL CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

(Criado pela Lei nº 8.389, de 30 de dezembro de 1991)
(Regimento Interno aprovado nos termos do Ato da Mesa nº 2, de 2002)

- 1ª Eleição Geral: Sessão do Congresso Nacional de 5.6.2002
- Mandato estendido até 5/6/2004, conforme Decreto Legislativo nº 77/2002-CN

Presidente: JOSÉ PAULO CAVALCANTI FILHO¹

Vice-Presidente: JAYME SIROTSKY

LEI Nº 8.389/91, ART. 4º	TITULARES	SUPLENTE
Representante das empresas de rádio (inciso I)	PAULO MACHADO DE CARVALHO NETO	EMANUEL SORAES CARNEIRO
Representante das empresas de televisão (inciso II)	ROBERTO WAGNER MONTEIRO	FLÁVIO DE CASTRO MARTINEZ
Representante de empresas da imprensa escrita (inciso III)	JOSÉ ALBERTO FOGAÇA DE MEDEIROS ³	SIDNEI BASILE ²
Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social (inciso IV)	FERNANDO BITTENCOURT	MIGUEL CIPOLLA JR.
Representante da categoria profissional dos jornalistas (inciso V)	DANIEL KOSLOWSKY HERZ	FREDERICO BARBOSA GHEDINI
Representante da categoria profissional dos radialistas (inciso VI)	FRANCISCO PEREIRA DA SILVA	ORLANDO JOSÉ FERREIRA GUILHON
Representante da categoria profissional dos artistas (inciso VII)	BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA	STEPAN NERCESSIAN
Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo (inciso VIII)	GERALDO PEREIRA DOS SANTOS	ANTÔNIO FERREIRA DE SOUSA FILHO
Representante da sociedade civil (inciso IX)	JOSÉ PAULO CAVALCANTI FILHO	MANUEL ALCEU AFFONSO FERREIRA
Representante da sociedade civil (inciso IX)	ALBERTO DINES	ANTÔNIO DE PÁDUA TELES DE CARVALHO
Representante da sociedade civil (inciso IX)	JAYME SIROTSKY	JORGE DA CUNHA LIMA
Representante da sociedade civil (inciso IX)	CARLOS CHAGAS	REGINA DALVA FESTA
Representante da sociedade civil (inciso IX)	RICARDO MORETZSOHN	ASSUMPTÃO HERNANDES MORAES DE ANDRADE

Composição atualizada em 27.04.2004

Notas:

¹ Presidente e Vice-Presidente eleitos na 1ª Reunião do Conselho, realizada em 25.6.2002.

² Eleito na Sessão Conjunta do Congresso Nacional de 27.04.2004, para a vaga deixada por **CARLOS ROBERTO BERLINCK**, que renunciou ao mandato, conforme comunicação lida na Sessão do Senado Federal de 04.08.2003.

³ Eleito na Sessão Conjunta do Congresso Nacional de 27.04.2004, para a vaga deixada por **PAULO CABRAL DE ARAÚJO**, que renunciou ao mandato, conforme comunicação lida na Sessão do Senado Federal de 23.12.2003.

SECRETARIA-GERAL DA MESA DO SENADO FEDERAL
Subsecretaria de Apoio a Conselhos e Órgãos do Parlamento (SSCOP)
Telefones: (61) 311-4561 e 311-5259
sscop@senado.gov.br
www.senado.gov.br/ccs

CONGRESSO NACIONAL CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

(Lei nº 8.389, de 30 de dezembro de 1991)
(Regimento Interno aprovado nos termos do Ato da Mesa nº 2, de 2002)

COMISSÕES DE TRABALHO

01 - Comissão de Regionalização e Qualidade da Programação

(constituída na Reunião de 26/06/2002)

- Paulo Machado de Carvalho Neto (Representante das empresas de rádio)
- Roberto Wagner Monteiro (Representante das empresas de televisão)
- Berenice Isabel Mendes Bezerra (Representante da categoria profissional dos artistas)
- Francisco Pereira da Silva (Representante da categoria profissional dos radialistas)
- Alberto Dines (Representante da sociedade civil) *
- Carlos Chagas (Representante da sociedade civil) *
- Ricardo Moretzsohn (Representante da sociedade civil) **

** Designados na 9ª Reunião de 2003 do CCS*

*** Designado membro suplente na mesma reunião*

02 - Comissão de Tecnologia Digital

(constituída na Reunião de 26/06/2002, para atender à Consulta nº 1, de 2002-CCS, formulada pela Presidência do Senado Federal ao Conselho de Comunicação Social)

- Daniel Koslowsky Herz (Representante da categoria profissional dos jornalistas) – Coordenador
- Fernando Bittencourt (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social)
- Geraldo Pereira dos Santos (Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo)
- Roberto Wagner Monteiro (Representante das empresas de televisão) – desde 14/10/2002
- Paulo Machado de Carvalho Neto (Representante das empresas de rádio) – desde 14/10/2002
- Berenice Isabel Mendes Bezerra (Representante da categoria profissional dos artistas) – desde 14/10/2002

03 - Comissão de Radiodifusão Comunitária

(constituída na Reunião de 02/09/2002)

- Regina Dalva Festa (Representante da sociedade civil) – Coordenadora
- Paulo Machado de Carvalho Neto (Representante das empresas de rádio)
- Roberto Wagner Monteiro (Representante das empresas de televisão)
- Francisco Pereira da Silva (Representante da categoria profissional dos radialistas)
- Daniel Koslowsky Herz (Representante da categoria profissional dos jornalistas)
- Fernando Bittencourt (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social)

04 - Comissão de TV a Cabo

(constituída na Reunião de 17/03/2003, para emissão de parecer sobre o Projeto de Lei do Senado nº 175/2001, e mantida para atender à proposta do Parecer nº 2/2003-CCS, aprovado na Reunião de 07/04/2003, no sentido da realização de análise da situação da TV a Cabo no Brasil e apresentação de medidas e iniciativas com vista à solução dos problemas enfrentados pelo setor)

- Daniel Koslowsky Herz (Representante da categoria profissional dos jornalistas) – Coordenador
- Paulo Machado de Carvalho Neto (Representante das empresas de rádio)
- Roberto Wagner Monteiro (Representante das empresas de televisão)
- Berenice Isabel Mendes Bezerra (Representante da categoria profissional dos artistas)
- Carlos Chagas (Representante da sociedade civil)

05 - Comissão de Concentração na Mídia

(constituída na Reunião de 07/04/2003, para análise da concentração e controle cumulativo nas empresas de comunicação social em pequenas e médias cidades brasileiras)

- Carlos Chagas (Representante da sociedade civil) – Coordenador
- Paulo Machado de Carvalho Neto (Representante das empresas de rádio)
- Roberto Wagner Monteiro (Representante das empresas de televisão)
- Geraldo Pereira dos Santos (Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo)
- Alberto Dines (Representante da sociedade civil)
- Ricardo Moretzsohn (Representante da sociedade civil)

O PODER DO CAMALEÃO

BREVE APRESENTAÇÃO

Figuras de animais, saídas do apocalipse, ornavam os capitéis dos templos romanos. Nietzsche aproveitou esse bestiário para condensar o sentimento humano em três animais: o leão, com o moral onipotente do eu quero; o camelo, com a moral luterana do eu devo; o menino, com a moral redentora do eu sou. Houvéssemos que definir um qualquer símbolo para os meios de comunicação social e este bem poderia ser o camaleão, com a moral utilitária do eu me adapto. Por sua capacidade de corresponder às mudadas exigências do poder político, às novas tecnologias, às expectativas sociais, aos mercados. Não por acaso, informa Dines, assim eram conhecidos os jornalistas alemães em fins do século XIX – como “camaleões”.

Essa “adaptabilidade” também se dá nas relações com a democracia; fundadas, aqui, em dois conceitos aparentemente contraditórios: o de que não há democracia sem meios de comunicação livres e o de que não há democracia com meios de comunicação livres. O primeiro enunciado é hoje banalizado por um discurso que prestigia mais a forma que a substância. Entre nós, sobretudo a partir de 1964, com o bloqueio à criação e à expressão inserido em um cenário de depressão dos sistemas tradicionais de controle social. Sendo certo que a mídia deve se afirmar, crescentemente, como um “contrapoder” necessário nas democracias. O segundo enunciado parte de uma compreensão mais madura e menos óbvia do papel que essa mídia desempenha, especialmente em democracias socialmente desequilibradas. Em que massas politicamente ingênuas são estimuladas a acreditar em uma inclusão econômica só formal, aparente, que logo se dissolve, produzindo um cenário de permanente instabilidade institucional.

Informação, hoje, é soberania. Houve tempo em que produzir ferro ou petróleo também era. O mesmo com energia elétrica. Para muitos ainda é, nada a opor. Mas, hoje, o nome do jogo é informação. É instrumento de cultura. É preservação de nossa identidade, como nação. Estudantes brasileiros assistem TVs do Brasil em seus cursos no exterior. Brasileiros morando fora se sentem mais próximos de sua terra. Mas é também parte de um conjunto de interesses mais amplos. Na guerra do Golfo tínhamos, ao lado dos gigantes da comunicação norte-americanos, também gigantes árabes – *Al Arabyia*, *Al Jazeera*. A versão árabe era também ouvida no mundo. Amanhã, alguma grande potência poderia pretender que a Amazônia acabasse internacionalizada – para preservar a última grande floresta tropical do planeta, o patrimônio genético de sua flora, água doce, etnias. E precisaríamos também ser ouvidos. Os meios de comunicação brasileiros devem estar preparados para exercer esse papel.

Tanto mais grave porque, em curso, um processo de mundialização dos meios de comunicação. A Federal Communication Commission – FCC americana revogou, em 2 de junho de 2003, a “broadcast newspaper cross-ownership rule” (Seção 75.3550(D)3 do Commissions Rule), em vigor desde 1970 (resumo traduzido dessa decisão no *site* do Conselho, www.senado.gov.br/ccs). Apoiando a formação

de fortes conglomerados de mídia. O jogo se jogará fora dos Estados Unidos. Seremos palco desses interesses. E não estamos nos preparando para (re)agir. Preservar nossos grandes grupos de comunicação corresponde aos interesses nacionais. Só que devemos fazer isso sem que se repita a cumplicidade deletéria que historicamente vem se estabelecendo entre meios de comunicação e elites políticas no poder. Vulgarizando a dimensão do coletivo. É preciso que o Governo apóie esses grupos, ao mesmo tempo fazendo com que esse apoio esteja a serviço, não de seus controladores, mas do interesse coletivo. Não há regras pré-definidas, nesse campo. Cada país enfrenta a questão a seu jeito. Mas não parece haver muitos por aqui, pensando seriamente nisso.

A realidade, hoje, é de mudança extrema. A lógica dos meios de comunicação mudou. Os mercados são outros, os interesses são outros. Especialmente em países como o nosso, de dimensões continentais. Com essas relações se operando ao menos em dois níveis: um mais amplo, relacionado às questões institucionais; outro restrito, ligado aos micro-universos políticos de estados e municípios - no qual são menos sutis, inseridas em um quadro de interferência direta na própria legitimação da democracia representativa. Essa nova realidade se revela, portanto, sobretudo nos pequenos espaços do país. E é aqui, nas pequenas e médias cidades brasileiras, em alguns casos nos próprios Estados, que a concentração dos meios de comunicação revela sua face mais preocupante em relação à democracia. Porque, com frequência, atinge a própria legitimidade de representação política.

O Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional, criado pela Constituição de 1988 (art. 224), foi regulado com a Lei 8.389/91, e, não obstante, instalado apenas em 2002. Um retardo que teria decorrido de pressão exercida sobretudo pelos grandes conglomerados da mídia, que não o queiram; ou, também é possível, apenas decorrência das naturais dificuldades em criar um órgão assim, no desencontro de interesses congressionais. Não nos interessa, por hora, as razões reais desse retardo.

No centro de nossas preocupações, vale a lembrança, está o Brasil. E a crise que nos consome, decorrente basicamente da falta de compreensão de nossa realidade periférica e insurgente, da incapacidade de nossas instituições em corresponder às exigências de uma realidade em permanente transformação. Tudo levando a uma ausência de clareza na ação que acaba produzindo aquele estado interior de torpor e aceitação aviltante da realidade que Umberto Galilei chama de “o prazer do medo”. A crise acaba tendo, por isso, também uma dimensão íntima. O que nos leva a decidir, de uma vez por todas, se vamos jogar o jogo internacional da mídia, ou se continuaremos no papel passivo e subalterno que até agora exercemos, resignados à mediocridade. Se estamos dispostos a enfrentar esse quadro de extraordinárias transformações prometidas pelos meios de comunicação eletrônica, especialmente a internet. Afinal decidindo se conspira a favor da democracia a presença concentrada da mídia nos pequenos espaços deste Brasil.

O Conselho, entre outros estudos, deu agora início ao debate público sobre essa concentração na mídia. Comissão específica foi formada, para estudar o

tema. Algumas das maiores autoridades nacionais foram convidadas a participar de audiências públicas, seguindo-se um debate com os conselheiros. As atas dessas reuniões aqui estão, à disposição de todos. Além desses debates, seguem textos dos jornalistas Alberto Dines, autor da proposição que deu vida à Comissão; e de Carlos Chagas, nela designado relator.

Por tudo isso é com satisfação, e honra também, que agora apresentamos aos estudiosos do tema os debates que se verificaram no Conselho de Comunicação Social. Com a consciência de que, com eles, contribuímos para o grande debate sobre a radicalização da democracia no Brasil. Com os senhores, pois, as atas desse debate.

José Paulo Cavalcanti Filho.

Representante da Sociedade Civil

Presidente do Conselho de Comunicação Social

Junho, 2004.

PROPOSTA DO JORNALISTA ALBERTO DINES

Representante da Sociedade Civil no Conselho de Comunicação Social

Senhor Presidente, Senhoras e Senhores Conselheiros:

Se, na esfera econômica e social, o debate sobre a reforma da Previdência tornou-se central, também temos no âmbito da comunicação social no Brasil um problema crucial a ser encarado com seriedade e responsabilidade.

Tenho a certeza de que grande parte deste Conselho tem posições muito claras sobre a questão da concentração da mídia e a propriedade cruzada de diferentes veículos numa mesma região.

Empresários e profissionais defendem pontos de vista opostos e aparentemente irreconciliáveis. Não tenho a menor pretensão de convencer aqueles que favorecem algum tipo de regulamentação da propriedade dos meios de comunicação muito menos de persuadir os que defendem a manutenção do *status quo*.

Mas a sociedade civil, o cidadão consumidor de informações, também tem exigências no tocante ao assunto. Ele quer diversidade, ele deseja alternativas, ele sonha com uma competição sadia. Aliás, foi esse o espírito da recente alteração no artigo 222 da Constituição que permitiu a democratização do capital das empresas, estimulando a desconcentração e a expansão da mídia no Brasil.

Não tenho delegação para falar em nome da sociedade civil, mas penso que não estarei fugindo às minhas obrigações como um de seus representantes ao propor que o assunto deixe de ser tabu, pelo menos no âmbito de um órgão consultivo com as características e atribuições deste Conselho.

Fui convencido de que a discussão é inadiável por um editorial do jornal **O Estado de S.Paulo**, publicado no dia 13 de janeiro, com o título de “Cartelização das Comunicações nos EUA”. Considero-o como uma das mais importantes contribuições ao debate sobre a propriedade cruzada de veículos de comunicação já publicadas na grande imprensa brasileira. Por diversas razões: porque é equilibrado, oferece ao leitor os dois lados da questão, mas sobretudo porque foi veiculado num jornal que pode ser considerado como um porta-voz do liberalismo (tanto político como econômico) e, portanto, avesso a qualquer tipo de regulamentação no que tange à imprensa ou ao exercício da atividade jornalística.

O jornal expõe a seguinte situação: a FCC (Federal Communications Commission) dos Estados Unidos vem afrouxando as antigas exigências no tocante à propriedade múltipla de veículos de comunicação numa mesma região. O jornal aponta duas conseqüências: as empresas expandiram-se, fortaleceram-se economicamente em detrimento da pluralidade de opiniões e, obviamente, da qualidade da informação oferecida à sociedade.

O jornal oferece exemplos concretos: desde 1996, as duas maiores companhias do setor de rádio que detinham 130 emissoras passaram a possuir 1.400. Em quase metade dos maiores mercados norte-americanos, as três maiores empresas controlam nada menos que 80% dos ouvintes de rádio. O **Estadão** reproduz, então, a opinião de um articulista do **Washington Post**: “os benefícios econômicos para os conglomerados de mídia custaram à população perdas consideráveis no acesso ao mercado saudável de idéias”.

Não pretendo entrar no mérito do que foi exposto pelo prestigioso jornal, mas aproveitar a principal lição nele embutida: a questão é seria demais para ficar engavetada, considerada como não-existente, infensa ao debate franco e aberto.

Minha pretensão é modesta: colocar o assunto na agenda permanente deste Conselho. Inspiro-me num dos princípios da física moderna onde se diz que a simples observação de um fenômeno já é uma intervenção no seu curso.

Brasília, 17/02/03
Alberto Dines.

RELATÓRIO DO JORNALISTA CARLOS CHAGAS

Representante da Sociedade Civil no Conselho de Comunicação Social

Caro presidente José Paulo Cavalcanti Filho:

Tenho o prazer de passar às suas mãos considerações sobre um ano de trabalho da comissão destinada a examinar a concentração de propriedade em veículos de comunicação social, em mãos de grupos ou conglomerados econômicos ou familiares.

De início, aproveito para apresentar minhas despedidas ao caro presidente e aos companheiros do Conselho de Comunicação Social.

Não apenas aproxima-se o término de nossos mandatos, no próximo mês de julho.

Por razões especiais, também devo entregar a delegação honrosamente recebida do Senado da República, resultado de representar a Associação Brasileira de Imprensa em Brasília, desde 1985.

Escolhido como um dos integrantes da sociedade civil com assento no Conselho de Comunicação Social, ficou óbvia minha umbilical ligação com a ABI, motivo fundamental da designação.

A recente eleição de uma nova diretoria da entidade expressou o desejo de renovação por parte da categoria dos jornalistas profissionais. Venceram os companheiros de uma chapa alternativa, oposta àquela por mim integrada.

Com o sentimento do dever cumprido, e desejando aos dirigentes recém-empossados os melhores votos de sucesso, considereei encerradas minhas atividades como representante da Associação Brasileira de Imprensa na capital federal.

A decorrência natural, assim, não poderia ser outra senão meu desligamento do Conselho de Comunicação Social.

Quanto à delicada questão da concentração de propriedade, peço vênias para estas considerações ainda inconclusas em seus fundamentos. Não nos é possível, ainda, opinar definitivamente e com isenção, tendo em vista fatores expostos em seguida.

Apelo, assim, para a paciência de V. S^a e dos companheiros do Conselho no sentido de repetir preliminares já expostas, mas ainda necessárias.

Será sempre bom partir do geral para o particular. A proposta de criação do Conselho de Comunicação Social foi feita pela saudosa deputada Cristina Tavares, jornalista de profissão, durante os trabalhos da Assembléia Nacional Constituinte em 1987/88.

Auxiliada por outros deputados-jornalistas como Carlos Alberto Oliveira, Arthur da Távola e Sebastião Nery, ela sugeria dar poderes normativos e até coercitivos ao Conselho, cujas atribuições, entre outras, seriam de conceder e prorrogar concessões de canais de rádio e televisão em todo o país, além de estabelecer mecanismos capazes de zelar pelo cumprimento do que seria o artigo 220 da nova Constituição, nos parágrafos 3º (número II), 4º e 5º.

A palavra de ordem era "censura, nunca mais", mas havia que garantir à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariassem o respeito aos valores éticos e sociais; que não dessem preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e

informativas; que não promovessem a cultura nacional e regional; que não estimulassem as produções independentes e nem regionalizassem sua produção.

A proposta que ganhava corpo, no caso da proteção da pessoa e da família, era da criação de pesadas multas sobre as emissoras que, em sua programação, induzissem ao crime, exaltassem a figura de criminosos, estimulassem o uso de drogas e bebidas alcoólicas, apresentassem cenas ou filmes de pornografia explícita ou, de qualquer forma, abusassem do direito de informação. Havendo reincidência, seriam estabelecidas penalidades de advertência pública, suspensão e até cassação da concessão, no caso de emissoras de rádio e televisão.

Apesar da simpatia com que as bancadas constituintes receberam a sugestão dos deputados-jornalistas, uma única frase percorreu o plenário e determinou, de forma súbita, senão o arquivamento, ao menos a distorção dos objetivos do Conselho, finalmente transformado em apêndice da Mesa do Congresso. A frase foi: "O Dr. Roberto não gostou...".

A desimportância do Conselho de Comunicação Social ficou óbvia pela simples lembrança do tempo em que demorou para ser constituído e começar a funcionar.

Decidiu o Plenário do Conselho formar uma comissão para pronunciar-se a respeito da concentração de propriedade nas empresas e nos veículos de comunicação, em mãos de grupos ou conglomerados estaduais ou nacionais. Numa palavra, a preocupação de as mesmas pessoas possuírem jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão numa única região, estado ou município, ou no plano nacional. Essa concentração poderia condicionar as informações a uma única versão, quando não travestida e manipulada, subordinada a interesses outros que não a obrigação de transmitir à sociedade tudo o que se passa nela.

É preciso lembrar a inexistência de dispositivos legais específicos proibitivos dessas concentrações, não obstante o citado parágrafo 5º do artigo 220 da Constituição, de que "os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio".

Até hoje, recorde-se, o Congresso não regulamentou os principais artigos do Capítulo da Comunicação Social. Permanecem os problemas que levaram a Assembléia Nacional Constituinte a inverter um dos mais basilares princípios de Direito, de que as Constituições devem apresentar as grandes definições, depois detalhadas na lei complementar ou na lei ordinária. Nos idos de 1987/88, pela impossibilidade de acordo entre os grupos denominados "Centrão" e "Progressista", deixou-se para a lei aquilo que consistia basilar atribuição constitucional.

Pelos mesmos motivos, até agora, sequer uma nova Lei de Imprensa foi aprovada, permanecendo a famigerada herança dos tempos do autoritarismo, de 1967, por certo extirpada dos artigos que contrariam a Constituição atual.

Mesmo partindo do princípio de que inexistem leis vetando a existência de conglomerados na mídia, e aceitando serem nulos os poderes do Conselho de Comunicação Social para enfrentar a questão, trata-se de um dever de todos nós promover um levantamento do quadro, quando nada para informar a opinião pública e estimular o Congresso a agir, se necessário.

É o que foi proposto com os trabalhos desta comissão, que se revelam demorados, árduos e profundamente intrincados. Para citar autor fora de moda nos tempos atuais de globalização, importa referir que "toda grande marcha começa com

o primeiro passo". Já demos muitos, de junho do ano passado até hoje, mas a meta parece ainda distante.

A questão inicial será saber se os conglomerados constituem um bem ou um mal. Tornam-se capazes de controlar, limitar e distorcer a informação, de um lado, mas, de outro, nos tempos bicudos de crise econômica em que vivemos, talvez representem a melhor forma de preservação de empregos para a classe jornalística e afins. A experiência dos últimos anos vem demonstrando dificuldades sempre crescentes para as empresas de comunicação, entre elas as de menor porte, dedicadas a uma única atividade.

Sem a emissão de juízos de valor, importa reconhecer que, se determinado grupo dispõe de um jornal e de uma emissora de televisão, esta servirá para promover aquele, e vice-versa, aumentando o número de leitores e telespectadores, ou seja, a publicidade, o faturamento e, na teoria, o número de empregos. No reverso da medalha, é evidente, uniformizando perigosamente as informações de acordo com os interesses de seus gestores, nem sempre voltados para a missão de informar a sociedade, muitas vezes, colocando a notícia a serviço da política, do corporativismo, da economia e até de interesses e atividades pessoais.

Nos Estados Unidos, foi iniciado um processo destinado a transformar de forma radical o principal mercado de mídia no mundo. Reuniu-se em Washington, em junho de 2003, a Federal Communications Commission, com o objetivo acorde com as diretrizes gerais do governo George W. Bush, de atropelar os limites impostos aos grandes grupos de comunicação do país. A FCC derrubou, por maioria, as regras estabelecidas nos anos setenta, que proibiam os oligopólios e impediam, nas cidades grandes e médias, que um mesmo grupo pudesse gerir emissoras de televisão, rádio, jornais e revistas, a chamada propriedade cruzada. Durou pouco a celebração da vitória pelos grandes conglomerados, tendo a Justiça sustado a aplicação daquela decisão até ulterior decisão de mérito, ainda não adotada.

É importante notar que, apesar das proibições vigentes, nos anos oitenta, perto de 50 conglomerados de mídia dominavam o mercado americano. Nos anos noventa, eles se reduziram a 23, mas, na entrada do novo século, passaram a apenas cinco. A cobertura na televisão, amplamente favorável à invasão do Iraque pelos Estados Unidos, dá bem a medida dos efeitos trazidos pela concentração, ainda que nada se deva opor à liberdade de cada veículo apresentar os fatos pelo seu próprio ângulo de visão. Desde que, é claro, não haja distorções nem omissões.

Em nosso relatório preliminar sobre a questão, datado de 2 de junho de 2003, apresentamos algumas sugestões de trabalho. Deveríamos ouvir, nas próximas reuniões, professores e elementos de reconhecida capacidade no estudo e na análise do tema. Os nomes sugeridos pelo conselheiro Alberto Dines encabeçaram a relação.

Aconteceu, porém, um hiato no desenvolvimento dos trabalhos. Foi difícil encontrar empresários de comunicação ou teóricos que se dispusessem a falar favoravelmente à concentração. Ouvimos em maior número, assim, depoimentos referentes aos perigos de veículos variados de comunicação pertencerem ao mesmo grupo ou à mesma família, em especial em cidades do interior e em Estados menos desenvolvidos.

Recebemos importantes subsídios a respeito das distorções verificadas no mercado e na própria essência da comunicação, tantas vezes dominada pelos chamados barões da notícia, controladores daquilo que deveria ser tido como opinião pública, mas acaba sendo opinião publicada.

Todos os esforços têm sido desenvolvidos pelo presidente do Conselho de Comunicação Social e por esta Comissão, no sentido de ouvirmos quem se disponha a sustentar a excelência ou, ao menos, a demonstrar que a concentração não prejudica nem ofusca a liberdade de informação. Essa contribuição demorou, começa a acontecer e facilitará o prosseguimento dos trabalhos, com a apresentação posterior de um relatório definitivo. Missão, pelo que foi exposto acima, destinada ao companheiro que me suceder, por certo com maior brilho e menores perplexidades.

Conseguimos reunir informações parciais sobre os conglomerados estaduais, já estando iniciada a etapa seguinte, envolvendo os conglomerados nacionais. Ainda assim, vale repetir, imagino não haver chegado a hora de um pronunciamento final do Conselho a respeito, que começaria pela análise e terminaria pela votação das conclusões a que chegar esta Comissão.

Seria prematuro, por enquanto, oferecer aos dignos conselheiros uma única opção em torno de dois caminhos: a necessidade de um alerta ao Congresso, recomendando a aprovação de projeto capaz de limitar os conglomerados, ou a recomendação de que, ao menos por força da evidente crise na economia e no setor da comunicação social, deveria ser mantida a situação atual, sem limitações.

O trabalho continua. No que me concerne, caro presidente, chegou a hora de dizer adeus.

Atenciosamente,
Carlos Chagas

CONGRESSO NACIONAL CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1ª REUNIÃO DE 2003

DIA 17 DE FEVEREIRO DE 2003, SEGUNDA-FEIRA, ÀS 14H,
NA SALA Nº 6 DA ALA SENADOR NILO COELHO

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Vamos ouvir o Conselheiro Alberto Dines, que vai se pronunciar sobre a concentração dos meios de comunicação social do Brasil. Concedo a palavra ao Conselheiro Alberto Dines.

O SR. ALBERTO DINES (Representante da sociedade civil) – Sr. Presidente, Sr^{as} Conselheiras, Srs. Conselheiros, preparei um pequeno documento, de duas laudas – sinto-me mais à vontade trabalhando com o teclado do que na *performance* pessoal. Não vou tomar-lhes tempo. E há um documento anexo: um editorial de **O Estado de S. Paulo**.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Sr. Presidente, de fato, o problema dos Estados Unidos é grave. Mas, no Brasil, é diferente. A concentração é uma exigência técnica. Em Brasília, há seis emissoras de televisão, sendo que uma pertence ao Governo. Não pode haver sete nem oito nem nove. Quanto à propriedade cruzada, a **Record**, o **SBT**, a **Bandeirantes**, a **CNT** e a **RedeTV** não têm revista nem jornal. A única que tem revista e jornal é a **Rede Globo**. Então, no Brasil, não existe propriedade cruzada nem concentração. No caso de Brasília, em que, das seis empresas, cinco são privadas e uma do Governo, não se pode falar em concentração, que é naturalmente técnica.

Os Estados Unidos têm problema, mas não posso discutir o problema americano. No Brasil, não existe isso. Ao contrário, há uma tremenda dificuldade hoje de sobrevivência no setor.

O SR. ALBERTO DINES (Representante da sociedade civil) – Eu não estou preocupado com o problema dos Estados Unidos. Trata-se apenas de referência, mas posso apresentar ao Conselheiro Roberto Wagner pelo menos um caso de propriedade cruzada que considero emblemático, extremamente prejudicial à livre concorrência.

A sua ótica, Conselheiro, é muito específica com relação à mídia eletrônica; a minha pretende ser um pouco mais ampla. E o caso emblemático – tenho usado isso e até hoje não fui contestado, mesmo quando me manifesto por escrito – é o da cidade de Santos, o maior porto da América do Sul, que tem um jornal, e a empresa proprietária desse jornal é afiliada a uma rede de televisão, a mais forte do Brasil. Mesmo que o bilionário George Soros queira fazer outro jornal em Santos, ele não conseguirá, porque a propriedade cruzada vai impedir, a não ser que ele gaste bilhões de dólares para ter um jornal capaz de concorrer com a **Tribuna de Santos**, que é um belíssimo jornal, centenário. Mas a sociedade santista pede que haja uma concorrência sadia, pelo menos de duas opções.

Não tenho fórmulas de algibeira para propor aqui o exame do problema e a resolução. Quero que passemos a considerar esse como um dos temas cruciais, porque precisamos abrir o mercado. Garanto que, se fizermos um estudo, aparecerão outros casos tão emblemáticos e graves quanto esse de Santos. E estamos aqui não para virar as costas aos problemas, mas para tentar resolvê-los e mantê-los em pauta, porque fomos escolhidos para isso.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (Representante da categoria profissional dos jornalistas) – A contribuição do Conselheiro Dines é extremamente pertinente. A exemplo do que foi tratado aqui com relação à radiodifusão comunitária, sairemos com a pergunta: onde e quando trataremos desse assunto? Inevitavelmente trataremos desse assunto! As demandas sociais e a própria realidade do mercado estão exigindo isso.

A complexidade do mercado brasileiro tem as suas características. Se no plano nacional a caracterização da propriedade cruzada envolve algumas nuances, no plano regional ela se expressa de forma brutal e vai muito além do exemplo emblemático – embora esse seja realmente emblemático –, que é o caso de Santos.

Em torno das seis redes nacionais de televisão aglutinam-se mais de seiscentos veículos. Nós temos pesquisas que mostram especificamente esses dados, que poderemos enviar aos Conselheiros. Com exceção da **CNT**, todas as demais redes e suas afiliadas têm, no plano regional, emissoras afiliadas em que a regra é a propriedade simultânea – além da geradora que retransmite a programação nacional – de emissoras de rádio e, não raro, jornais. É claro que isso está relacionado com o porte das redes dos grupos regionais, pela ordem: **Globo, SBT, Bandeirantes, Record** e assim por diante. Estabelece-se uma hierarquia na estruturação desses grupos regionais. Em nenhum Estado do Brasil deixam de existir vários casos. E todas as capitais – sem exceção – envolvem propriedade cruzada com a situação típica de que os grupos regionais são estruturados a partir do veículo mais forte: a televisão, que é a geradora que retransmite programação das redes nacionais. Em torno dela se articulam e a ela pertencem as empresas emissoras de rádio e jornais, que são os principais veículos. Ou seja, os principais jornais, em regra os jornais regionais e locais, são ligados aos grupos que detêm simultaneamente emissoras de televisão e de rádio.

Então a forma ponderada e cuidadosa com que o Conselheiro Alberto Dines abordou o assunto mostra que ou nos dispomos a nos antecipar a demandas sociais e até aos próprios componentes de inviabilidade do mercado que geraram a crise que está alardeada há vários anos, por conta de concessões mal distribuídas, enfim, de um processo mal administrado de estruturação, especialmente na radiodifusão brasileira, ou teremos que fazer isso mais tarde.

Penso que o desafio feito pelo Conselheiro Alberto Dines mostra que é possível fazê-lo agora, de forma desapassionada, possibilitando que o sistema de comunicação seja tanto viável economicamente como capaz, mesmo na sua feição

privada comercial, de somar para a democracia e o desenvolvimento da cultura do País.

O SR. JORGE DA CUNHA LIMA (Representante da sociedade civil) – O Dines é tão sintético que eu diria que ele quase faz uma metafísica da concentração.

Queria colaborar, dizendo que a concentração é muito mais cruel do que parece, porque ela é uma concentração na diversidade. Estou falando de comunicação eletrônica de massa. Temos todas as emissões citadas pelo companheiro Roberto. No entanto, se, no contexto da iniciativa privada industrial, a quantidade de indústrias produz diversidade, no Brasil, na comunicação, a quantidade produz uniformidade. Todas as televisões produzem o mesmo jornalismo, as mesmas casas dos artistas; todas as televisões, se tivessem dinheiro, produziram as mesmas novelas. Então há uma crueldade em que o formato e o conteúdo da televisão brasileira estão inteiramente paradigmáticos. Não há diversidade. Por quê? Porque as regras de mercado que sustentam as sacrificadas televisões brasileiras... É um paradoxo dizer isso, mas todas as televisões estão em má situação, porque o mercado não tem, de uma certa forma, alimentado e financiado essas televisões. Elas precisam recorrer a verbas divinas, a verbas de outras naturezas para sobreviver, até as televisões públicas. Na verdade, as televisões produzem o mesmo conteúdo para 100 milhões de pessoas. E essa inexistência de paradigmas alternativos é a mais cruel das concentrações. Por isso, hoje, no item que me cabe – certamente não haverá tempo para tratar dele –, entendo ser uma crueldade só a Constituição reconhecer a existência de três paradigmas: o da TV Estatal, o da TV Pública e o da TV Comercial. Trabalhamos no Brasil só com duas: a TV Comercial, que é um todo, e as TVs Comunitárias, que são um esgar para sobreviver.

Pediria a este Conselho – e a sua fala me inspira isso – que efetivamente hierarquizássemos a crueldade do problema e estabelecêssemos aqui uma hierarquia de assuntos que envolvam o preceito constitucional dos três paradigmas: da TV Estatal, da TV Pública, da TV Privada e, hoje, da TV Comercial, que é uma nova face amplificada da TV Pública.

Sempre que falo, ao contrário do que costumam dizer: “não vou tomar o tempo dos senhores”, enfatizo: gostaria de tomar o tempo dos senhores, gostaria de ficar dez horas discutindo esse assunto.

Com o fim das escolas públicas, com a deterioração da ética e da família, a televisão preencheu o espaço da formação do homem para a vida, para a cidadania, para tudo isso. Temos que debater o que essa proposta e esse formato de conteúdo estão fazendo com o Brasil. E esse é o principal problema a ser focado por este Conselho, ao qual sinto a honra de pertencer, ainda que como suplente, para provocar essa discussão da desqualificação e da concentração dos conteúdos da televisão brasileira.

O SR. RICARDO MORETZSOHN (Representante da sociedade civil) – Sr. Presidente, quero parabenizar o querido Conselheiro Alberto Dines, pela pertinência

de trazer essa discussão, e também o companheiro Jorge da Cunha Lima, pela sua complementação, e dizer que endosso inteiramente a preocupação do Conselheiro Alberto Dines, por quê? Tenho que pensar – talvez como o próprio Dines – que estou neste Conselho representando a sociedade civil. O Conselho já possui a representação do mercado e dos trabalhadores, mas também deve ser sensível à opinião da sociedade. O Conselho precisa escutar o que a sociedade está pedindo; a sociedade está querendo endereçar algo, dizendo que não quer mais essa situação, que está insuportável.

O Conselheiro Jorge referiu-se à questão dos três paradigmas e à diversidade. Num país com essa multiculturalidade, com essa diversidade, não é possível ficarmos submetidos a determinadas sanções culturais e educativas.

Esse assunto é tão ou mais importante do que a discussão da digitalização, da radiodifusão comunitária, da regionalização. Em função disso, acredito que o Conselho deve ser sensível e acatar esse tipo de demanda.

Farei referência à campanha da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados que expressa: “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”. Tenho o privilégio de fazer parte do Comitê, juntamente com o companheiro Roberto Wagner, mas tenho outra posição em relação a essa campanha. Considero-a legítima por estar nascendo da própria sociedade civil, que está dizendo o seguinte: “Não queremos mais nos submeter a esse tipo de situação”. Este Conselho é o espaço democrático por excelência para acatar e produzir esse tipo de discussão.

Muito obrigado.

O SR. ANTÔNIO DE PÁDUA TELES DE CARVALHO (Representante da sociedade civil) – Sr. Presidente, eu gostaria de cumprimentar o Conselheiro Alberto Dines pelo aspecto substantivo da questão que acabou de expor. Creio que S. S^a puxou a ponta de um novelo que realmente envolve a questão da mídia brasileira no seu conjunto.

Qualquer um de nós deve ter visto, semana passada, uma vasta reportagem publicada na revista **Carta Capital** sobre a crise nos meios de comunicação no Brasil. Pergunto: até que ponto o processo democrático brasileiro está ameaçado por essa crise que até então vinha sendo comentada como um rumor e que agora está expressa claramente num documento publicado por uma revista de grande responsabilidade? Além disso, qual é a nossa responsabilidade ao passar por essa situação de maneira apenas tangencial?

Como abordou o Conselheiro Alberto Dines, citando um dos aspectos da questão, talvez fosse o momento próprio para uma reflexão sobre se não seria importante considerarmos a possibilidade de, sobre esta temática, convocar um encontro nosso, talvez com a participação de mais alguns notáveis da área, para que pudéssemos, quiçá durante dois, três ou cinco dias, de maneira intensa, mergulhar, sem hipocrisia, nessa questão que me parece de extrema gravidade. É uma sugestão que faço com toda simplicidade. Obrigado.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Agradeço ao Conselheiro Antonio Teles.

Gostaria de parabenizar o Conselheiro Alberto Dines e dizer que a situação brasileira é ainda pior. Os Estados Unidos decidiram fazer isso em 1970 com a *Broadcast Newspaper Cross-Ownership Rule*. Em 1961, quando foi aprovado o *Memorandum Opinion and Order*, que sagrou a *Cross-Ownership Rule*, havia quase 300 emissoras que tinham ou rádio ou televisão e mais de 100 que tinham rádio, jornal, além da televisão.

A FCC dividiu o país em 212 mercados comerciais e proibiu que se tivesse mais de um meio de comunicação – rádio, jornal, televisão. Duzentos e cinquenta e seis jornais pertenciam a grupos com rádio, nas quais 160 tinham também televisão. Boa parte fechou, as outras foram vendidas. A regra chegou a ir para a Suprema Corte, que aprovou a teoria da *maximizing diversity* no caso *FCC X National Citizens Committee for Broadcasting*, dizendo que correspondia razoavelmente ao interesse coletivo a pluralidade das fontes de informação.

O modelo da FCC, que é muito próximo ao brasileiro, sagrava a diversidade contra a concentração. Mas, a partir de 1997, isso foi para o espaço. A regra agora é a concentração. O Dines disse isso muito bem. A informação passa a ser globalizada.

Há dois anos estive na França, em reuniões no *Centre Supérieur de L'audiovisuel*, e pude verificar que a comunicação, também na Europa, deixou de ser um fenômeno local, nacional. Trata-se de um fenômeno mundial, globalizado. Temos que estar preparados para a competição com grupos cada vez mais fortes e concentrados, o que torna ainda mais sofisticado o problema. Queremos uma realidade interna que prestigie a democracia, mas que, na prática, vai levar o País a perder as condições de uma competição internacional por mercados e por afirmação de sua soberania. Então é ainda mais complicado.

É por conta disso tudo - e penso que interpreto a posição do Conselho – que acredito que devemos reservar uma das próximas reuniões exclusivamente para debater este tema, chamando um ou outro expositor para colaborar conosco nesta reflexão. Agradeço ao Conselheiro, mas devemos fazer uma reunião apenas para discutir este assunto e esgotá-lo, a fim de que sirva de um alerta à sociedade brasileira quanto à dimensão e à gravidade do problema. Parabenizo-o, em nome dos Conselheiros.

**CONGRESSO NACIONAL
CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**3ª REUNIÃO DE 2003
DIA 7 DE ABRIL DE 2003, SEGUNDA-FEIRA, ÀS 14H,
NA SALA Nº 6 DA ALA SENADOR NILO COELHO**

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Passo a palavra ao Conselheiro Alberto Dines

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – Vou me reportar à última manifestação que fiz aqui, sobre a concentração das empresas de mídia. Lembro-me de que concluí com a proposta de que esse assunto fosse considerado um dos temas que o Conselho deveria acompanhar, porque ele é inesgotável, é um tema primordial – lembro-me até de que usei a expressão “a mãe de todos os problemas da mídia brasileira”.

Então, como não compareci à última reunião, trago de volta o assunto, já com uma visão mais concreta, com uma proposta, para que não nos percamos em discussões muito amplas que não vão resultar em nada e ficarão, apenas, para efeito de registro em ata.

Os problemas de concentração da mídia estão avivados hoje com a Guerra do Iraque. De repente, surgiu a competição para apresentação de outras versões da guerra, primeiro pelos dois canais árabes, que são o **Al-Jazirah** e o **Al-Arabia**. Agora, surge também, no noticiário, a disposição do Governo da França e do Governo da Alemanha de investir nos seus canais públicos **Deutsche Welle** e **TV France**, se não me engano, para que eles possam entrar nessa competição internacional pela informação ou pelo viés da informação. Isso mostra que, realmente, o processo de concentração da mídia estava muito fechado e precisava ser aberto, o que está ocorrendo agora.

Evidentemente, não me proponho a discutir nesse nível. O Brasil tem uma empresa de comunicação de grande importância, a **Rede Globo**, que é a quarta do mundo. Também não estou preocupado em colocá-la para competir com a **CNN** ou com a **Al-Jazirah** ou com a **BBC**.

Gostaria de começar do início do processo, que compreende a concentração da mídia no nível metropolitano, menor, local, nas pequenas e médias cidades. Nessas localidades há problemas realmente muito sérios. Nosso Presidente lembrou que, na cidade de Petrolina, existem quatro emissoras de rádio do mesmo dono e uma televisão. Provavelmente um dia, ele terá seu jornal, porque, com esse conglomerado de mídia, vende qualquer coisa.

Gostaria de propor que começássemos a discutir nesse nível, porque, no nível grande, a questão é muito mais complicada. Talvez seja importante, para que o Brasil seja bem representado nesse panorama concorrencial, que o País tenha uma grande empresa de mídia, a qual irá disputar as versões no dia em que ele se

envolver, ou for obrigado a se envolver, num conflito. Assim ele terá um canal de exposição mundial. Não pretendo entrar nesse aspecto. Eu gostaria de começar a discussão - essa é a minha proposta - examinando o problema da concentração da mídia num nível mais imediato, mais circunstancial, mais incidental, que é o da pequena e da média cidade.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço as palavras do Conselheiro Alberto Dines e gostaria de aduzir a elas algumas observações pessoais.

Esse assunto começou, no mundo, em 1970, quando a Federal Communications Commission (FCC) norte-americana aprovou o Broadcast-Newspaper Cross-Ownership Rule, Seção 75.3550d3, do Commission's Rule, vedando que as empresas tivessem, em cada um dos 212 mercados comerciais em que dividiram os Estados Unidos, mais de uma empresa de **broadcast** ou de **newspaper** – de rádio, de televisão e de imprensa escrita.

Não se pode dizer que isso foi mais fácil por ser o início dos meios de comunicação. Em 1970, já havia 256 jornais que possuíam emissoras de rádio, e, desses, 160 também tinham emissoras de televisão. Todos tiveram que se desfazer de suas concentrações. E não havia só empresas pequenas. Chamo a atenção porque, entre elas, estava o **Daily News**, de Nova Iorque, o **Chicago Tribune**, maior jornal de Chicago, o **Post Dispatch** e o **Washington Post**, de Washington, apenas quatro anos antes da divulgação dos **Pentagon Papers**.

Murdoch, à época, foi obrigado a vender o jornal **New York Post** – com 700 mil leitores – para ficar com o **Canal 5** em Nova Iorque, a **Fox TV**. Em Boston, ele preferiu ficar com **The Boston Herald**, com 280 mil exemplares, e precisou vender sua tevê local inicialmente a um *independency trust*, depois a um time de basquetebol, o *Boston Celtics*.

Naquela ocasião, o assunto foi levado à Suprema Corte, em 1971; no caso *FCC versus National Citizens Committees for Broadcasting*, com base na primeira emenda, de 1791, a primeira das dez emendas conhecidas pelo nome coletivo de Bill of Rights, que veda ao Congresso americano legislar sobre censura.

O Relator da matéria na Suprema Corte foi o venerando Juiz Thurgood Marshall. Em seu voto, lê-se: “A Suprema Corte reafirma a interpretação já dada nos casos **Red Lion versus FCC** e **Miami Herald Publishing Co. versus Tornillo**, segundo a qual os confrontos entre direitos de editores de jornais, das radiodifusoras e do público se resolvem no interesse público”. Em virtude desse fato, a Suprema Corte sagrou a teoria hoje dominante – *maximizing diversity* – de que essa ausência de concentração é uma razoável maneira de promover o interesse público na diversificação da comunicação de massa.

Essa situação, portanto, estava resolvida nos Estados Unidos até 1993, quando tudo começou a mudar, com o início de um processo de globalização dos meios de comunicação norte-americanos. Em 1982, a FCC já havia dado um *temporal wayver* para que Murdoch comprasse o jornal **New York Post**, de Nova

lorque, para evitar uma posição hegemônica do **The New York Times**. Estavam preocupados com isso. Só para informar, o jornal **The New York Times** de domingo pesa vinte quilos. Dizem até que se o carregador jogá-lo na casa das pessoas será uma ameaça à integridade física dos leitores.

Em 1982, a FCC deu *temporal wayvers*; em 1987, os Senadores Holling e Edward Kennedy votaram lei proibindo a concessão do *wayver*. Apesar disso, em 1993, a FCC autorizou Murdoch a concentrar também jornal em Nova Iorque. Começava a mudar o panorama. E não é por acaso que, dos cinco membros da FCC, hoje, é seu Presidente o Michael Powell – filho de Collin Powell.

A situação na Itália somente veio a aclarar-se em 1990, quando a legislação italiana comercial de jornais proibiu essa concentração. O que ocorreu? Havia um grupo de televisão **Italia Uno**, que pertencia ao grupo Berlusconi, a **Rete Quattro** ao grupo Mondadori, e o **Canale 5**, da Fininvest, Berlusconi, que também tem a **Capodistria**, cuja sede fica na Iugoslávia, a três quilômetros da fronteira, fazendo emissões em língua italiana.

O que ocorre? Berlusconi concentrou tudo isso. E, em 1990, com a aprovação da “Legge Mammi”, que disciplina o sistema de rádio e televisão público e privado italiano, esse assunto foi enfrentado, e eles o fizeram de uma maneira muito curiosa. O art. 15 trata de proibição de posições dominantes nos meios de comunicação; e eles já esboçaram o que V. S^a, agora, com maestria, propõe.

Primeiro, eles verificavam a situação de uma tevê nacional que não pode ter imprensa com mais de 16% do total dos periódicos italianos. Quem tiver uma televisão não pode ter também jornal além de 16%. A alínea **b** do art. 15 prevê que quem tiver duas televisões nacionais não pode ter jornais com mais de 8% do total de jornal da Itália.

O inciso III diz que, quando houver mais de duas televisões, não se pode ter jornal nenhum. Quais são as consequências práticas disso? O Grupo Berlusconi teve de se desfazer do **Il Giornale**, de Milão. A família Agnelli – que, via Fiat, como sócio *di riferimento* do Grupo **Gemina**, controlava o Grupo **Rizzoli**, que é o maior grupo editorial da Itália, tem a maior revista italiana, chamada **L'Europeo**, bem como o maior jornal da Itália, chamado **Corriere della Sera** – precisou abortar os seus planos de ir para a mídia televisiva.

É claro que não se pode dizer que o modelo da Itália seja um êxito, porque Berlusconi acabou Primeiro-Ministro por força das suas televisões. Mas isso mostra, Conselheiro Dines, que a sua preocupação em separar os grandes conglomerados de comunicação, que hoje têm papel de soberania, dos pequenos, é importante. É claro que há, no Golfo Pérsico, um embate entre os gigantes da comunicação: gigantes ocidentais e gigantes árabes. Seria lamentável que, amanhã, alguns países pretendessem, por exemplo, a internacionalização da Amazônia, porque ela tem as maiores reservas florestais do planeta, com 13% da água doce do Planeta e reservas étnicas, e não tenhamos nem como explicar ao mundo qual é a posição brasileira. Mas também é verdade que V. S^a tem muita razão quando diz que não se

pode imaginar exercer a democracia, quando, em pequenas localidades, o mesmo grupo que controla a televisão controla o rádio e, conseqüentemente, o jornal. Essa posição, no Nordeste, é uma regra lamentável.

Penso que esses são temas sobre os quais o Conselho terá de se debruçar daqui para frente: a Lei de Imprensa, que está estancada na Câmara dos Deputados e não é votada; e a concentração. Congratulo-me com o Conselheiro Alberto Dines por haver suscitado essa questão.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – Sr. Presidente, mais uma vez, impressionou-me a erudição de V. S^a e do nobre Conselheiro Alberto Dines, quando nos relatam problemas dos Estados Unidos e da Itália.

Voltando ao Brasil, informo que a **Rede Globo de Televisão** não é sócia da Abratel, portanto, não tenho procuração para, em nome da **Rede Globo**, fazer algum comentário. Contudo, no Brasil, esse tipo de problema não existe. Se em Petrolina ocorrem problemas, o mesmo não acontece nas grandes capitais, como São Paulo e Rio de Janeiro. A **Rede Globo de Televisão** é forte em televisão, mas sua audiência média vem caindo ao longo dos tempos, desde que se adotaram no Brasil as televisões com controle remoto. Isso ocorre porque agora as pessoas têm condições de mudar de canal mais facilmente. Outro dia, eu disse que televisão são eventos e programação, embora a programação, de modo geral, esteja inserida no conjunto de eventos. A **Rede Globo** tem rádios, jornais e revistas, contudo o jornal **O Globo** não é o mais lido em São Paulo, em Brasília, no Rio Grande do Sul e em Minas Gerais. A **Folha de S. Paulo**, talvez o jornal mais influente no Brasil, não é tão forte no Rio de Janeiro ou em Belo Horizonte. Da mesma forma, a revista **Veja**, teoricamente a mais forte, não tem o condão de manipular informações, porque existem outras revistas também fortes, como a **Época** e a **IstoÉ**. No caso da sua cidade em Pernambuco, um empresário de televisão é dono de apenas uma, embora haja mais cinco televisões de propriedade de outros empresários, as quais só não veiculam jornais se não quiserem, já que isso é autorizado. Hoje, há uma limitação de propriedade de rádios na mesma localidade. Os empresários que desejam ter concessão de rádios no País só têm que se habilitar para tal no Ministério das Comunicações, em concorrências públicas.

Então, esse não é um problema para o Brasil. Absolutamente, não é problema do Brasil a concentração de propriedade de meios de comunicação. Nenhuma empresa no Brasil domina o mercado a ponto de seu *status quo* sinalizar prejuízos à democracia em nosso País. Estamos tentando importar problemas que absolutamente não são nossos.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço a participação do Conselheiro Roberto Wagner Monteiro. Também não tenho procuração para defender a **Rede Globo**, mas imagino que o farei com um pouco mais de entusiasmo do que V. S^a.

Minha visão é a de que as grandes redes de comunicação brasileiras são hoje instrumentos de soberania. Tenho filho que estudou alguns anos nos Estados Unidos, com pós-graduação em Harvard, que se alimentava culturalmente da **Rede Globo**, todas as noites. A existência de redes de comunicação suficientemente fortes para invadir os mercados internacionais é garantia de que o Brasil seja ouvido. Manifesto minha convicção absolutamente arraigada de que informação é hoje instrumento de soberania e considero-me um defensor intransigente de todos os grupos de comunicação que possam exercer esse papel.

Em relação à realidade brasileira, com todo o respeito, quero dizer-lhe que V. S^a está mal informado. A realidade nordestina não é essa referida por V. S^a. Ao contrário, em quase todo o Nordeste, há um acúmulo de meios de comunicação que torna possível a observação do Conselheiro Alberto Dines, que não deu lições a ninguém, não fez diagnóstico da situação, nem chegou a conclusões. Se entendi bem, o Conselheiro apenas gostaria que esse assunto fosse mais bem examinado. Não encontro razões para não atendê-lo nisso, até porque, se V. S^a tiver razão, esse debate produzirá uma grande consequência: chegaremos à conclusão de que esse problema é falso, fictício, e que não devemos nos preocupar com ele. Mas, em princípio, não vejo razão para não levar adiante os estudos sobre matérias que parecem tão interessantes.

O SR. GERALDO PEREIRA DOS SANTOS (*Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo*) – Sr. Presidente, eu gostaria de comentar o assunto, inicialmente me solidarizando com o Conselheiro Alberto Dines, mas quero ir um pouco além da preocupação a que ele se restringiu, no que tange ao nosso Brasil, suas metrópoles e pequenas cidades. Quero também manifestar, até aproveitando o enfoque da soberania nacional em relação à comunicação e informação colocada pelo Presidente, minha profunda preocupação com o que está acontecendo no Oriente Médio.

Não temos, talvez, noção do que, na verdade, está acontecendo naquele lugar. Sem querer entrar no mérito sobre se estão sendo suficientes, ou não, as imagens e as reportagens sobre aquele horror que está acontecendo lá, talvez não tenhamos noção do que está por vir como consequência do que está acontecendo no Iraque.

E voltamos à figura do jornalista, do profissional, do repórter que está sob real fogo cruzado como nunca: ele está em uma guerra, correndo riscos naturais, normais. Mas estamos vendo fatos que não assistimos em outros casos de guerra. E nós, em nossos lares, pelos jornais, pelas revistas, não temos, com toda certeza, as informações tal como estão acontecendo naquela região.

Considerando que já estamos sofrendo as consequências do que lá está acontecendo, saliento a minha preocupação um pouco mais ampla do que a do companheiro Dines. Precisamos, de fato, fazer um redimensionamento da nossa mídia eletrônica, escrita e radiofônica, porque estamos, com toda certeza, sendo iludidos com o que está acontecendo no Iraque.

Infelizmente, não temos tantos profissionais, mas apenas alguns que estão, de forma muito honrosa, tentando informar o que não está sendo informado, mas ainda não é o suficiente. Para isso, precisamos ter essa soberania colocada pelo Presidente. E não será apenas enfocando a metrópole ou a pequena cidade que conseguiremos uma real democratização dos meios de comunicação.

O que está acontecendo no Iraque, com aquelas crianças, aquelas mulheres, aqueles homens e aqueles soldados de ambas as partes que estão morrendo, só saberemos um dia quando acontecer conosco. Estamos aqui, no nosso Congresso, conversando democraticamente, sem a ameaça de qualquer míssil cair em nossas cabeças ou dos chamados mísseis inteligentes, cirúrgicos, que caem onde devem cair. Aliás, uma grande mentira que nos é informada diariamente.

A preocupação que desejava socializar com meus companheiros Conselheiros é muito maior: precisamos ter o cuidado, os que são de comunicação, que estão aqui, e os que não são de comunicação, mas da sociedade civil – e são vítimas, são atores ativos e passivos do que está acontecendo lá longe, como em muitos outros lugares em que há fome, miséria –, que no Iraque há uma peculiaridade especial, e a sociedade brasileira e internacional não estão sendo informadas devidamente como deveria ser.

Fica a pergunta: o que vai acontecer conosco depois? A consequência será somente no Iraque, só no Oriente Médio? Será com os palestinos, com a Coréia do Norte ou será com o Brasil? Nesse ponto, o poder imensurável da informação, da comunicação entra no jogo. Por essa razão, está no fogo cruzado.

Portanto, gostaria de associar nossa preocupação à dos companheiros. Não podemos deixar de fazer um registro de homenagem aos jornalistas e profissionais que estão, de forma honrosa, tentando fazer além do que podem, a fim de informar a todos nós o que ocorre no Iraque.

O SR. ANTÔNIO DE PÁDUA TELES DE CARVALHO (*Representante da sociedade civil*) – Como o senhor disse, a aviação não é a mesma.

A propósito da intervenção do Conselheiro Geraldo Pereira dos Santos, eu gostaria de ler um pequeno trecho do comentário publicado na quinta-feira passada no jornal **Folha de S. Paulo** a respeito dessa personagem fantástica que é Rupert Murdoch, provável cliente interessado em comprar nossa tevê a cabo na sua totalidade, atual proprietário, no **DTH**, da **Sky**, e está comprando a **DirectTV**, que é a concorrente, no **DTH**, da **Sky** no mundo inteiro. Portanto, se comprar, e conjuntamente mantiver **SkyTV**, **DirectTV** e o cabo brasileiro, imagino que haverá poucas chances de existir, no curto prazo, uma tevê aberta no Brasil com qualquer capacidade de soberania.

Na última reunião que fizemos antes do final do ano passado, eu havia dito que seria fundamental que esse instrumento, que é a televisão, mantivesse seu caráter nacional. Essa é a única forma de conservar a riqueza que é a nossa unidade cultural, religiosa e étnica. Perdido isso, haverá graves riscos.

Peço, ainda, um minuto de atenção, apenas para ouvirem este comentário:

“Rupert Murdoch, o dono da **Fox News** – como os senhores sabem, a **Fox News** é uma empresa 100% dedicada à propaganda da guerra contra o Iraque – e de muito mais, quer que a guerra acabe logo. Foi em uma conferência em um instituto da Califórnia que ele disse: Vai haver dano colateral. E se você quiser mesmo ser bruto quanto a isso, é melhor acabar com tudo agora do que se alongar por meses.” O colunista explica que “dano colateral é a expressão utilizada pelos neoconservadores americanos para morte em massa de crianças, mulheres e outros civis”. E pergunta: “Mas por que tanta pressa? De acordo com Murdoch, porque uma guerra muito prolongada afetaria demais a economia dos Estados Unidos e do mundo. Atrapalharia os negócios. Para terminar, diz: Nós (americanos) nos preocupamos demais com o que as pessoas pensam. Nós temos um complexo de inferioridade, parece.” Ele diz claramente: “Eu acho que o importante é que o mundo nos respeite, mais do que que nos ame”. Veja bem com quem estamos às voltas.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – “Nós, americanos”. Ele nasceu na Austrália!

O SR. ANTÔNIO DE PÁDUA TELES DE CARVALHO (*Representante da sociedade civil*) – Exatamente. É um pseudo-americano.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Algum Conselheiro ainda deseja se manifestar sobre a proposta do Conselheiro Alberto Dines?

Considero, portanto, aprovada a constituição de comissão cujo objetivo vamos precisar com exatidão: examinar a questão da concentração dos meios de comunicação em pequenas e médias localidades, sem prejuízo de que possamos, em seqüência, alargar os horizontes. É que são outros os fatores, os interesses, os valores, de tal forma que é inteiramente distinta, qualitativamente, a cumulatividade nos grandes conglomerados. A preocupação do Conselheiro Dines estaria em situar, neste primeiro momento, a questão da concentração nas pequenas e médias localidades.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (*Representante da categoria profissional dos jornalistas*) – Sr. Presidente, acredito que essa restrição a pequenas e médias cidades não permitiria alcançar a dimensão do problema, uma vez que essa concentração se dá a partir de uma lógica de estruturação do mercado que começa pelas redes de televisão, as quais reúnem cerca de 600 emissoras de rádio e de televisão. Portanto, a comissão pode até adotar como critério enfocar, de forma privilegiada ou preliminar, essa questão dos pequenos e médios, mas não há sentido algum, inclusive para se garantir a consistência da abordagem, em se fazer essa restrição preliminarmente. Creio que devemos atribuir à comissão a responsabilidade de discutir a questão da concentração, mas no sentido de que ela possa realmente se revelar.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço ao Conselheiro Daniel Herz, contudo ficou claro para todos que, no fundo, é um problema só, mas são problemas metodologicamente tão diferenciados que, se juntarmos os dois, um acaba interferindo no outro. Então, do ponto de vista metodológico, o primeiro trabalho da comissão será o mapeamento do problema em pequenas e médias cidades.

O que será esse mapeamento? Será identificar o problema, fazer o recenseamento. Por exemplo: existe o problema da desinformação. O Conselheiro Roberto Wagner volta os olhos sobretudo para o Sul, e eu estou muito presente no Nordeste. O que talvez ocorra é que eu tenha menos informação do Sul do que deveria, e ele talvez tenha menos do Nordeste. Então, uma comissão limitada, com seu foco bem definido no primeiro momento, permitiria mapear o problema, chegar a números e propor soluções, sem interferência para impedi-la de examinar outros assuntos, nem que depois, como passo seguinte e provavelmente natural, venhamos a enfrentar outros problemas.

Todavia, eu não queria começar com uma abrangência excessivamente larga – e imagino que interpreto o Conselheiro Dines –, o que exigiria um enorme tempo, critérios e metodologia diferentes. Talvez a proposta do Conselheiro Dines seja começarmos circunscritos a uma realidade específica, sem prejuízo de que possamos, no momento seguinte, avançar nos debates. Mas vamos limitar o assunto a um horizonte concreto, porque assim produziremos resultados.

Nesta mesma reunião, tivemos outro exemplo que produzirá precedentes. Imagino que o precedente que se tira do caso narrado por Carlos Chagas é que o Congresso não se pronunciará sobre questões que já estejam sob apreciação do Poder Judiciário. Por que isso? É a busca de eficiência.

Então, eu queria circunscrever o primeiro objeto dessa Comissão, sem prejuízo de que ela possa ir adiante. Pode ir, mas primeiro vamos chegar ao mapeamento do problema hoje: qual é a realidade brasileira? Onde estão os problemas e quais são as sugestões? Depois de resolver esse problema, vamos adiante. Mas se misturar os dois, temo pelos resultados.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – Sr. Presidente, lembro a V. S^a que, dos Estados do Norte e Nordeste em cujas capitais existe um empresário com duas redes de televisão, só o Maranhão e o Amapá. Televisão eu conheço. Então, não é questão de má informação, ao contrário. A televisão eu conheço. No Maranhão, é a **Rede Globo** e o **SBT** com o mesmo proprietário; e no Amapá, a **Rede Record** e o **SBT**, com outro proprietário. Nas demais capitais dos Estados do Norte e Nordeste, se são seis cabeças de rede, são seis donos diferentes.

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – Sr. Presidente, é só um detalhe de informação: no Maranhão, há uma das aberrações clássicas, porque a família proprietária domina, é cruzada mesmo, de cima a baixo; quer dizer, ela domina a mídia eletrônica, rádio e jornais. E não há chance de surgir

um competidor na área de jornal. Esse é um dos casos mais clássicos estudados em academias, um *case study*, o do Maranhão – esquecendo que a família proprietária está vinculada à política, isso não nos interessa. Interessa, sim, que eles detêm a mídia eletrônica, que é a televisão, a mídia de rádio e a mídia impressa. Só um caso desses já justifica estarmos aqui discutindo e tentando examinar, monitorar, porque não vamos decidir nada. Tentaremos mapear a situação brasileira.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – Veja V. S^a: são 27 Estados. Em um Estado – não é segredo para ninguém, a pessoa aqui não nominou, também não vou nominar –, o Maranhão, esse fato ocorre. No Amapá, o empresário tem rádio também agora, mas não tem jornal e revista. Nos outros Estados, isso não ocorre, de sorte que poderemos contaminar o todo pela parte. No todo do Brasil, não existe concentração danosa à nossa democracia. Nesse Estado, é uma situação recorrente. No interior, é possível que o empresário dono do maior supermercado compre uma rádio para o filho, monte um jornal para a filha, mas não nesse sentido de dominação cultural das pessoas; é eventualmente negocial.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Interprete-se que o Conselheiro Roberto Wagner expõe a sua posição pessoal, mas não está propriamente se colocando contrário a que o Conselho examine o assunto e inclusive forneça luzes à sociedade, para que o debate se processe com mais informações e qualidade.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (*Representante da categoria profissional dos jornalistas*) – Eu só queria ressaltar, Sr. Presidente, contrargumentando a sua manifestação, o entendimento de que não existem dois problemas; existe um problema, que é o da concentração da propriedade e da propriedade cruzada no Brasil, que alcança índices elevadíssimos em relação a padrões internacionais, portanto, merece ser estudado. A interpretação disso evidentemente envolve polêmica.

O Conselheiro Roberto Wagner tem uma interpretação distinta, de que isso não chega a ser danoso à democracia e às próprias relações de mercado. Então, esse é o mérito do debate que temos que travar.

Contudo, não há como segmentar essa problemática, porque esses casos aberrantes são citados. Eu poderia citar meia dúzia de fatos ocorridos apenas no Rio Grande do Sul, onde, por exemplo, existe uma cidade – estive lá na última sexta-feira, para um debate – em que, das cinco emissoras de rádio, quatro são de uma mesma família, juntamente com a emissora de televisão e um jornal. Casualmente, trata-se da família do Prefeito que atualmente exerce mandato. Enfim, esse fato não é uma prerrogativa do Nordeste, embora aquela região tenha relatos aberrantes desse tipo, até com mais intensidade, mas trata-se de uma situação nacional.

Os casos aberrantes refletem uma forma de estruturação do mercado que segue uma lógica que impõe a concentração e a propriedade cruzada, que se desenvolvem sem qualquer restrição.

Por isso, Sr. Presidente, embora o Conselho possa até recomendar a dedicação a casos críticos como esses, o apelo que faço é no sentido de que não se restrinja o seu objeto, porque, caso contrário, não vamos conseguir caracterizar e entender corretamente sequer os casos aberrantes. Portanto, tem de ser percebida no seu conjunto a lógica de estruturação do mercado brasileiro. Não se trata de um assunto que esteja a descoberto. Existem inúmeros estudos e pesquisas que dão um quadro bastante amplo dessa organização do sistema de mídia no Brasil e que estão disponíveis hoje. Portanto, dados, informações e referências podem ser agregados pela comissão para elucidar essa avaliação e, depois, criar um ambiente e um conjunto de informações e referências que nos permitirão produzir o debate de mérito, como afirmou o Conselheiro Roberto Wagner, discutindo as interpretações, que provavelmente serão distintas. Ou seja, esse fato afeta as relações de um mercado saudável do ponto de vista de uma relação concorrencial e afeta a democracia do Brasil ou não? Essa é a questão que teremos de debater. Porém, com uma restrição preliminar, não conseguiríamos elucidar esse quadro.

O SR. RICARDO MORETZSOHN (*Representante da sociedade civil*) – Sr. Presidente, eu gostaria de ratificar o que disse o Conselheiro Daniel, mas tive uma sensação um pouco estranha. Este Conselho cria uma comissão que discutirá a concentração da propriedade de mídia, mas que se referirá apenas às pequenas e médias localidades. Preliminarmente, esse ponto não deve ser restritivo. O Conselho pode fazer indicação para essa comissão, dizendo que, num primeiro momento, gostaria de estar elucidando casos de pequenas e médias localidades.

Também não consigo entender – e quem sou eu para dizer isso – que haja duas metodologias. Quando estamos discutindo, por exemplo, o Maranhão, se vamos discutir uma média ou pequena localidade, logicamente o assunto vai se expandir para algo de caráter nacional.

Então, gostaria de solicitar a V. S^a que reconsidere o assunto, indicando que essa comissão se debruce, enfim, e consiga produzir um trabalho acerca do que parece ser uma discussão que interessa muito à sociedade: a concentração da propriedade de mídia.

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – Não chega a ser uma metodologia. Percebi, quando levantei o assunto há duas reuniões, que não adiantaria tratá-lo em termos retóricos, acadêmicos ou mesmo amplos, se não tivéssemos um caminho para começar. Se começássemos pelo macro, ponderei, nunca chegaríamos a uma solução. Inclusive, o processo da democracia começa no plano micro, imediato. Se começarmos pelo plano imediato, evidentemente as decisões repercutirão no plano macro. Quando tratamos do Maranhão, esquecendo o caso dos proprietários, lidamos com uma concentração clássica, mas que, numa cidade média, influenciará também os grandes conglomerados nacionais, porque quem tem força no micro no Brasil passa a dispor da força do conglomerado hegemônico. Evidentemente, as coisas juntar-se-ão, mas, como objeto de estudo, como metodologia, temos que começar pelo micro, mapeando, estabelecendo as vinculações do pequeno com o grande e reunindo os estudos que existem.

Sei que o Daniel presidiu uma comissão de democratização dos meios de comunicação, sei que há um material volumoso. Vamos nos reunir, rediscutir, vamos chamar outros estudiosos e começar a tratar disso, senão ficaremos permanentemente no plano teórico. Por isso falei que temos que começar e, para isso, começaremos pelo pequeno e pelo médio para depois chegarmos ao grande.

O SR. MIGUEL CIPOLLA JÚNIOR (*Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social*) – Obrigado, Sr. Presidente.

É importante a colocação feita neste Conselho, que, na realidade, mostra uma antecipação a problemas que provavelmente enfrentaremos numa reconsideração futura da legislação que envolve a comunicação de massa no País.

Evidentemente, no primeiro projeto que se apresentou na gestão do Governo passado a respeito do assunto – o anteprojeto da Lei de Radiodifusão – abordaram-se alguns aspectos. Parece-me que foi um trabalho feito de afogadilho, em que, em nenhum momento, esboçou-se qualquer menção à concentração da propriedade cruzada nos meios de comunicação.

Esse assunto, como o Daniel e o Moretzsohn ponderaram, será difícil de ser colocado dentro de um âmbito restritivo em princípio. Isso pode ser adotado como método, como princípio de análise, que deverá ter seu desdobramento para se analisar o problema como um todo. A meu ver, só tendo uma visão abrangente do problema, este Conselho poderá emitir seu parecer e dar sua contribuição para a discussão futura que necessariamente surgirá quando se propuser eventualmente uma análise mais abrangente da situação da comunicação de massa no País, que hoje é regida por leis que foram instituídas em épocas totalmente desconexas do momento da realidade e da tecnologia que hoje se pode adotar para que essa informação de que estamos cuidando chegue ao público de uma maneira democrática.

Não há como desvincularmos esse assunto de uma futura discussão a respeito da comunicação de massa no País e da lei que deverá, a meu ver, tratá-la de uma maneira equilibrada, para que possamos, de fato, representar a informação da forma mais democrática possível.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço a manifestação. Alguém mais quer pronunciar-se? (Pausa.)

A Presidência externa seu ponto de vista. Não consigo perceber exatamente onde está a raiz da diferença: que a comissão examinará a questão da concentração, isso é indiscutível; de que são dois problemas inteiramente separados, eu pessoalmente não tenho nenhuma dúvida. Quando, numa pequena cidade, como aquela do Rio Grande do Sul, um político tem rádio, jornal e televisão, não está em jogo a soberania do País: está em jogo a democracia representativa. O interesse em questão está absolutamente circunscrito. Há um interesse

eventualmente econômico, mas usualmente político, representativo. Quando as grandes redes estão em crise, a ponto de correrem o risco de ser desnacionalizadas, o que está em jogo é a soberania do País. A pergunta que se faz é: interessa ao País ver as suas grandes redes alienadas às grandes corporações americanas? O interesse continua sendo a democracia, mas a visão é mais abrangente, está ligada aos interesses do País. Quando se misturam os dois, penso que nos empobrecemos metodologicamente. Como o Conselheiro Alberto Dines trouxe ao debate a questão, é claro que a comissão terá o sentido de estudar a concentração dos meios de comunicação.

Como primeiro capítulo desse estudo, o Conselheiro Alberto Dines aponta uma sugestão metodológica: que comecemos do menor em direção ao maior. Essa é a proposta dele do ponto de vista metodológico.

Penso que é absolutamente racional começarmos um estudo amplo, no qual esta comissão levará bastante tempo, em que devamos esperar que seja examinada a questão em todos os seus âmbitos.

Temos que começar por algum núcleo, e a proposta do Conselheiro Alberto Dines é de que se comece do nível micro em direção ao macro. Vamos examinar primeiro a crise das pequenas e médias localidades, que interferem com a democracia representativa, e depois daremos complexidade ao assunto, aumentando a área de abrangência.

Salvo engano, imagino que essa proposta não seja incompatível com manifestação alguma ocorrida neste fórum.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (*Representante da categoria profissional dos jornalistas*) – Desculpe-me, Sr. Presidente, mas acredito que isso é incompatível, pois não há como caracterizar o problema dessas situações, que poderíamos identificar como aberrantes, sem entender o quadro e a lógica da estruturação do mercado brasileiro.

Acredito que não devemos temer o exercício de discernimento a ser adotado pela comissão, que saberá caracterizar o significado das situações nos diversos planos em que ocorrem: no nacional, regional ou local. Mas não há como caracterizar um aspecto da estruturação do mercado e do processo político, que produz determinadas concentrações, principalmente no plano local, sem se entender essa lógica do mercado. Não estamos tão desabrigados de informação para essa caracterização, porque existem inúmeros estudos sobre isso.

Portanto, Sr. Presidente, o apelo que faço é de que, sem prejuízo do exercício do critério de recolher desse quadro a caracterização ou a gravidade de determinados problemas ocorridos no plano local, se trate o tema com a abrangência que ele realmente exige, ou seja, se examine a concentração da propriedade e a propriedade cruzada no sistema de mídia brasileiro como um todo. Assim, irão adquirir sentido, inclusive, os casos aberrantes citados aqui.

Por isso, faço um apelo, Sr. Presidente, no sentido de que não haja uma restrição preliminar em relação ao objeto. Penso que ficou bem caracterizada a proposição de dar ênfase a esses problemas aberrantes e a essas situações locais, mas esse critério deve ser atribuído à comissão, que provavelmente desenvolverá uma linha adequada com essa abordagem. Não há como recortar esse tipo de problema do conjunto.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Não percebo a diferença. Qual é a diferença entre as propostas?

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (*Representante da categoria profissional dos jornalistas*) – A diferença é simplesmente não restringir o objeto da comissão a pequenas e médias cidades.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Mas não está havendo isso.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (*Representante da categoria profissional dos jornalistas*) – Então, desculpe-me. Se não existe restrição ao objeto...

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Preciso esclarecer que a intenção é ver a comissão produzindo resultados, mas temo que, ao tratar de um problema dessa abrangência, começando com uma visão macro das interferências, possamos acabar empobrecendo o estudo, sem chegar às questões das pequenas e médias localidades.

Então, a proposta é de que a comissão discuta a concentração dos meios – o objetivo é esse. O trabalho será complexo, examinará pequenos, médios e grandes grupos.

O Conselheiro Alberto Dines está propondo – com o que pessoalmente manifesto a minha concordância – que a metodologia seja começar do micro em direção ao macro. Essa é uma sugestão à comissão. Também não tem sentido enfrentar a questão da concentração e parar em cidades de até tantos mil habitantes. É apenas a busca da eficiência. Eu não gostaria que, passado um ano ou mais e assoberbada pela multiplicidade de temas, a comissão não fosse capaz de realizar seu intento. Ao mesmo tempo em que aprovamos a comissão, aprovaríamos a indicação metodológica para que o trabalho começasse.

Penso que foi essa a exposição do Conselheiro Alberto Dines. Estou tomando um pouco emprestada a visão dele, mas as ponderações são todas compatíveis entre si.

Estamos todos de acordo?

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – Sr. Presidente, pode-se colocar em votação se a comissão que vai

ser formada terá esse indicador ou não. Penso que esse indicador é um complicador. Concordo com o Conselheiro Daniel Herz, de que não se deve falar em limitação.

O SR. FRANCISCO PEREIRA DA SILVA (*Representante da categoria profissional dos radialistas*) – Estou evitando entrar no mérito da discussão, mas, da forma como a questão foi abordada, eu sugeriria que aprovássemos a criação da comissão e que ficasse como orientação o começo pelo primeiro degrau, que seriam as comunidades, para termos resultados paulatinos.

A comissão não estaria impedida de examinar o macro, porque ela seria criada com os termos nesse sentido. Uma vez criada, desde já, há a orientação para que comece nessa lógica posta. Por exemplo: se algum repórter nos questionar o porquê de a comissão somente cuidar de Parnaíba, no Piauí, podemos dizer que não é dessa forma, que ela cuidará do todo, mas vai começar pelos pequenos, para termos um resultado que servirá como orientador.

Então, com isso, resolvemos: aprovemos a comissão com a orientação de que ela poderá ter todo o Brasil observado.

O SR. ANTÔNIO DE PÁDUA TELES DE CARVALHO (*Representante da sociedade civil*) – Sr. Presidente, esta minha intervenção mais indaga que propõe.

Há quatro comissões desenvolvendo trabalhos: a Comissão de Regionalização da Programação, a Comissão de Radiodifusão Comunitária, a Comissão que estuda a participação do capital estrangeiro e, por fim, a Comissão que estuda o Projeto de Lei nº 175.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Que já se encerrou.

O SR. ANTÔNIO DE PÁDUA TELES DE CARVALHO (*Representante da sociedade civil*) – Pergunto se esses quatro temas não estão dentro da temática que o Conselheiro Alberto Dines abordou. Por exemplo: como fazer um estudo do problema das empresas de comunicação nas pequenas comunidades sem levar em conta o problema de regionalização da programação? Não estariam, de alguma forma, conectadas? Ou estou entendendo de uma maneira equivocada?

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço ao Conselheiro Antônio Teles. A resposta óbvia é: sim, elas estão conectadas. O que se espera é que os trabalhos de uma comissão possam alimentar as outras, até porque há diversos membros de uma comissão que também fazem parte de outras. Então, umas alimentariam as outras.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (*Representante da categoria profissional dos jornalistas*) – Penso que já encontramos uma razoável base de consenso em relação à natureza. Apenas gostaria de tentar contribuir no sentido de procurar especificar a designação da comissão e a caracterização de seu objeto. Eu

sugeriria que fosse uma comissão destinada a analisar o problema da concentração e da propriedade cruzada da mídia no Brasil.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – É a mesma coisa, é uma imitação. “Propriedade cruzada” é uma tradução literal do *cross-ownership*. É uma tradução ruim. Seria mesmo “concentração dos meios de comunicação”.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – Penso que não, Sr. Presidente. Por exemplo: em uma cidade do interior do Nordeste, pode haver concentração em rádios e televisão, ou apenas rádios, mas não há propriedade cruzada. A propriedade cruzada é diferente: é quando o sujeito tem índice de televisão, rádio e jornal. Então se dá o cruzamento de propriedade. Concentração é diferente da propriedade cruzada.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – A propriedade cruzada, literalmente, ocorre quando se tem mais de um veículo em *broadcasting* ou *publishing*. Ter duas rádios é tanto *cross-ownership* quanto ter rádio e jornal.

Eu apenas gostaria de abrigar essa expressão. É a concentração dos meios de comunicação, como ela se opera...

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – Sr. Presidente, tenho a impressão de que sua colocação está semanticamente mais correta, embora não seja o bom Português e a tradução esteja um pouco forçada.

Podem-se concentrar veículos iguais: dez rádios, por exemplo. A propriedade cruzada é quando se tem essa concomitância de diferentes veículos na mesma empresa ou grupo empresarial.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço. Tem a palavra o Conselheiro Paulito.

O SR. PAULO MACHADO DE CARVALHO NETO (*Representante das empresas de rádio*) – Sr. Presidente, dessas cinco comissões em funcionamento...

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Seriam quatro.

O SR. PAULO MACHADO DE CARVALHO NETO (*Representante das empresas de rádio*) – A quarta já está extinta, e continua constando como comissão de trabalho.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Extinguiu-se hoje.

O SR. PAULO MACHADO DE CARVALHO NETO (*Representante das empresas de rádio*) – Não. A de número 4, com referência à Medida Provisória nº 70, já foi extinta na reunião do dia 17 de fevereiro.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – A Secretaria informa que ela está constando apenas para informação, com a indicação de que já foi extinta.

Penso que, se entendi bem, Dines, você prefere a nomenclatura de Daniel e de Roberto Wagner?

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – Da propriedade cruzada.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Alguém tem outra ponderação em relação a isso?

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – Lamentando a pobreza da tradução, mas é a mais precisa.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Quem sabe a comissão escolhe uma outra expressão? A rigor nem cruzada é. Talvez fosse mais adequado “cumulativa”.

A comissão irá se debruçar sobre esse problema semântico.

Está em votação a constituição da comissão.

Os que estiverem de acordo permaneçam sentados. (Pausa.)

Aprovada.

Fiz consultas, antes da reunião, em relação à formação da comissão. Consultei os Conselheiros e farei questão absoluta, perdoem-me, de que o equilíbrio que a lei atribuiu ao Conselho esteja presente nessa comissão. A proposta, a partir das consultas realizadas, é de que façam parte da comissão os Conselheiros Paulito, Roberto Wagner, Geraldo, Daniel Herz, Alberto Dines e Carlos Chagas, que seria o Coordenador da Comissão. Mas, ouço V. S^a antes da votação, Conselheiro Daniel Herz.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (*Representante da categoria profissional dos jornalistas*) – A proposta é de que, em vez da minha participação, incluíssemos o Conselheiro Ricardo Moretzsohn, que está, inclusive, trabalhando nessa temática no Conselho Federal de Psicologia.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Nada há a opor.

O SR. CARLOS CHAGAS (*Representante da sociedade civil*) – Sr. Presidente, peço a palavra pela ordem.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Concedo a palavra ao Conselheiro Carlos Chagas.

O SR. CARLOS CHAGAS (*Representante da sociedade civil*) – Ouvi uma palavra muito estranha que foi dita pelo Conselheiro Roberto Wagner Monteiro: “auto-indicação”. Em seguida, ouço de V. S^a um convite meio forçado para que eu vá para a coordenação.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – V. S^a entendeu mal.

O SR. CARLOS CHAGAS (*Representante da sociedade civil*) – Absolutamente, ao contrário.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – V. S^a entendeu mal. Foi alta indicação e imagino que o Conselho não poderia encontrar...

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – “Auto-indicação” no sentido de que o Presidente indicaria.

O SR. CARLOS CHAGAS (*Representante da sociedade civil*) – Então, S. S^a será o Presidente da Comissão. Nada melhor do que isso.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Não posso fazê-lo, mas estou seguro, Conselheiro Carlos Chagas, de que V. S^a representa a unanimidade do Conselho. Estamos bem representados.

Na reunião que terei amanhã com o Corregedor da Casa, pedirei que alguns servidores sejam colocados à disposição da Comissão, para que V. S^a possa desenvolver seu papel com um pouco menos de esforço. Se V. S^a ainda estiver com raiva, olhe para o Conselheiro Alberto Dines. A recomendação, a sugestão foi de S. S^a. Nada posso fazer.

O SR. CARLOS CHAGAS (*Representante da sociedade civil*) – Faço um último apelo. Para que escolhermos um pároco de aldeia se temos um cardeal? Sugiro o Alberto Dines.

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – Eu corrigiria: um rabino. (Risos)

O SR. CARLOS CHAGAS (*Representante da sociedade civil*) – Perfeito.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Conselheiro Alberto Dines, decida quem será o Coordenador da Comissão.

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – A razão é simples, logística: estou aqui em Brasília uma vez por mês. V. S^a, feliz ou infelizmente,...

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Está em votação a composição e a coordenação da Comissão.

Os Srs. Conselheiros que estiverem de acordo permaneçam sentados.
(Pausa.)

Aprovada.

CONGRESSO NACIONAL CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

5ª REUNIÃO DE 2003
DIA 2 DE JUNHO DE 2003, SEGUNDA-FEIRA, ÀS 14H,
NA SALA Nº 6 DA ALA SENADOR NILO COELHO

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – O Dr. Guilherme Canela de Souza Godoi é Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília e Mestrando em Ciência Política pela Universidade de São Paulo; Pesquisador-associado do Núcleo de Pesquisas em Mídia e Política da Universidade de Brasília; Consultor da Agência de Notícia para os Direitos da Infância - ANDI; Consultor do ILANUD, Instituto Latino-americano das Nações Unidas para a Prevenção do Delito e Tratamento do Delinqüente; Diretor-Presidente do Instituto Episteme. Há alguns anos dedica-se à análise das relações entre mídia e política, tendo recebido bolsas de iniciação científica para projetos sobre a privatização do sistema Telebrás, a regulação implementada para o setor de telecomunicações e as relações entre as teorias da democracia e a mídia. Apresentou *papers* em congressos no Brasil, nos Estados Unidos e na Argentina. Possui artigos publicados na edição dos *Cadernos do Ceam* sobre Mídia e Política, no *Observatório da Imprensa* e na *Revista República*.

Concedo a palavra ao Sr. Guilherme Canela de Souza Godoi.

O SR. GUILHERME CANELA DE SOUZA GODOI – A primeira grande questão, não só para as empresas de comunicação de massa, mas para qualquer outro tipo de atividade, é “por que regular”, dado que temos uma tradição importante nas mais diversas áreas, herdada do liberalismo econômico de Adam Smith, de que a regulação não é algo pertinente nem desejável, ou seja, quanto menos regulação houver, mais o mercado funciona e, portanto, melhor será para o destinatário desses diferentes serviços.

Essa tradição foi sendo alterada à medida que se verificou que as condicionantes que Adam Smith colocava para que não houvesse regulação – e que depois foram aprofundadas pela teoria neoclássica – não se verificavam. Então, acabou-se percebendo que em alguns setores havia as chamadas falhas de mercado. Nesse sentido, os diferentes governos e *policy makers* consideraram importante que se regulassem alguns setores da economia e outros.

As regulações na área de comunicações começam com a indústria de telecomunicações, na verdade, com a regulamentação de telex, etc. O transporte era muito importante. Uma das primeiras regulamentações que existem na história é a de faróis de navios, porque havia grande confusão, não sabiam quem podia ou não atracar. Então foi feita uma regulamentação, porque esse era um serviço privado que não funcionava, com a ocorrência de acidentes, etc.

Aliás, sempre começo as minhas intervenções sobre mídia e concentração para algumas platéias dizendo que não podemos pensar que o mercado de comunicação de massa é como se fosse uma feira livre, um mercado onde se vendem pepino, batata, etc.

Na verdade, tenho refletido sobre isso nos últimos tempos e entendo que, até para entrar no discurso dominante do *mainstream*, podemos começar pensando que realmente poderia tratar-se de um mercado de pepinos ou de batatas, que é o tradicionalmente tratado pelos neoclássicos e pelo Adam Smith. O mercado mais concorrencial que há é a feira livre – embora a que exista em frente a minha casa seja um desastre, pois todos combinam os preços. Em princípio, penso ser possível entender a feira como um bom mercado.

Mesmo assim, as condicionantes estabelecidas pelas teorias neoclássicas para que fosse esse mercado realmente livre – portanto, não haveria qualquer necessidade de regulação estatal – são basicamente – é o que está no Marshall e Adam Smith – que cada ator econômico, cada agente participante desse mercado não pode ser grande o suficiente para alterar o mercado.

É evidente que isso não acontece no setor de comunicações e em tantos outros, ou seja, os agentes são grandes demais. Portanto, isso não funciona.

A outra coisa que a teoria neoclássica vai nos dizer é que a informação tem de ser universalizada, ou seja, todos os atores que participam, seja oferecendo, seja comprando alguma coisa, devem ter informação plena. Isso, de novo, é algo que não acontece especialmente nesse mercado, em que a informação não é plena a todos os agentes. O pessoal da Anatel, que está aqui, deve saber que uma das coisas que mais preocupam na teoria da regulação é a assimetria de informação existente entre o órgão regulador e os agentes regulados, que têm planilhas de custos, e não as apresentam ao órgão regulador, etc. Isso acaba constituindo uma grande dificuldade.

Portanto, essa fundamentação liberal que existe, que ainda é o *mainstream*, no momento de entender a regulamentação da mídia, deixou de ser quando a escola de Frankfurt teve um grande poder de persuasão com a questão do culturalismo – com o Governo de Thatcher, na Inglaterra, e o de Reagan, nos Estados Unidos, isso voltou com muita força – e a desregulamentação do que ocorreu, principalmente após o *telecommunications Act*, dos Estados Unidos, em 1934. Houve uma série de regulamentações, proibindo a propriedade cruzada, o que depois foi sendo desregulamentado pelos governos ditos neoliberais.

Quando chegamos aos governos de Margaret Thatcher e Ronald Reagan, acontece um processo muito intenso de desregulamentação que culmina no *Telecommunications Act of 1996*, por meio do qual o Congresso dá uma série de poderes, quer dizer, tira-os da legislação, dando poder à FCC para desregulamentar. Então a propriedade cruzada não está mais na lei.

Mesmo que estivéssemos tratando do mercado liberal, ou seja, do mercado smithiano ou de Marshall, haveria necessidade de uma regulamentação.

Os meios de comunicação de massa não atendem aos pré-requisitos e às premissas que o liberalismo clássico colocava como fundamentais para que houvesse mercado, ou seja, não há mercado, no sentido liberal, para o setor. Mesmo que entendamos as empresas – e antecipo que não é o meu entendimento – como estritamente comerciais, visando ao lucro, como um feirante, não seria possível deixar de haver regulamentação, pois não atendem aos pré-requisitos. Nesse sentido há necessidade, portanto, de que haja, ao menos para que as falhas de mercado sejam superadas, uma regulação.

A segunda pergunta é mais importante. Queremos ver as empresas como quaisquer empresas capitalistas ou são empresas de uma natureza diferente? Vale também para o mercado de jornais impressos, que são empresas que não possuem regulamentação ou cuja regulamentação não é a mesma. A pergunta é: que tipos de empresas são essas? Que tipos de empresas a sociedade quer que sejam?

Ronald Reagan vetou as regulamentações feitas no Congresso com o intuito de aprofundar a regulamentação – e aí começa um grande período. S. Ex^a disse – e creio que mencionei a frase nos slides – que, na verdade, a primeira emenda da Constituição norte-americana estabelece que a liberdade de imprensa e de expressão é no sentido de que as empresas de comunicação não devem ser reguladas. Foi a fundamentação do veto que fez. Era o pensamento do Partido que estava no poder naquele momento da sociedade norte-americana. Sendo assim, são as sociedades que têm que definir.

A Teoria Política, a Teoria da Comunicação podem indicar o que deu certo e o que deu errado, mas é fundamentalmente uma decisão das diferentes sociedades.

Essa definição leva a uma segunda questão: como vamos encarar os telespectadores ou os leitores do jornal? Como cidadãos ou como consumidores? Foi a grande questão colocada nos Estados Unidos nos anos noventa e que está aflorando especialmente agora, porque chegou o momento de uma segunda revisão do *Telecommunications Act* e a FCC está querendo retirar todas as barreiras existentes às propriedades cruzadas, ao controle de jornais por emissoras de TV na mesma localidade, etc.

Há um entendimento contrário, que estabelece que devemos tratar todos como consumidores e não como cidadãos. Há uma diferença fundamental. O cientista político Christopher Lasch diz que, quando se encaram os eleitores como consumidores, como *tax payers*, a quem temos que devolver algo, como se estivessem comprando do Estado, existe um tipo de política. Quando são encarados como cidadãos pertencentes à *res publica*, temos outro tipo de comportamento. Essa é a definição fundamental que deve ser feita em algum momento.

Por fim, a última questão é o critério da eficiência. Ele pode ser lido tanto pelos liberais quanto pela teoria, o que seria uma contraposição na área de análise de mídia, que entende a mídia como tendo uma função social e não apenas mercadológica. Queremos a eficiência da Escola de Chicago (eficiência de mercado,

de consumo, de produzir ao menor custo possível) ou a eficiência ligada ao problema da democratização da comunicação, à eficiência da democracia enquanto instituição?

Essa definição também vai nos levar a um determinado tipo de regulação, que é na verdade uma não-regulação, ou a uma regulação mais efetiva. Essas escolhas acabam nos tirando alguns pontos obscuros que têm levado à detenção do debate na sociedade brasileira e em outras. São argumentos como “regular é censurar”, “as empresas de comunicação precisam das fusões para que haja aumento de escala” ou coisas do tipo.

Tudo isso, na verdade, está por trás das escolhas essencialmente políticas que se fazem. Não há consideração efetiva de dado real que possa dizer que regulação seja censura, inclusive regulação de conteúdo, que é a defesa que o setor tem feito, no Brasil, até perante o Judiciário. Falaremos depois sobre isso.

Em outros países, o Judiciário manifestou-se, dizendo que não é censura e que, evidentemente, a liberdade de expressão não é qualquer coisa. Existem limites na própria Constituição.

Concluindo esta introdução, a escolha ou não dessa eficiência, do que queremos com ela é o que nos levará a uma regulação ou a outra.

Outro ponto importante são as questões técnicas, que vou passar rapidamente. Basicamente, são três os fatores alegados para a necessidade efetiva de se regular o mercado de comunicação, a partir do momento em que se entenda que ele não é a feira.

O primeiro deles, que é mais técnico e já foi exposto aqui pelo Dr. Ara, com relação à TV Comunitária - mas que é a mesma coisa para a televisão -, é o problema das frequências. É como o caso do navio que batia quando não existia a regulação do farol. Se não houver método e cada um colocar TV e rádio do jeito que quiser, vai virar uma bagunça, ninguém se vai entender. Então é preciso que alguma autoridade, pública ou privada - em geral, é pública -, regule o espectro de frequências.

O segundo fator é que o espectro eletromagnético é um recurso público finito, ou seja, não cabe todo o mundo, não é uma coisa em que dá para entrar quem quiser. E isso leva à questão da necessidade de se escolher quem entrará nesse jogo seletivo. Às vezes, fico muito impressionado por falarmos tanto em coisas como: “Achamos um poço de petróleo! Esse é um recurso muito importante, muito caro!” Mas ninguém diz que o espectro eletromagnético é um negócio caríssimo, que, por muito tempo, não só no Brasil, em diversas nações, foi dado de graça às pessoas. Isso é um complicador muito grande. Ninguém dá poço de petróleo de graça para ninguém, mas dá espectro eletromagnético, o que não conseguimos entender.

Contudo, há diferentes visões sobre isso. Um economista ganhador de um Prêmio Nobel, que raciocinou muito sobre esses assuntos, tem uma visão estritamente econômica: esse é um recurso finito. É quase vender petróleo. Ou, como dizia o Ministro Sérgio Motta, é vender vento muito caro. Mas o que interessa é fazer leilão para se conseguir o maior preço possível por fatia de espectro. Essa é uma possibilidade, ou seja, a questão é financeira, independentemente de quem comprar. Se for o mesmo grupo que comprar todas as vezes, o interesse do Estado é vender o espectro pelo valor mais alto possível.

Outra questão é a sociedade entender que esse espectro é um bem público, que a sociedade pode definir como tratar, inclusive dizendo qual o conteúdo que quer ver e como isso funciona. Essa é outra visão possível, ou seja, há um espectro de propriedade da sociedade brasileira, que tem toda a legitimidade para dizer como fazer. Pode determinar, por exemplo, que quem comprar terá de oferecer determinado tempo para programações regionais. Enfim, existem as mais diferentes possibilidades.

Isso é um interesse público. É preciso determinar o interesse público que está por trás da cessão do espectro pela licitação, seja ela visando apenas ao valor financeiro ou visando a outras questões, tais como se esse é um setor estratégico para a sociedade ou não.

Por fim, passo a um ponto que não é consensual. Esse terceiro aspecto refere-se à regulação da mídia e aos motivos por que regulá-la. É que ela exerce poder na sociedade, poder no sentido político, ou seja, trata-se do poder de alguém sobre outra pessoa, obrigando-a a fazer algo que não queria. Não vou precisar falar dos casos que são amplamente documentados pela sociologia política brasileira, dos momentos da história político-eleitoral, em que a televisão interferiu seriamente no processo, mostrando que há algum grau de poder. Quanto à gradação desse poder, se é maior ou menor, há mais divergências ainda.

Mas três coisas são importantes: como a mídia interfere na opinião pública, sobre cada indivíduo em si; como ela molda a esfera pública, ou seja, a coletividade, independentemente de cada indivíduo; como cada indivíduo assiste ou consome o que está na televisão e, por fim, como ela trata da agenda pública, ou seja, como a mídia pauta a agenda pública.

E, no fim, são alguns tipos possíveis de sistemas regulatórios. Pode não haver regulação, que é meio impossível, dado o problema das frequências; pode haver regulação autoritária, ou seja, os bens são privados, mas o Governo exerce censura – o exemplo clássico são os regimes militares; pode haver economia de mercado, que regula simplesmente a frequência. O restante são as leis de mercado. Pode haver o caso totalmente estatal, por exemplo, os regimes comunistas; pode haver o caso misto, como o do regime britânico, por exemplo, onde há uma forte empresa estatal e empresas privadas.

Cada um desses itens pode ser permeado pelo fato de se entender que a mídia tem responsabilidade social ou não. Em alguns casos, isso acontece mais claramente; em outros, não.

Há um texto importante sobre a ligação da mídia com os fatos políticos no Brasil, de um pesquisador aqui da UNB, chamado Mauro Porto, apresentado num seminário sobre os quinze anos de democratização no Brasil. Ele faz uma caracterização muito interessante de como os especialistas e as pessoas em geral vêem à mídia: ou como instrumento político – a mídia para fazer alguma coisa – ou como mudança cultural, ou seja, a mídia muda culturas, ou como organizações autônomas empresariais; vêem a mídia como dependente da audiência – a mídia faz o que a audiência pede, ou como espelhos da sociedade, ou seja, a mídia apenas reflete a sociedade que existe.

Na verdade, o que estou tentando argumentar é que todas essas coisas são reducionistas. Na verdade, a mídia é um pouco de tudo isso. À medida que cada um desses elementos existe no comportamento dos meios de comunicação de massa, quando concentramos esses meios, que é o objeto da nossa intervenção, potencializa-se também cada uma dessas coisas.

Em havendo uma mídia concentrada, se ela atua como instrumento político, esse poder é potencializado; se ela atua como determinadora de culturas, isso também é potencializado.

Então imaginemos que fôssemos um Estado não laico, onde todas as televisões fossem dominadas, como aconteceu por algum tempo na Argentina, em que os principais canais eram muito ligados à Igreja Católica. Nesse caso, há um elemento cultural potencializado por uma concentração da mídia. Enfim, cada um daqueles exemplos poderia ter uma conotação desse tipo.

Por fim, quero dizer que isso não vai entrar na minha apresentação até por questão de tempo. Um assunto muito importante é o problema do próprio jornalismo em si, não ligado aos meios de comunicação de massa. Há diversos trabalhos muito importantes sobre a condição social do jornalista na sua ligação com as fontes, como um ser social, especialmente na sociedade brasileira, que é da classe média e que, portanto, tem determinadas preocupações, determinadas formações de vida.

O processo de formação nas universidades é muito importante para entender os acontecimentos. Não vamos tratar desse assunto aqui. Quero apenas lembrar que esse é um fato que ficou de fora, mas que tem a ver com todo esse processo.

Eis aí a questão central: quem guarda os guardiões? Jefferson está dizendo que se ele tivesse que escolher entre ter governos sem jornais e ter jornais sem governos (nos papéis federalistas), preferiria ter jornais. Porque a imprensa é o guardião da democracia, existe para dizer o que os governos estão fazendo de errado, existe para vigiar. A pergunta do poeta romano Juvenal, já na época do Império “Quem guarda os guardiões?” é fundamental, principalmente para a mídia.

Temos diversas respostas, diversos atores podem guardar os guardiões, mas essa é uma pergunta que não é feita.

E me vem à lembrança Kafka. Quando os leões estão lá na porta de entrada do K., fazem a ele diversas perguntas, naquela situação terrível. É o problema da mídia, em que ela não coloca essa pergunta para si mesma e para a sociedade. Esse é o grande problema da concentração da propriedade, ou seja, a mídia não discute a própria mídia. Essa tecla não é batida; jamais veremos essa discussão nas páginas dos jornais comerciais, porque essa é uma discussão que interfere fortemente na forma como as coisas se processam. Que poder é esse, então?

Quais são as relações desse poder com a democracia, que é o nosso sistema. O que estamos querendo manter em se tratando de comunicação?

A esfera pública e o advento da imprensa, que é o argumento habermasiano, ou seja, a mídia foi importantíssima num momento de formulação da esfera pública no Século XIX. É isso que estamos tentando não perder, ou seja, que ela continue estimulando a esfera pública a produzir discussões que sejam independentes dos dois lados, dos interesses privados individuais e dos interesses do Estado; que ela esteja nesse meio do caminho.

Por fim, algo importante na questão da democracia ligada à mídia é a liberdade de expressão e de idéias.

Um dos autores mais importantes, que, em 1644, já defendia isso foi o John Milton, que fez um discurso célebre no Parlamento inglês sobre a liberdade de imprensa.

Uma questão importante no debate democrático é que os diferentes autores que defendem a liberdade de expressão, desde o John Milton, que é considerado o primeiro e o mais importante, também o Stuart Mill, o caso do Thomas Paine, da defesa dele pelo advogado na Inglaterra, e vários outros, fazem uma dissociação entre a liberdade de expressão e o meio efetivo em que ela ocorre nas sociedades contemporâneas. É lógico que as pessoas não estavam pensando nisso, porque não tinham esse problema, mas hoje há uma defesa da liberdade de expressão, como se fosse possível fazê-lo sem associá-la ao controle que a mídia tem sobre essa própria liberdade, um controle que é inerente a uma sociedade em que temos um problema de escala. Ou seja, temos 170 milhões de pessoas que querem ter voz, e quem possibilita isso são os meios de comunicação de massa. Então essa liberdade de expressão tem que passar, necessariamente, por uma discussão da mídia, o que, estranhamente, não acontece.

Há uma discussão, até hoje, na democracia, sobre liberdade de expressão que está desconectada dos meios de comunicação de massa. Então não dá. Como é que você vai ter liberdade de expressão se não discutir os meios de comunicação de massa? É esse o *locus* em que a liberdade de expressão se dá. Essas pessoas estavam pensando em comunicação face-a-face quando pediam liberdade de expressão.

Temos aqui uma pergunta: é possível pensar em liberdade de expressão sem pensar nos meios de comunicação de massa?

Então, no fundo, a grande questão que nos chama aqui hoje é a pluralidade *versus* o controle. Ou seja, como iremos tornar a mídia efetivamente plural, para que permita a maior liberdade de expressão possível, e qual o grau de controle que estaremos dispostos a aceitar para que isso seja efetivo. Como vamos controlar essas duas coisas?

Esta é uma análise, que eu gosto muito, de um Cientista Político italiano, Giovanni Sartori, que diz, em resumo, que a mensagem para o mundo é a mensagem dos meios de comunicação. A grande questão é que, se tivermos um único meio, a mensagem será a desse único meio; se tivermos dois, será desses dois; se tivermos dez, será desses dez. Então a redução do número de *players* no mercado de comunicação leva também a uma redução da mensagem. Esse é um fato com que, inacreditavelmente, muita gente não concorda, mas parece que é quase que lógico e matemático.

A presença de forças antagônicas é fundamental para a democracia, e é isso que não está acontecendo. O que ocorre, especialmente com a propriedade cruzada, é que, em algum momento, por exemplo, nos Estados Unidos, onde havia a exigência de que, na mesma localidade, o jornal não fosse de propriedade de quem tinha a TV aberta, havia combates efetivos entre os jornais e as televisões. Os jornais denunciavam o que as televisões estavam fazendo de errado e as televisões denunciavam o que os jornais estavam fazendo de errado. E as rádios, da mesma forma. Ou seja, não era possível que essas três esferas fossem de propriedade do mesmo grupo. Agora acabam-se diminuindo esses antagonismos. Há cidades, há capitais importantes no Brasil onde a maior rede de televisão também é dona do maior jornal, o que complica, porque não há antagonismo nas discussões, no espaço público onde se colocam as vozes.

A discussão da democracia feita por esses autores (Schumpeter, Dahl e Downs), que são os fundadores da discussão democrática que temos hoje, do *mainstream*, é no sentido de que democracia é fazer eleições regulares. É lógico que muita gente não concorda que seja só isso, mas essas pessoas que estão dizendo isso também estão dizendo que uma das condicionantes é que haja liberdade de expressão e, além disso, informação suficiente para todos os eleitores, a fim de que as eleições possam ser justas.

Estranhamente, esses autores não abordam o assunto seguinte, que é como ter informação suficiente e liberdade de expressão sem a pluralidade de meios de comunicação. Há um travamento no processo. Todos esses autores, entre eles o Joseph Schumpeter e o Anthony Downs, escrevem sobre política, mas são economistas e assumem que há concorrência de mercado nos meios de comunicação de massa. Mas isso não é importante; o mercado e a mão invisível resolverão.

Ocorre que toda a teoria democrática, fundamentada por esses autores, acabou esquecendo dos meios de comunicação de massa como algo importante. Apenas as teorias laterais, que são importantes, mas que não são do *mainstream*, trazem essa discussão.

Muitas propostas baseiam-se nesses autores fundamentais: o Jürgen Habermas, com a idéia da esfera pública; o Joshua Cohen, com a idéia de democracia deliberativa, para a qual a deliberação tem grande importância, portanto, o espaço da mídia é fundamental; a Carole Pateman, que fala de democracia participativa, mas não trata especificamente da questão da mídia, apesar de seguidores seus tratarem desse assunto, que consideram importante. O Habermas é muito estratosférico, mas fala do problema.

Há importantes teóricos específicos dos meios de comunicação de massa, principalmente o John Thompson, um inglês pragmático, que diz como deve funcionar e como regular. Isso é importante, porque destrói um pouco a idéia habermasiana de que a fala ideal irá resolver o problema. Não dá para decidir baseado em fala ideal no Congresso; é preciso algo substancial.

O Bourdieu abordou um problema fundamental, apesar de ser um dos autores mais complicados e mais panfletários. Nos seus trabalhos acadêmicos, referiu-se ao o problema da voz. Ou seja, a questão fundamental da mídia e da democracia que é quem tem capacidade de aparecer na mídia. Ter voz na mídia é algo que as regulações que forem feitas deverão garantir em algum momento.

Há um projeto na Câmara dos Deputados cujo objetivo do autor é dar voz aos diferentes movimentos sociais, como sindicatos, nos espaços da televisão. É uma idéia. Há um monopólio de quem aparece na mídia. Se contarem que grupos sociais têm voz efetiva, saberemos quem, na sociedade brasileira, consegue conversar com as platéias e veremos que são pouquíssimos grupos.

Numa segunda fase, Giovanni Sartori incorpora a mídia na sua teoria democrática.

O McChesney é um autor muito preocupado com a questão dos grandes conglomerados de mídia nos Estados Unidos, que são os multinacionais.

Pergunto: a mídia concentrada discute a própria mídia?

Quando divulgaram o resultado da consulta pública da proposta do Pimenta da Veiga – já mencionaram o assunto hoje –, os únicos jornais que discutiram o assunto foram a **Folha de S.Paulo** e o **Estado**, jornais que não têm meios de comunicação de massa – a proposta visava aos meios de comunicação de massa. Os outros não discutiram a proposta, que é a questão fundamental hoje.

A regulação só pode ocorrer por esse caminho, porque o Código de 1962 já está ultrapassado, ninguém o usa mais. É fato claro da história recente do Brasil.

Não dá para haver uma discussão séria e democrática sobre o problema da mídia se a concentração continuar nos níveis atuais.

O problema do agendamento é fundamental nas discussões contemporâneas sobre o papel da mídia, mais do que influenciar cidadãos individualmente (o que pode ser discutível) a mídia tem a capacidade de incluir ou excluir do debate público (seja perante toda a sociedade seja na arena política) temas e questões relevantes para a sociedade. Vejamos, por exemplo, a questão da Política Externa: antes dos atentados de 11 de setembro realizamos uma pesquisa sobre como a mídia cobre assuntos internacionais. Os resultados foram alarmantes, mais de 60% da cobertura se referiam a assuntos domésticos de um outro país (um terremoto no Irã, crianças atirando em escolas norte-americanas). Política externa brasileira apareceu com resultados pífios e, quando apareceu, também não havia discussão, era a viagem do presidente a tal lugar, em geral com jornalistas questionando sobre assuntos internos. Ou seja, a mídia excluía da agenda as discussões de temas internacionais, o que trouxe, segundo outras pesquisas, algumas consequências importantes dentre as quais: um desinteresse do público em geral por estes assuntos e um desinteresse (o que é mais grave e aqui está o problema do agendamento) do mundo político por estes assuntos (verificou-se que os programas partidários de então tocavam muito superficialmente nas questões de política externa). No entanto, veja-se que quando a mídia decide agendar o tema, há uma mudança significativa de cenários: quem não se lembra de como o contencioso Brasil-Canadá com relação à vaca louca não se tornou o tema das conversas desde o salão verde do Congresso até o botequim do seu Manuel.

A questão da voz, de como se determina a agenda, é um paradoxo – o McChesney escreveu sobre isso. A crítica do ideário capitalista ao mundo comunista, especialmente na área de comunicação, é que toda a mídia era estatal. Ironicamente, estamos caminhando para ter cada vez menos vozes. Em alguns lugares, os níveis de audiência são tão significativos que há quase um monopólio de determinada empresa de comunicação. Então, o que ocorre é que os dois opostos estão se encontrando, ou seja, a crítica que o mundo capitalista fazia ao mundo socialista – a de que este contava com um único meio de comunicação, estatal – vai perdendo o sentido à medida que temos cada vez menos meios de comunicação nos países capitalistas, desta vez sobre controle privado.

A questão toda fora daqui são as grandes corporações de mídia e a propriedade cruzada. Como fazer para resolver a questão?

Já havia citado essa frase do Reagan. Portanto, a desregulamentação – que começa com ele – é o que permite essa concentração sem precedentes, ou seja, quando ele abdica de regular a propriedade cruzada nos Estados Unidos.

Já havia falado sobre a questão da concorrência. Há diferentes escolas que pregam menos ou mais intervenção. Por exemplo: a escola de Chicago, que tem vigência hoje, está dizendo que a concorrência se resolve com eficiência, ou seja, o Estado não pode intervir quando uma fusão, como o da **AOL Time Warner**, terá ganhos de escala tão grandes que, na verdade, segundo essa escola, serão, do

ponto de vista de entender o telespectador como consumidor, muito significativos, ou seja, o preço da conexão de Internet, o preço do filme da **Warner** que será distribuído pela mesma pessoa, pela mesma sala de cinema, e que, nos Estados Unidos, já chega agora diretamente de satélite; do estúdio onde é feito é transmitido diretamente pelo satélite para a sala de cinema, nem há mais o intermediário das empresas de cinema, ou seja, os preços, potencialmente, irão cair.

Do ponto de vista de consumidores, isso é um ganho de escala fundamental e barateia o custo do acesso à comunicação. A Escola de Chicago não está preocupada com a democracia. O negócio é fazer ficar barato, e o mercado resolve.

As outras duas escolas, não (a de Harvard e a Ordoliberal); elas estão dizendo que é preciso regular a concorrência, não é possível ter atores tão grandes disputando no mercado, porque não se sabe qual será o futuro disso. Em um primeiro momento, é lógico, os ganhos de escala serão repassados, mas e depois, quando forem os únicos e não houver mais concorrência, como ficará? Mesmo para os consumidores, há uma preocupação.

São três as formas principais de concentração: horizontal, compra de mais de uma empresa do mesmo ramo; vertical, diferentes fases da produção, por exemplo, a Disney que tem desde a produção do filme até a venda do chaveiro do boneco nos parques temáticos, domina todo o espectro; e a propriedade cruzada, quando são diferentes meios: rádio, televisão, cinema, etc.

Há as economias de escala e as economias de escopo. Sobre a primeira, o que é importante entender é que ela ocorre porque o custo marginal de produzir um jornal a mais, um episódio a mais, de transmitir para uma pessoa a mais não existe, é praticamente zero. Por isso a economia de escala vai ganhando tanto reflexo quando se faz a fusão, ou seja, caro para um jornal não é imprimir um papel, mas produzir o conteúdo daquele papel. Se forem quinhentos mil ou um milhão de leitores, não faz diferença. Para a televisão, isso é mais importante ainda: caro é produzir um programa; transmiti-lo para diferentes lugares não é problema.

Então, quando se juntam diferentes companhias, acaba-se ganhando muito em escala.

Essa é uma questão sobre os conglomerados. Sobre esse assunto, há diferentes análises, inclusive, econométrica. Uma análise muito interessante, que eu e o Dines estávamos discutindo outro dia, é sobre a questão dos jornais no interior. Os economistas estão dizendo que não há possibilidade de existir mais de um jornal no interior. Não é econômico, não é viável financeiramente. Por isso aquela pergunta inicial: o que queremos? Queremos mercado ou a democracia efetiva? Se quisermos democracia, a regulação tem que prever financiamentos, etc., para essas coisas funcionarem.

Para ser ter uma idéia, nos Estados Unidos, há trinta anos, mais de quinhentas cidades tinham mais de dois jornais; hoje, há doze. O sujeito está

provando econometricamente por que isso aconteceu, mas porque não houve investimento. Os jornais foram sendo engolidos pelas cadeias, etc.

Por outro lado, houve uma crise de comunicação, não só no Brasil, que está se tornando cada vez mais forte. A concentração e a venda para grandes conglomerados seriam a saída para o problema. Esses economistas também estão mostrando que não é verdade.

The Economist publicou uma edição no ano passado mostrando que esses grandes conglomerados estão enfrentando sérios problemas financeiros. Então é preciso tomar cuidado. A fusão não é a panacéia, a solução para todos os problemas; pelo contrário, está trazendo novos problemas econômicos além dos conhecidos problemas políticos.

Um último dado de economistas que penso ser importante: foi feito também um estudo econométrico, mostrando qual o resultado econômico do ponto de vista da publicidade para esses mercados. Verificou-se que, nos Estados Unidos, em todos os mercados onde houve concentração, houve um aumento muito grande do espaço publicitário e uma redução dos programas não-publicitários, ou seja, de conteúdo efetivo. Quando se concentram, eles tiram jornais, tiram programa teledramatúrgico e infantil para colocar propaganda. Sem concentração, 28% do espaço era publicitário. Quando houve concentração, subiu para 42% o espaço publicitário na programação diária.

No caso brasileiro, adotei a estratégia de não passar para vocês os dados conhecidos de quais famílias detêm os diferentes meios de comunicação nos Estados, porque penso que já são mais do que conhecidas, mas o caso brasileiro é apontado, assim como outros países da América Latina e do Sul da Europa, como um forte caso de concentração nas mãos de algumas famílias, de oligopolização da mídia.

No caso dos Estados Unidos, por exemplo, apesar de haver os grandes conglomerados, ainda há 12 mil estações de rádio e 1.500 jornais. O número de jornais por 100 habitantes é enorme. No Norte europeu, também. Aqui, há concentração ainda maior dessa capilaridade da mídia, porque os níveis de audiência não são pré-estabelecidos, nos Estados Unidos nenhuma emissora de televisão pode ter mais de 35% da audiência total do mercado (em termos de quantidade de domicílios atendida por aquela determinada emissora), o que é uma redução efetiva. Há uma pluralidade nesse sentido. No caso brasileiro, sabemos que a emissora de maior audiência detém bem mais do que isso.

Apenas para citar o que está acontecendo hoje, os Estados Unidos e a União Européia estão passando por um momento de redefinição das políticas concorrenciais. A União Européia sempre teve uma comissão muito mais ativa no controle das fusões e das aquisições, mas, por outro lado, havia um medo de a Europa ficar para trás nessa concorrência de grandes conglomerados. Então, houve uma certa mudança nos princípios da comissão européia, ou seja, eles estão analisando as fusões com mais cuidado, no sentido de aprová-las, porque há um medo de a Europa ficar para trás nessa questão dos grandes conglomerados, ou

seja, de perder espaço na disputa por novos e velhos mercados, especialmente porque as empresas também estão se fundindo com *holdings* da área de telecomunicações.

Há um brilhante estudo do Pesquisador norte-americano Daniel Hallin sobre clientelismo em vários países da América Latina e do Sul da Europa, em que ele mostra por que ainda há uma maior concentração de clientelismo e proselitismo, baixo nível de circulação de jornais, instrumentalização da mídia privada, politização da mídia, limitação da profissão de jornalista, mostrando que essas características são muito comuns nesses países. Inclusive ele cita uma frase interessante: na Grécia — isso aconteceu até há pouco tempo —, os industriais diziam que se não ganhassem um ministério abririam uma rede de televisão, porque era o instrumento de que eles dispunham para colocar seus anseios estritamente privados. Então o dono da maior empresa de navios tem rede de televisão, assim como, na Itália, o dono da Fiat e o dono da Olivetti. Há uma ligação enorme entre o mundo empresarial e político e os meios de comunicação, mas não é esse o caso dos países do Norte da Europa.

Por fim, cito a Constituição, apenas para dizer que, do ponto de vista da fundamentação constitucional necessária, para que se faça a regulação por leis ordinárias, já temos as determinações. Enfim, não sei como perguntar a um Parlamentar que participou da Constituinte se o que está na Constituição Federal é o que acontece na realidade, porque o § 5º diz que não podemos ter oligopólio, e o caso brasileiro, nos meios de comunicação de massa, é um caso de oligopólio. Então é preciso descobrir quais são as regulações efetivas, para que se possa agir.

Do ponto de vista de conteúdo — não é matéria que devemos tratar hoje —, o art. 221 determina quais são as diretrizes da sociedade para o conteúdo, mas é preciso estabelecer qual regulação será feita para que isso seja cumprido.

No Brasil, houve o problema do coronelismo eletrônico, que está bem documentado, especialmente no Governo Sarney e no final da Constituinte. O governo Sarney distribuiu 30% de todas as concessões de rádio e televisão que haviam sido dadas desde 1934, sendo que 52% das concessões que ele distribuiu — que foram 1.028 — foram dadas nos últimos nove meses da Constituinte. Noventa por cento dos Parlamentares que receberam votaram a favor do Presidencialismo e dos cinco anos, que era a grande discussão do momento, e que interessava à presidência da República.

É difícil discutir esses temas num Congresso que é tão proprietário de meios de comunicação de massa. A **Folha de S.Paulo**, esses dias, mencionou que a Comissão responsável por discutir esse assunto é recheada de empresários do setor.

Por fim, a regulação, que é essa proposta do Thompson, uma das mais interessantes que aparecem nas diferentes propostas: é um *mix* entre a questão do princípio público de pluralismo e o setor privado. Ele está propondo que haja uma intervenção legislativa; é preciso dizer que não podemos ter um meio de

comunicação dominando os diferentes setores. E uma das propostas é que haja limitações à propriedade cruzada. Então tem de ter jornal, combater nos meios de comunicação de massa, tem de ter rádio e Internet separados. A panacéia que houve com o advento dos meios digitais é que de que agora teríamos democratização, porque existe Internet, TV a cabo, TV por satélite, TV não-sei-o-quê. Mas o que aconteceu é que a **AOL Time Warner**, nos Estados Unidos, tem todos esses meios na mesma propriedade. Então não houve democratização. O que ele está propondo é que haja uma proibição de que essas coisas ocorram.

Outro item que ele está levantando é que dar voz aos diferentes atores, por meio da radiodifusão comunitária, da televisão comunitária ou, como foi proposto na Lei do Cabo, só dará certo se houver financiamento público para essas pessoas estabelecerem esses canais. Como foi dito aqui hoje, a televisão comunitária não é a preço de banana. Não adianta produzir um programa que não dará certo. A rádio comunitária está sendo ouvida. Há espaço para novos atores, mas é preciso que haja dinheiro para produzir canal, senão ficará lá o canal comunitário aberto, sem programação para produzir, como acontece já na TV a cabo.

Enfim, haveria mais coisas, mas encerro por aqui, dizendo que a proposta de regulamentação que tinha sido feita pelo Sérgio Motta trazia algumas coisas nesse sentido, havia um artigo de contenção da propriedade cruzada; tinha uma série de problemas, mas continha algumas inovações. E é por aí que podemos continuar o debate.

Obrigado.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Peço a palavra, Sr. Presidente?

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Apoiado, Sr. Presidente.

O SR. PRESIDENTE (João Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Apoiada a fala dele ou a não-fala?

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – A sua, Sr. Presidente.

O SR. PRESIDENTE (João Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – A minha? Quer cancelar a fala de...

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Quero reiterar o convite.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – O conferencista citou muitos economistas. Lembrei-me do Paulo Setúbal, proprietário do Banco Itaú, e que no Banco Itaú não há economista, só engenheiros.

O conferencista disse que a mídia existe para criticar Governo. Não é verdade. A mídia existe para relatar os fatos. O articulista que assina, este sim, dá sua opinião. Contudo, a mídia não foi feita para criticar, mas para relatar.

No Brasil, a mídia é regulada. O Pimenta da Veiga chegou a mandar para a Casa Civil o novo projeto de lei de comunicação de massa, que o Fernando Henrique retirou, a pedido do Congresso, aguardando que o novo Governo reexaminasse a questão.

E sobre esse problema de propriedade cruzada, o americano é grande porque consegue vislumbrar as coisas num *timing* que lhe é peculiar. Hoje, exatamente hoje, o FC-6 já está reestudando todo tipo de dificuldade legislativa quanto ao cruzamento de propriedade, porque o americano já chegou à conclusão de que isso é um atraso.

Hoje esteve presente aqui o representante da Brasil Telecom, trazendo notícias de que novas tecnologias virão, de tal sorte que não haverá mais um, dois ou seis, mas duzentos, trezentos canais. Então o futuro será a total desconcentração, pelo brutal número de emissoras de televisão. E, no Brasil, não existe concentração, Sr. Presidente. No Brasil, existem seis ou sete emissoras abertas. Cada emissora tem um grupo que a domina. É o caso da **Rede Globo**, que tem o grupo da família Marinho; a **CNT**, o grupo da família Martinez; a Record, o grupo da Igreja; a **Rede TV!** tem o grupo do Amílcare Dalevo; o **SBT**, o grupo do Sílvio Santos; a **TV Bandeirantes**, o grupo do Saad. De sorte que não há concentração no Brasil. Aliás, no Brasil há desconcentração.

As revistas que existem no Brasil não são proprietárias de televisão. O maior jornal do Brasil, a **Folha de S. Paulo**, não tem televisão nem rádio. De sorte que falar em concentração, no Brasil, é trazer um debate de que o País não precisa. Aqui não há concentração.

Em uma reunião anterior, citou-se que há concentração em Santos e no Maranhão. Estamos falando do Brasil. As redes de televisão aberta, no País, não são concentradas. Então é uma bobagem repisar esse assunto quando isso no Brasil nunca aconteceu; é *démodé*. A tecnologia já mostrou, esse assunto de concentração é velho. O futuro é a total desconcentração, pelo absoluto número de televisões que vão existir.

Hoje, reitero, a Brasil Telecom já trouxe aqui a hipótese de ter duzentos canais. De sorte que fico triste em ver a tentativa trazer a discussão, a este Conselho, de um problema que já não existe. Hoje ele é velho nos Estados Unidos. O americano foi citado o tempo todo, mas hoje a FCC está estudando exatamente isto: acabar com esse tipo de viés contra as concentrações. E mais: eles já chegaram à conclusão de que vão acabar com a legislação que a proíbe, e não vai acontecer concentração. No Brasil não existe concentração.

Sr. Presidente, era somente isso.

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – Presidente?

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Pois não.

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – Se o meu querido amigo Dines me permitisse fazer a exposição rapidíssima a que me comprometi, como Relator, creio que poderemos ordenar melhor o debate.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Está concedida a palavra a V. S^a, Dr. Carlos Chagas.

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – A primeira coisa, Dr. Godoy, ainda que me doa muito falar sobre a manifestação do Conselheiro Roberto Wagner Monteiro, é pedir ao senhor desculpas, porque não é bobagem discutir sobre esse assunto de concentração. Muito pelo contrário.

Vamos partir do geral para o particular – e os senhores verão por quê. A proposta para a criação do Conselho de Comunicação Social nasceu da saudosa Deputada Cristina Tavares. E era completamente diferente – permita-me usar as palavras claras –, dessa quase “abobrinha” que estamos tratando aqui há mais de um ano.

A proposta da Cristina, auxiliada por outros jornalistas deputados, era de que o Conselho tivesse funções normativas e até coercitivas. Seria o Conselho a dar as concessões e a renová-las. Mais do que isso, o Conselho zelaria pelo que viria a ser o art. 220 e o art. 221 da Constituição Federal. A palavra de ordem era: “Censura, nunca mais”. Mas havia que se garantir à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem dos excessos da programação do rádio e da televisão que contrariassem o respeito aos seus valores éticos e sociais. Havia também a necessidade de que o Conselho zelasse pela preferência às finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas e tudo o que vem estabelecido no art. 220.

A proposta ganhava corpo, obteve aprovação da maioria das Bancadas na Constituinte. No entanto, uma frase fez com que a proposta da Cristina Tavares fosse arquivada e tivéssemos este nosso Conselho – que falo com dó –, este nosso Conselho desimportante. É o primeiro passo. Já dizia um autor, não muito citado nestes tempos de globalização, que “toda grande marcha começa com o primeiro passo”. É importante estarmos aqui discutindo isso, mas não era essa a finalidade do Conselho de Comunicação Social. A frase que correu a Constituinte e que fez calar todas as vozes foi apenas uma, que também falo com dó: “O Dr. Roberto não gostou”. E o Dr. Roberto não gostando, morreu o Conselho de Comunicação Social como deveria ser composto.

Decidimos formar esta Subcomissão. E eu me permito também não contraditar, mas ponderar um pouco, acrescentar um pouco ao que disse o Professor Guilherme Canela. Por exemplo: ele disse que a mídia não discute a

própria mídia. Estamos diante de um grande discutidor, um homem que discute realmente a mídia: Alberto Dines, que tem o **Observatório da Imprensa**. Em alguns jornais, já existe a figura do *ombudsman*. Já existem revistas especializadas que estão discutindo a nossa mídia.

O Professor citou Thomas Jefferson, que disse: “Se me fosse dado decidir se devemos ter um governo sem jornais, ou jornais sem um governo, não hesitaria um momento em preferir a última.”

Outra observação, Professor, é que, tecnicamente, desde 1934, já tivemos a regulamentação, porém técnica. Os Constituintes, os Deputados sempre falam nas entrelinhas, sempre usam de subterfúgios, de artifícios que não são claros como gostaríamos que fossem, ou como tentamos fazer na imprensa. Em 1934, eles estabeleceram que jornais e revistas independem de licença do Poder Público para ir à rua. Na realidade, o que se quis dizer? Que o rádio dependia da licença. Como o senhor falou, é a questão do éter, senão haveria uma bagunça total.

Finalizando, tentei distribuir aos Conselheiros este meu pseudo-relatório inicial, mas terminaria com uma observação muito triste também. A Constituição – e nosso Presidente é um jurista emérito –, as Constituições devem estabelecer os princípios gerais. Posteriormente, elabora-se uma lei que debulhe o assunto, que o regulamente. A nossa Constituinte de 1987/1988 duraria 10 anos, porque não havia um entendimento entre os dois principais grupos: o Centrão e os Progressistas.

Sendo assim, o que fez o Dr. Ulysses para o Brasil ter uma Constituição rapidamente? S. Ex^a inverteu o princípio de direito e disse que a lei regulamentaria aquilo que a Constituição não pôde definir. Há certos acontecimentos que apenas ocorrem no Brasil. E isso realmente ocorreu, além de mil outros fatos, principalmente na comunicação social, tanto que está previsto no art. 220 que a lei criará mecanismos de defesa da pessoa e da família contra os excessos da programação.

Onde está essa lei? Quanto tempo já se passou desde a promulgação da nossa Constituição?

A nossa Lei de Imprensa é uma herança da Ditadura, é lixo autoritário. Felizmente, uma série de artigos não vale, aqueles artigos draconianos, porque a Constituição os revogou implicitamente. Mas a lei ainda está em vigor. Por isso, é importante discutirmos todos esses problemas.

Confesso que ainda não sei se a regulamentação dos conglomerados – a técnica é necessária – é um bem ou um mal. Discutiremos esse assunto aqui. Tentaremos dissecar a matéria, porque, de um lado, havendo essa concentração sem regulamentação, estamos expostos ao controle, à limitação e à distorção da informação da notícia, e isso é péssimo.

Nos tempos bicudos em que vivemos hoje, nesses tempos de globalização fajuta, de neoliberalismo, nesses tempos de desemprego total – aproveito para falar sobre o assunto –, não sei qual é a porcentagem de desempregados no Brasil.

Como a mídia desinforma, como os governos desinformam! Não adianta falar que o percentual de desempregados passou de 6,5% para 7%. Precisamos registrar o número de desempregados que, no Brasil, chega a 12 milhões. Quanto ao aspecto da criação de empregos, é possível que a concentração da mídia faça com que não se percam tantos empregos como vem ocorrendo até hoje. Não sei se a regulamentação é um bem ou um mal. Veremos isso depois da nossa discussão.

Também não podemos falar do que está ocorrendo hoje nos Estados Unidos. As informações revelam que, no que se refere à concentração naquele país – não encontrarei os números agora –, havia mais de 90 conglomerados na década de 70; na década de 80, passou a mais de 20; e, na década de 90, há apenas cinco conglomerados. Evidentemente, esse dado não é um bem. Basta ver que a cobertura da invasão do Iraque pela televisão americana – não quero usar adjetivos nem dizer que ela foi lamentável, porque a liberdade é de cada um, cada um entende como quiser – foi uniformizada, padronizada, pasteurizada de uma maneira que chocou a todos nós que assistimos a esses acontecimentos.

Para terminar, informo que, depois de ouvirmos todos os conferencistas, todos os professores que tanto nos enriquecem, sugeridos pelo Alberto Dines, farei mais uma sugestão, que se encontra no meu relatório. Vamos levar muito tempo para discutir essa questão e não vamos resolvê-la sequer até o fim do ano. Porém, meu querido Roberto Wagner, continuaremos o debate sobre a questão da concentração, que não é uma bobagem; pelo contrário, é muito importante. Vamos continuar fazendo isso e, depois que tivermos condições, democraticamente, pelo voto, decidiremos se encaminharemos à Mesa do Senado nossas sugestões, porque não nos resta fazer mais nada, haja vista a nossa desimportância. Vamos analisar se encaminharemos alguma sugestão à Mesa do Senado ou se simplesmente arquivaremos essa Subcomissão. Essa será uma decisão democrática de todos nós.

Era o que tinha a dizer, Presidente. Alberto Dines, desculpe-me por ter falado antes de V. S^a.

O SR. ALBERTO DINES (Representante da sociedade civil) – Depois do que falou o Conselheiro Carlos Chagas, realmente, resta-me muito pouco, mas tratarei apenas de uma das deixas dele. Fui o autor da bobagem, mas ela foi referendada pelo Pleno por unanimidade, portanto registro que todos nós somos autores desta “bobajada” de discutir a concentração da mídia no Conselho de Comunicação Social.

Acredito que falte ao Conselheiro Roberto Wagner um pouco de informação. Embora, neste momento, a FCC esteja recuando naquelas suas conquistas dos últimos 30 anos, é um avanço o debate que está se travando hoje nos Estados Unidos. Nunca uma reunião da FCC foi tão intensamente debatida quanto a de hoje, inclusive com surpresas, como o Ted Turner se manifestando contra as alterações, embora ele seja uma das pessoas que deveriam, supostamente, defendê-las. Portanto o debate é intenso. Em uma sociedade democrática o importante é o debate.

Por outro lado, as conquistas da democracia informativa americana, nesses últimos 30 anos, foram tantas que talvez, agora, se eles retroagirem um pouco, não terá importância, pois os conceitos sempre ficarão. Mas não chegamos ainda lá. Não chegamos nem ao que hoje está sendo decidido na FCC. Portanto acredito que, apesar do adjetivo e do epíteto de bobagem, estamos dando um passo importantíssimo. Trata-se de um momento histórico, justamente essa coincidência em que a FCC volta, dá um passo atrás, e o CCS dá um passo à frente, formalizando e institucionalizando um debate que considero crucial.

Já que esta é uma Casa de debate, e não mais do que isso, estamos começando, para mim, o debate mais importante, que é a discussão dos guardiões da imprensa, da concentração da imprensa, do direito de se manifestar, e assim por diante.

Gostaria que se registrasse em ata que me sinto honrado com o epíteto de “rei da bobagem”, mas quero distribuí-lo a todos os companheiros que aprovaram por unanimidade a instalação deste debate, de que não quero ser o dono, apenas sugeri dois ou três nomes. O companheiro Roberto Wagner ficou incumbido de dar uma sugestão, e parece que ainda não apresentou. Esse debate tem de ser pluralista. Se temos uma função, embora diminuídos, como diz o Conselheiro Carlos Chagas, é a de fazer disto aqui um fórum, uma Casa de debates e, sobretudo, uma Casa de reflexões, já que o Congresso Nacional está, de certa forma, tão manietado pelos interesses, inclusive na área da comunicação social.

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – Gostaria de, primeiro, parabenizar o Professor pela excelente apresentação e por nos trazer conceitos muito interessantes sobre o aspecto da economia e da sociedade da mídia, mas gostaria de questionar um ponto que considere muito importante e que, no meu entender, foi abordado com uma interpretação errada.

Quando o FCC, nos Estados Unidos, define em regulamentação que cada empresa de televisão deva ter um limite de 35%, não quer dizer que se está limitando a audiência daquela emissora; não se está limitando o número de aparelhos ligados naquela emissora. Esses 35% se referem à área de abrangência no país que aquela mesma empresa pode ter.

Então não há limite na audiência no sentido do número de aparelhos ligados naquela emissora. Isso pode ser 70%, 80%, o que for. O limite é que cada emissora, cada empresa, não pode ter – e é isso que está sendo discutido hoje – mais do que, parece-me, 35% do total de aparelhos existentes e o total de *houses hoads* – como eles chamam casas sintonizadas – naquela empresa. Houve uma interpretação de que há limite de audiência. Não é isso. Tanto que, em vários casos, como em várias situações nos Estados Unidos, uma determinada emissora tem uma audiência muito maior do que 35%, como no caso do Superball e outros eventos, como o Oscar, que têm índices de audiência muito maiores do que esse. Não há limite.

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Fiquei um pouco confusa, Presidente; acabei não entendendo direito. Quer dizer que a limitação é da área de abrangência, da área de cobertura. Por exemplo: o Oscar ou o futebol teriam que ser transmitidos, já que interessam a todos, por diferentes...

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – Significa o seguinte: se assumir que são 100 milhões de casas que têm aparelho de televisão nos Estados Unidos – não sei se o número é esse –, isso quer dizer que a CBS, por exemplo, não pode ser dona de emissora de televisão que cubra mais do que 35 milhões. Ou seja, ela pode ter afiliadas em outras, mas ela não pode, sozinha...

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – É geográfico o critério?

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – ...ser dona de emissora de televisão cuja soma cubra mais de 35 milhões.

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Do território?

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – Isso não tem a ver com a audiência, com a nossa terminologia normal de audiência aqui no Brasil. Não é essa audiência de número de aparelhos ligados naquela emissora; é audiência no sentido da abrangência de cobertura.

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – A questão da rede, por exemplo, não poderia, da forma como existe aqui no Brasil, em que a **Globo** do Rio de Janeiro, a sede, a matriz, é sócia da **Globo** do Paraná, de Minas, do Amazonas, etc. Teria que ser de uma parte só, que correspondesse ao máximo 35%.

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – Aqui no Brasil, há uma regulamentação que está sendo revista também, no sentido de que cada pessoa física não pode ter mais de cinco emissoras. Lá nos Estados Unidos, não são cinco, são 35% do total. É outra forma de ver isso, mas que também limita a quantidade de emissoras que determinada empresa pode ter.

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Se essas cinco cobrissem 100% do território não haveria problema nenhum.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – A comparação, Dr. Fernando Bittencourt, não pode ser extensiva

ao Brasil. Porque o sistema de afiliação dos Estados Unidos não tem nada a ver com o sistema brasileiro. É completamente diferente. O sistema de audiência potencial tem essas limitações. E Marriet, em seu livro **La Télévision Américaine**, apresentou um mapa do ano anterior da média de audiência dos cinco canais. E o maior canal é a **Fox**. Não é a **CBS**, **ABC** nem **NBC**. Os cinco maiores canais não têm, juntos, 18% da audiência americana, tal é a força das afiliadas locais, que têm controle amplo sobre a programação.

Então é preciso refletir com cuidado sobre as cifras americanas e as brasileiras, porque as realidades são bem diferentes.

O SR. FREDERICO BARBOSA GHEDINI (Representante da categoria profissional dos jornalistas) – Sr. Presidente, quero parabenizar o Dr. Godoi pela exposição e dizer que, em toda essa análise, há um problema: quando se refere à questão dos meios de comunicação, não se leva em conta que, embora o interesse da comunicação seja público, ela se dá por meio de empresas privadas – no caso, falo especificamente da comunicação jornalística, para me deter a um aspecto da comunicação, porque há todo o setor da diversão. Esse aspecto é muito pouco analisado por todos os autores citados pelo conferencista e leva a uma distorção muito grande no resultado dessa análise, porque, mesmo que haja várias empresas privadas noticiando ou cuidando do noticiário, na verdade, a única coisa que garante o direito de expressão é o fato de os operadores das empresas privadas terem ou não um procedimento ético. Por exemplo: eles podem mandar publicar as várias versões no contraditório. Se não, chegamos ao que vimos recentemente, na transmissão da guerra: havia diferentes emissoras, e todas imbuídas aproximadamente do mesmo espírito; assim, houve a mesma cobertura.

Por isso, nessa análise, há que se considerar outro aspecto: o do mercado publicitário como fonte por excelência, quase que única, de recursos para a sustentação das mídias. Assim, chegamos à situação existente hoje no Brasil: o mercado está contraído, o desemprego é enorme e há uma tendência, nesse desemprego, ao aumento da concentração. É evidente que aquele que tem maior aparato para a coleta da verba publicitária – não preciso citar o nome aqui – é quem se sobressai quando há retraimento. E isso faz aumentar a concentração nesse momento.

Então se haveria de pensar no previsto pela Constituição: a complementaridade dos sistemas público, estatal e privado, embora no Brasil não exista efetivamente, na mente das pessoas, a diferenciação entre sistema público e estatal.

Essas questões precisam ser mais bem trabalhadas por nós, ainda que neste Conselho sem poder, a que se refere o Carlos Chagas. Apesar disso, é um lugar onde, pela primeira vez no País, ocorre um debate que não é diretamente feito pelos interessados. No Congresso Nacional, devido à enorme quantidade de parlamentares que são proprietários, o debate é diretamente interessado. Sempre foi! Por isso a situação ali não muda. Quando vai passar, há um debate no

Congresso Nacional. Por isso este Conselho não tem poder efetivamente, em última instância.

Quero pontuar essas questões, porque se faz necessário analisarmos alguns detalhes no debate que considerem os aspectos a que estou me referindo.

Muito obrigado.

O SR. RICARDO MORETZSOHN (Representante da sociedade civil) – Pois não, Sr. Presidente.

Em primeiro lugar, gostaria de parabenizar a presença do Sr. Guilherme Canela de Souza. Penso até que o fato de desencadear o que desencadeou aqui já valeu a presença. Considero extremamente positivo o que ocorreu.

De qualquer forma, após a exposição do Sr. Carlos Chagas e do Sr. Alberto Dines – particularmente não me vejo contemplado –, gostaria de fazer uma deferência ao Sr. Guilherme Canela de Souza Godoi, pois ficamos conversando. Estávamos nos referindo à fala de S. S^a.

Gostaria de fazer um recorte na discussão – um recorte específico. Já que podemos pensar que esses meios são considerados, como disse o Sr. Frederico Barbosa Ghedini, um serviço público, diria que se trata de um serviço público revestido de caráter especial. Não é como um correio, uma estrada, uma ferrovia, que transporta. Por quê? Porque o serviço público de comunicação possui um conteúdo que molda comportamentos.

Em função disso, aproveitando que você traz o Habermas para a esfera pública, pensei na ação comunicativa do próprio Habermas. Aproveitando que o Sr. José Paulo Cavalcanti Filho solicitou-lhe acrescentar o que não pôde ser falado, gostaria que explorasse um pouco o tema do direito à informação. Faço uma articulação da esfera pública com o direito à informação, que é o direito que todos temos de sermos bem informados, com informação imparcial e isenta. Gostaria que V. S^a nos falasse a respeito do direito à comunicação, pois penso que seja diferente do direito à informação, forçando um pouco a questão habermasiana da esfera pública: é o direito que os grupos ou cidadãos têm de anunciar seu projeto de vida na esfera pública.

Muito obrigado.

A SR^a REGINA DALVA FESTA (Representante da sociedade civil) – Sr. Presidente, gostaria de cumprimentar o Sr. Guilherme Canela de Souza Godoi pela clareza com que colocou as várias visões de mundo nesse momento, a partir de pessoas que estão pensando o neoliberalismo e até a possibilidade de uma sociedade tomar nas mãos seu destino diante dos meios de comunicação. Parabenizo S. S^a por nos ter trazido o conflito. Soluções só nascem a partir de conflitos. E boas soluções só nascem a partir de pessoas ousadas, que colocam a criatividade a bem do serviço público.

Estive ausente por algum tempo. Visitei doze países da América Latina. Foi algo, de fato, muito saudável até para esta Comissão. E pude observar duas coisas que trago ao debate, porque são parte do que discutimos hoje.

A Brasil Telecom está se tornando um canal de transmissão, o que é muito importante para o Brasil. Mas que responsabilidade cabe a quem constrói um processo como esse em relação às mensagens que nos vão chegar? Esse é um problema que o Presidente levantou em sua fala e que não é tão simples assim. Se eu for canal, posso ser canal de qualquer coisa – para o bem e para o mal. Não é tão simples assim. Esse é o primeiro ponto.

O segundo ponto, que considero muito importante, é que existe concentração sim, que o debate é muito saudável e que essa concentração está sendo discutida não só aqui, mas em toda a América Latina, com um viés: na maioria dos países da América Latina, não se acredita que os poderes públicos vão tomar uma decisão. Por isso, na América Latina de hoje, começam a existir ouvidorias de meios de comunicação, organizações da sociedade em termos de ela própria tomar nas mãos, porque não acredita que esta Casa vai regular isso – e falo na Casa em que isso deveria estar sendo regulado –, porque é evidente a perda de poder desta Casa em todos os países da América Latina. Esse é um dado que temos de levar em consideração.

Finalmente, encerro, dizendo que tudo isso tem um impacto, sim, e o Guilherme Canela conhece muito bem, porque trabalha nisso conosco. Trouxe para vocês hoje um material da ANDI, que está sendo distribuído. São quatro livros e revistas, e peço aos senhores que os leiam, porque nesse material está demonstrado o impacto que tem a mídia na criança, no adolescente e o futuro disso para os nossos países. Como Habermas disse, enquanto estamos olhando se existe ou não existe, há um desvio da discussão, e o desvio da discussão é o futuro dos nossos países, é o futuro das nossas gerações.

Por isso aqueles que estão me ouvindo neste momento pelos canais, se vocês acreditarem que aqui isso pode ser resolvido, apóiem-nos. Se vocês não acreditarem que nesta Casa, vamos resolver essas questões. Façam como a América Latina: tomem nas mãos o processo, porque é só por meio dele que poderá haver uma mudança real.

Muito obrigada, Sr. Presidente.

O SR. GERALDO PEREIRA DOS SANTOS (Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo) – Obrigado, Sr. Presidente. Não é necessário parabenizar o nosso Expositor. Concorro plenamente com todos os que falaram antes de mim, até porque quero retornar às palavras do nosso Presidente, esperando que a sua presença nos engrandeça na próxima reunião do mês de julho. É nesse sentido que queremos ratificar a nossa fala, tendo em vista a importância, a amplitude e a complexidade do tema, que vem ao encontro do que o nosso companheiro Ghedini falou: é o marco regulatório que, evidentemente, passa a uma questão mais ampla.

A propriedade cruzada, a concentração e o poder da mídia no Brasil hoje são patentes, visíveis. Não há dúvida sobre essa questão. Há ainda as questões menores, como a democratização da comunicação, o acesso à comunicação, o direito de informar e não apenas de ser informado ou mal informado, porque nós somos mal informados.

Ratifico e espero do Presidente que seja mantido o seu convite, que o Dines consiga levá-lo a algum lugar e convencê-lo e que isso não seja prejuízo algum para o contraponto. Queremos ouvir aqui o contraponto, a pluralidade, como foi dito pelo Dines. Queremos ouvir, sim, e isso não será a curto prazo, como o Chagas falou, mas precisamos, de fato, debreçar-nos sobre esse ponto de pauta, que é urgente urgentíssimo. Que o senhor esteja aqui em julho, para nos honrar e continuarmos o debate.

O SR. GUILHERME CANELA DE SOUZA GODOI – Muito obrigado a todos. Como o tempo é curto, vou pincelar alguns pontos.

Primeiramente, com relação à questão da audiência, peço desculpas se me fiz entender mal. É exatamente o que um Conselheiro observou. São 35% de alcance, *reach*, como previsto no artigo do *Telecommunications Act*. Mas eu quis dizer exatamente isso comparativamente ao Brasil; como as redes de televisão geradoras são proprietárias das emissoras nos maiores centros urbanos, essa percentagem aumenta em muito, porque não se trata de limite em termos de território, mas em termos de população. Então, quando se tem São Paulo, Rio, Brasília e Recife, esses 35% passam a cavalgadas. Portanto é muito maior, porque a Amazônia, que é grande em termos de território, não tem uma população suficiente. Mas é isso, não há limitação, mesmo porque seria contraproducente se você produzisse o melhor programa e as pessoas não pudessem assisti-lo.

No caso do rádio, é limitação por quantidade de emissoras, e não por audiência, no caso dos Estados Unidos. E esse processo de limitação de audiência, nesse sentido, é adotado na maior parte dos países. Na Alemanha, são 30%, sendo que há um dispositivo na lei de que, quando chega a 10%, a comissão que cuida desses assuntos já tem que intervir e chamar as empresas para uma audiência pública, etc.

Em alguns casos em que é feito por quantidade de emissoras, houve um sério problema. Por exemplo: na Argentina, determinaram 24 emissoras como a quantidade máxima, que é exatamente o número de províncias, ou seja, não há efetividade alguma na regulamentação.

Quando falei que não havia regulamentação, evidentemente estava dizendo nesse sentido, e não de que não há nada, nenhuma regulamentação, até porque as frequências são reguladas.

A primeira regulamentação, só para citar, na verdade não foi a de 1934, mas por meio de decreto de Vargas, de 27 de maio de 1931. Logo depois que a primeira

emissora de rádio começou a funcionar. Como a coisa ficou no vazio – aliás, há um texto meu em que discuto isso, que no Brasil as regulamentações são sempre *a posteriori*, porque a televisão foi inaugurada em 1950, e a lei só saiu em 1962. Há uma parte histórica, sobre a qual não deu tempo de falar aqui, que conta como essas coisas são problematizadas.

A questão da mídia discutir a própria mídia. O Dines, ao usar a Internet, a revista **Imprensa** e a ANDI, ao usar seus instrumentos, estão discutindo a própria mídia, mas é evidente que isso é muito diferente das grandes mídias discutirem a si mesmas, e mais uma...

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – E a televisão também; o Dines também está na televisão.

O SR. GUILHERME CANELA DE SOUZA GODOI – Na TVE.

Outro aspecto importante nessa questão de quem guarda os guardiões, sobre o que a Regina estava ressaltando, é o papel da sociedade civil, até porque o projeto de reforma do Estado, do Bresser, por exemplo, prevê que a sociedade assuma muita coisa. Concordemos ou não, é essa a reforma do Estado aprovada.

O grande problema é que não há controle sem sanção – o nosso jurista está aqui –, e a sociedade civil não pode sancionar efetivamente. Ou seja, se há regulamentação, alguma penalidade terá de ser aplicada. Talvez as telecomunicações estejam funcionando melhor no Brasil exatamente porque as sanções existem e são fortes.

Notem que o caso das telecomunicações é exemplar em alguns sentidos, em outros, não, mas que é possível, sim, colocar questões sociais em qualquer mercado, até neste. O Fundo de Universalização das Telecomunicações é uma conquista do Congresso, no sentido de que as empresas tivessem funções sociais mesmo depois de privatizadas.

Quanto à questão de – se eu disse isso, não foi nesse sentido – que a função da mídia é criticar o Governo, eu não disse que essa é a função, mas que esse é um papel fundamental da mídia, apesar de haver autores e pensadores – creio que o Ricardo Noblat, no caso brasileiro, é um dos mais expressivos – que dizem que a função da mídia é apenas e exclusivamente criticar o Governo do ponto de vista da cobertura política. Mas não partilho essa opinião dele.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Mas, na sua palavra, ficou claro isso. Por isso, referi-me exatamente a uma expressão sua com a qual, evidentemente, não concordo.

O SR. GUILHERME CANELA DE SOUZA GODOI – Não, só para complementar, o que eu quis dizer é não é criticar o Governo no sentido da crítica negativa, mas no sentido de que a função da mídia é observar o Governo e guardar, na expressão do Juvenal, ou seja, de quem guarda os guardiões. Essa foi a função

de *watchdog*, pensada pela democracia norte-americana. É salutar que seja essa a formulação da esfera pública, mas não criticar, no sentido negativo, o Governo.

Por outro lado, também não vejo problemas em que a mídia seja partidária de alguma coisa, desde que fique claro que é uma opinião pessoal, o que, em geral, não se faz. Por exemplo: os jornais de São Paulo, em editorial, declararam o voto na Marta. No meu entendimento, como pensador do assunto, não há problema algum, desde que seja declarado em editorial e que as reportagens não sejam pautadas por posições políticas. Posições todos podem ter, como faz a mídia americana há muito tempo.

Com relação à FCC, como foi dito, eu só queria acrescentar que a Comissão do Senado que controla a FCC – nesse ponto o Congresso norte-americano tem muito mais poder do que nosso – iniciou os debates para preparar essa reunião de hoje desde 2001. Eles estão desde 2001 ouvindo especialistas em concentração de mídia para orientar a reunião da FCC de hoje, e os Senadores que compõem essa Comissão, em geral, se declararam, em suas exposições – está na Internet e tive a oportunidade de ler todas –, contrários à modificação.

Quer dizer, a sociedade norte-americana não é unânime sobre o que está acontecendo lá hoje. Na verdade, há análises de cunho etnográfico, que vejo com restrições em geral, porque são difíceis de serem provadas, mas merecem ser mencionadas, de que isso só está ocorrendo porque o atual Governo colocou como Presidente da Comissão o ex-Presidente do Conselho da **AOL Time Warner**, gerando um conflito de interesses gigantesco. Ou seja, é a empresa que tem mais interesse em que a regulamentação do cabo e do jornal seja modificada. Eles colocam exatamente a pessoa que defendeu esse ponto de vista nas reuniões, como Presidente do Conselho da **AOL Time Warner**, como Presidente do Conselho da FCC, o que nunca havia acontecido na Comissão anteriormente. Ele também é filho do Secretário de Estado. Ou seja, há um conflito de interesses muito grande, que também está relacionado com a segunda guerra do Golfo.

As empresas de televisão estão muito interessadas no que está acontecendo lá hoje. Segundo muitos articulistas da mídia impressa norte-americana, esse conflito de interesses foi usado como moeda de troca pelo Governo norte-americano para que a cobertura não fosse a mais realista possível.

É lógico que não tenho como provar o que estou dizendo aqui; estou apenas reportando que os interesses da mídia norte-americana, nessa reunião de hoje – argumenta-se –, foram utilizados como moeda de troca, para que não houvesse uma cobertura mais independente do processo.

Com relação ao que foi dito sobre empresas privadas cuidando do negócio público, há muitos teóricos que dizem que é preciso ter um espaço público na mídia, seja estatal ou não. Existem outras formulações, mas não há impedimento para as empresas privadas, desde que haja regulamentação sobre a matéria, ou seja, não há contradição entre uma coisa e outra. O negócio continuará sendo muito lucrativo.

A regulamentação existe em vários países do mundo. Fico abismado, por exemplo, no Brasil, com a regulamentação relacionada com a criança. Em todos os países civilizados, a lei é muito forte em relação à regulamentação para a criança. Na Suécia, por exemplo, não pode haver propagandas no horário comercial, porque a sociedade sueca entende que não se deve estimular o consumismo entre as crianças. E as televisões têm que continuar apresentando programações infantis. Essa coisa de não poder exibir filme de nudez às oito horas da manhã, porque as crianças estão assistindo, mas passa a chamada do filme da meia-noite, isso não pode em lugar nenhum onde haja regulamentação da programação infantil. E são empresas privadas que estão funcionando, estão tendo lucro. Não vejo uma incongruência entre as duas coisas. É possível fazê-lo.

Há outra coisa que acredito que falta no Brasil. Já mencionei no começo da minha fala. Existem estudos mostrando que, nos lugares onde essa questão avançou muito fortemente, foram as cortes revisoras constitucionais – no caso dos Estados Unidos, a Suprema Corte; na Alemanha, o Supremo Tribunal Alemão – que interpretaram o sentido do enunciado liberdade de expressão. A Suprema Corte disse: “Liberdade de expressão, sim, mas obscenidade não pode” e ponto. Mas porque essa é uma interpretação jurídica. Dar aos políticos o poder de definir o que é liberdade de expressão – e creio que a sociedade norte-americana encontrou o melhor caminho –, pode ser temerário. A Justiça disse, falando sobre casos concretos, o que podia e o que não podia. Talvez isso falte no caso brasileiro.

Por fim, é lógico que eu poderia aprofundar cada uma dessas questões. A questão do direito à comunicação, é evidente que essa é a proposta habermasiana, e da teoria deliberativa da democracia. Ou seja, existe a informação, mas o eleitor não poderia ser só passivo. Há estudos interessantes que mostram que isso deveria ser efetivado enquanto direito. Não compartilho de algumas visões muito panfletárias contra a mídia, de que também o poder da mídia é de transformação total do eleitorado e da opinião pública. Por isso a questão importante é a agenda e a esfera pública, não cada eleitor.

Existem estudos nos Estados Unidos que mostram que as pessoas decidem seus assuntos públicos por atalhos, um dos quais é a socialização por meio da mídia, que é importante, mas há o grupo de amigos, a Igreja. Quer dizer, não é uma influência, não é que se diga que as pessoas pulem do prédio amanhã e elas pularão. Há estudos aqui no DF que mostram que as pessoas formam sua consciência muito direcionadas pela mídia, mas o estudo clássico de Carlos Eduardo Lins da Silva, em comunidades, mostra que não é direto, as pessoas têm suas opiniões. Mas a formação da agenda pública é muito parecida com a agenda que está na mídia.

Existem dezenas de estudos nos Estados Unidos que mostram que assuntos que são considerados importantes por especialistas, por organizações públicas e por organizações não-governamentais não estão na pauta da mídia e, portanto, não estão na pauta de discussões públicas. Isso não tem nada a ver com a formação da opinião pública direta, de cada indivíduo, mas com o que interessa à sociedade discutir ou não.

Um estudo recente sobre direitos humanos na Argentina mostra que lá há um problema sério. Como as organizações de direitos humanos são muito fortes e a relação com o regime militar existe até hoje, mostra que, como a mídia se aliou ao Governo Menem, no sentido de não discutir esse tema, é impressionante a quantidade de organizações de direitos humanos que estão discutindo – as Mães da Praça de Maio é uma das mais famosas –, mas o assunto não tem voz na mídia argentina. É uma questão de agenda pública. É um assunto de total interesse da sociedade, mas que não está sendo discutido publicamente. Isso é importante.

O efeito em cada pessoa – até porque os estudos de recepção, especialmente no Brasil, são muito poucos – é difícil de comprovar. Sabe-se qual é o conteúdo. Na eleição de 1989 editou-se o debate do Collor com o Lula. Para se concluir o que isso gerou no resultado da eleição seria necessário perguntar às pessoas, o que foi menos feito do que a análise de conteúdo da edição feita no dia seguinte.

Obrigado.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Renovo os agradecimentos ao Dr. Guilherme Canela de Souza Godoi.

CONGRESSO NACIONAL CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

5ª REUNIÃO DE 2003 (Continuação)
DIA 30 DE JUNHO DE 2003, SEGUNDA-FEIRA, ÀS 14H,
NA SALA Nº 6 DA ALA SENADOR NILO COELHO

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Declaro reaberta a segunda parte da 5ª reunião do Conselho de Comunicação.

O Dr. Fernando Bittencourt é membro titular do Conselho de Comunicação Social, Engenheiro Eletrônico graduado pela Faculdade Federal do Rio de Janeiro, Diretor da Central Globo de Engenharia, desde dezembro de 1991, Vice-Diretor de Tecnologia da SET – Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão e Telecomunicações, Coordenador do Grupo SET/Abert para implantação da televisão digital no Brasil, membro da SMPTE - Society of Motion Picture and Television Engineers, membro do IEEE - Institute of Electrical and Electronic Engineers, entre muitos outros títulos.

Com honra e satisfação, passo a palavra ao Conselheiro Fernando Bittencourt.

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – Obrigado, Sr. Presidente.

Colegas Conselheiros, a minha idéia é, nos próximos vinte minutos, no máximo meia hora, passar a vocês uma visão do cenário tecnológico que discutimos aqui seguidamente nas diversas mídias debatidas no Conselho. É importante que os Conselheiros tenham uma idéia da situação atual e futura dessa mídia que discutimos muito neste Conselho (***As transparências desta palestra estão disponíveis na versão eletrônica da Ata Circunstanciada da Reunião, no endereço www.senado.gov.br/ccs***).

Esta é a agenda da minha apresentação: darei uma visão geral de todas as mídias; tentarei inserir todas as mídias num único desenho; depois falarei sobre TV digital, assunto tão discutido hoje – inclusive faremos parte dessa discussão; depois falarei sobre a evolução das telecomunicações, tanto a cabeada quanto a sem fio, *wired* e *wireless* – termos mais ou menos usados tecnicamente –, que são as telecomunicações fixa e celular; depois falarei sobre o cinema, que tem algo a ver conosco, porque também está no caminho digital, e sobre a rádio digital.

O cenário atual das mídias. Minha intenção é colocar todas as mídias com as quais estamos envolvidos num único gráfico e falar de uma maneira conceitual a respeito delas.

No gráfico que está ao lado esquerdo da barra amarela, estou simbolizando o que gera conteúdo. Todas as produtoras independentes e emissoras

de televisão que produzem algum tipo de conteúdo estou simbolizando do lado esquerdo. A câmara e o microfone significam produção de conteúdos de áudio e vídeo; o computador significa produção de conteúdo que não é áudio e vídeo, conteúdo multimídia; e a caixa abaixo é um container cada vez mais presente, no qual se armazena toda a produção, gerando-a sob demanda, ou seja, não mais em tempo real, mas no tempo do consumidor.

Do lado direito desse gráfico, vou listar todas as mídias que distribuem esse conteúdo do lado esquerdo. A primeira mídia, evidentemente, é a mais importante: a mídia de TV aberta, mídia do ar. Há um código de cores: o que é amarelo é digital, o que é vermelho é analógico. Vocês verão que a única mídia ainda analógica é a TV aberta. Todas as outras mídias que vou listar daqui para baixo já são digitais.

A segunda mídia de distribuição é o satélite: o satélite DTH, o satélite Direct Home, que são a **Sky**, a **Direct TV**.

A terceira mídia de distribuição desse conteúdo é o cabo ou MMDS, que são duas mídias mais ou menos iguais. O MMDS é o cabo sem fio, mas ele não muda muito o conceito de distribuição.

A quarta mídia de distribuição de conteúdo é a rede fixa de telecomunicações, cabeada, que hoje já distribui até conteúdo de vídeo. Já é possível assistir vários programas na Internet hoje por vídeo. Então essa mídia, através da banda larga e da banda estreita, já distribui conteúdo para o consumidor.

A outra mídia é de telecomunicações sem fio: a telefonia celular, que também distribui muito conteúdo e tende a melhorar. Vou entrar em detalhes um pouco mais adiante.

Para terminar, listei outras formas de distribuição: cinema, DVD, fita. Ou seja, do lado direito, listo simbolicamente todas as formas de distribuição de conteúdo: televisão aberta, satélite, cabo – estes dois são televisão paga –, telecomunicações fixa, telecomunicações sem fio, cinema, DVD.

É importante chamar a atenção para o fato de que a televisão aberta distribui basicamente a programação em *real time* – ao vivo. Essas outras mídias, por exemplo, o cabo e a Telecom cabeada, pela Internet, já podem consumir as mídias armazenadas nesse container. Ou seja, já existe hoje tecnologia disponível para que os programas sejam consumidos de acordo com o desejo do telespectador, na hora em que ele quiser assistir o programa, a novela, o noticiário, o esporte, se o negócio permitir, evidentemente. Já existe tecnologia para, através da Internet, acessar esse container e escolher o programa que quiser na hora em que quiser.

A rede de telecomunicações cabeada começou a oferecer, no início do funcionamento da Internet, o que é chamado de banda estreita, ou seja, uma velocidade de transmissão muito lenta. Em termos tecnológicos, até cinco ou dez Kb (kilobites). Com a evolução da tecnologia, já é possível alcançar-se 200, 300, 400

Kb, o que significa capacidade para a transmissão de vídeos. Ou seja, a banda larga nada mais é do que banda estreita com mais capacidade, que pode chegar até a transmissão de vídeos, assim como o celular. Falarei com mais detalhes sobre essas duas mídias em seguida.

Esse diagrama tenta, de modo simbólico e conceitual, colocar do lado esquerdo o que é produção de conteúdo, seja produção ao vivo, seja produção armazenada e distribuída sob demanda. Como eu disse, por meio do cabo ou da Internet, será possível acessar programas quando desejar.

Hoje pela manhã, tivemos uma discussão sobre TV a cabo. Uma das propostas foi que cada vez mais as emissoras ofereçam o seu conteúdo fora dos horários normais em que vai ao ar. As programações de televisão aberta, por exemplo, seguem um horário muito rígido. Uma das propostas é que essa programação pudesse ser oferecida ao consumidor de TV a cabo e armazenada, para que ele pudesse utilizá-la na hora em que desejasse, e não na hora determinada pela emissora. Esse assunto tem um lado complexo, o do negócio, mas estou abordando basicamente o lado tecnológico.

Volto a um assunto que deixei de mencionar. Reparem que nesse gráfico toda a distribuição de satélite, cabo e telecom já é digital. O cabo não é digital, mas logo será. Todas essas mídias já são digitais. A única mídia que não é digital é a televisão aberta, pelo ar. Esse é o ponto que vou abordar agora: a televisão digital.

A TV digital é a transmissão da televisão aberta pelo ar digitalmente. As emissoras de televisão já produzem quase toda a programação digitalmente, mas pelo sistema analógico e PAL-M. O próximo passo será transmitir pelo ar, digitalmente, e sobre isso vou falar em seguida.

Vou listar uma série de características da TV digital. A primeira e mais importante característica é que a transmissão digital vai permitir perfeita qualidade de som e imagem. Hoje, produz-se digitalmente e transmite-se analogicamente, o que ocasiona um som de pior qualidade e imagens com chuviscos, fantasmas. Com a transmissão digital, quem dispuser de um receptor digital receberá a atual produção com a qualidade perfeita, igual à do estúdio. Mas essa é só a primeira parte.

O primeiro grande ganho da TV digital é poder transmitir em alta resolução: a televisão de alta definição. Cito duas áreas que ganharão muito com a transmissão de alta definição: o esporte e o cinema. A televisão de alta definição, primeiro, tem um formato diferente da televisão normal, mais aberto, com uma tela parecida com a do cinema, no formato 16x9 – a televisão atual tem o formato de 4x3.

O filme, na televisão de alta definição, passa a ser visto como no cinema, ou seja, exatamente como é produzido. Hoje, quando assistimos um filme na televisão, vemos as bordas cortadas, porque, como o formato é de 3x4, não há como mostrar toda a película.

No caso da televisão de alta definição, teremos em casa a possibilidade de assistir o filme como ele é no cinema não só no formato, como na resolução ou definição. A alta definição é equivalente à de cinema, não só a imagem como o som também. Então será um grande salto de qualidade que o espectador terá em casa com relação às películas, aos filmes.

O esporte também terá um ganho enorme. No enquadramento do jogo, como a definição da imagem é muito maior, a sua resolução é cinco vezes maior do que a da televisão convencional, a câmera pode ter um ângulo de abertura um pouco maior, e ainda assim se consegue ver o jogador, a bola, a cor da camisa. Em consequência haverá uma perspectiva do jogo diferente da que se tem hoje.

Então a televisão digital de alta definição vai permitir um grande ganho no envolvimento entre o espectador e o esporte que estiver sendo transmitido, especialmente futebol. Essa é uma outra característica que só é possível com a transmissão digital.

É importante dizer que a transmissão digital vai precisar de um canal de televisão adicional para cada emissora. Cada emissora que transmite hoje, analogicamente, vai receber um segundo canal para transmitir simultaneamente o analógico e o digital. Isso vai permanecer durante dez, quinze anos, até que a grande população esteja recebendo digitalmente e o analógico seja apagado. Então cada emissora vai conviver, durante dez ou quinze anos, com dois canais: um transmitindo analogicamente, outro digitalmente.

Só é possível transmitir alta definição no canal digital; no canal analógico, evidentemente, esse mesmo programa será transmitido analogicamente, com as deficiências que sabemos que tem.

A segunda característica da TV digital é poder transmitir mais de um programa. Esse é um aspecto interessante, porque hoje relacionamos sempre um canal de televisão a um programa. Com a TV digital, a emissora poderá transmitir mais de um programa, isso se não tiver transmitido em alta definição. Se ela transmitir em alta definição, ocupará o canal inteiro, então só transmitirá um programa. Se ela optar transmitir vários programas com uma qualidade um pouco pior, igual à atual, poderá chegar a três ou quatro programas simultâneos. Esta é uma característica da transmissão digital: colocar mais programas.

Aqui simbolizei um computador, porque a transmissão digital agrega um conteúdo adicional que hoje não temos, que é o conteúdo de texto ou de multimídia. É algo que não é som nem imagem, mas algo adicional. Então a transmissão digital não é só de som e imagem; pode transmitir outras coisas também, como dados, multimídia, etc.

Uma outra característica da TV digital é permitir a interatividade, ou seja, um relacionamento mais intenso do espectador com o programa que está sendo transmitido. Darei um exemplo de interatividade na transmissão de um jogo de futebol.

Vamos supor que estou assistindo a um jogo de futebol que está sendo transmitido digitalmente e que a emissora ofereça um recurso adicional. Por exemplo: estou vendo o jogo ao vivo. O jogo está em dois a zero. Digamos que eu queira ver os dois gols desse jogo. Clico nesse botão “gols” e assisto numa tela auxiliar os gols desse jogo que está ao vivo. Ou posso assistir, por exemplo, através de um clique no recurso como o tira-teima, a uma jogada que me interessa. Evidentemente, quem não desejar isso pode ver o jogo na tela cheia. Esse é um exemplo de interatividade.

Outro exemplo de interatividade pode ser o caso de uma novela – e este é só um exemplo ilustrativo; não quer dizer que será assim; tenho a sinopse daquele capítulo de novela que está no ar – vou voltar porque tenho uma coisa interessante para mostrar.

Tenho, por exemplo, os personagens da novela; se eu quiser saber mais sobre o autor, por exemplo, posso comprar o CD da novela. Clico no botão “compra”. Evidentemente, assim como posso comprar um CD, posso comprar algum brinco ou qualquer produto que a novela esteja oferecendo. Esse é só um exemplo didático, porque não acredito que as emissoras de televisão colocarão novela num canto direito da tela para tirar a atenção do espectador. Enfim, esse é um recurso para dar exemplo de que é possível a interatividade com a TV digital.

É evidente que, numa televisão aberta, o canal de retorno, a comunicação do espectador com a emissora será pelo telefone, num primeiro momento. Depois poderá ser por satélite, porque há necessidade de um canal de retorno do consumidor com quem está gerando o programa.

Uma outra característica da TV digital é poder transmitir televisão móvel, ou seja, permitir que o conteúdo transmitido seja recebido em veículos em movimento, o que hoje não é possível. Atualmente, é possível colocar um televisor num carro, assistir a dez minutos e perder meia hora, porque a imagem varia e se perde muito. Com a transmissão digital, será possível receber em qualquer elemento móvel, seja ônibus, táxi, carro, a emissora de televisão que está sendo transmitida. Para a emissora de televisão, é interessante, porque é um novo mercado que hoje não existe. Evidentemente, para o espectador também é bom, porque ele passa a ter notícia, poderá consumir programas de televisão em locais onde hoje isso não é possível. Sabidamente, perdem-se muitas horas no trânsito; e isso poderá ser aproveitado pelas emissoras de televisão, para que elas sejam vistas nessas horas em que hoje as pessoas estão sem consumir televisão.

A última característica é mais ou menos parecida com a anterior, mas é interessante chamar a atenção para ela, porque também a televisão poderá ser recebida em elementos portáteis. *Palmtops*, celulares que hoje já estão com displays coloridos poderão receber televisão aberta pelo ar com qualidade perfeita. Então essa será uma nova mídia. Todos esses *devices*, esses aparelhos pequenos, poderão consumir televisão aberta.

Essa é a lista do que é possível fazer com a televisão digital, ou seja, tudo isso pode ser feito simultaneamente ou não. Se alguém quiser transmitir programas em alta definição e múltiplos programas, isso será possível, desde que não seja simultaneamente. Ou seja, podem-se transmitir programas de alta definição em horário nobre e, durante o dia, transmitir múltiplos programas. É um modelo. Ou pode-se transmitir tudo em alta definição.

Evidentemente, na transmissão em alta definição, as emissoras terão que trocar os equipamentos. São novos equipamentos. Câmera, videoteipe, tudo é novo. A transmissão de alta definição exige uma substituição dos equipamentos dos estúdios. A transmissão de multiprogramas pode utilizar os equipamentos atuais.

Então essa é a lista do que é possível ser feito com a transmissão digital na televisão aberta.

Aqui, voltei a mostrar o gráfico já definindo lá em cima: a televisão aberta digital transmitida ou em alta definição ou em mobilidade ou para ser recebida em elementos portáteis ou até tudo isso simultaneamente.

Falarei um pouco sobre a parte de telecomunicações fixas. Há um histórico que é interessante comentar. Até os anos 90, por mais ou menos cem anos, na telecomunicação fixa só trafegou voz. No final dos anos 80, início dos anos 90, começou a Internet. Com a Internet, no início, passou a ser possível trafegar texto. Nessa época, a Internet era basicamente texto. Voz sempre foi o grande uso da telecomunicação cabeada. Atualmente, estamos num estágio em que já é possível não apenas a transmissão de voz, como, pela Internet, ter multimídia com imagens, ainda que de resolução baixa. Já temos vídeos na Internet. Já é possível, por meio da telecomunicação fixa, como foi dito aqui na última reunião, por um projeto da Brasil Telecom, transmitir vídeo pela linha telefônica. Esse vídeo não tem uma qualidade fantástica, mas já é um vídeo a que se pode assistir. Em dez anos, já evoluímos muito; da Internet apenas com texto para a Internet com multimídia, texto, imagem, vídeo de baixa resolução, havendo até um projeto como esse da Brasil Telecom, que funciona como se fosse uma televisão a cabo.

A previsão é de que essas redes de telecomunicação evoluirão não apenas no sentido de serem formadas de fibra ótica – ou seja, as empresas, cada vez mais, substituem seus cabos por fibra ótica, que tem capacidade infinitamente maior –, mas também a tecnologia de compressão permite que a qualidade do vídeo melhore cada vez mais. Então prevemos que, no futuro, até a alta definição poderá trafegar na rede de telecomunicação fixa.

É importante dizer que – hoje pela manhã discutimos isso aqui – essas redes de telecomunicação caminham bastante rapidamente para oferecer serviços, pelo menos em relação à tecnologia, iguais aos da TV a cabo. É evidente que aí há o aspecto de regulamentação, em cujo mérito não estou entrando. Essas empresas vão evoluir e, dentro de alguns anos, oferecerão vídeo com qualidade similar à da qualidade de TV a cabo.

Aqui temos desenhos mostrando o projeto da Brasil Telecom, que já vimos, em que a operadora oferece serviços por meio da rede fixa. Tem-se um *set top box* em casa e pode-se assistir à televisão. A única diferença é, como foi explicado hoje de manhã, quando se troca o canal. No caso da TV a cabo, existem todos os programas em casa simultaneamente. Nesse projeto, quando se troca de programa, o comando vai à central da empresa, onde o programa é trocado e reenviado para a casa do usuário. Assiste-se apenas a um programa de cada vez, mas, ainda assim, é possível assistir a vários programas. Não há nenhum problema, desde que a troca de programa seja feita na origem da operadora Telecom.

Telecomunicação sem fio é basicamente o celular. Aqui está um histórico do celular. No início dos anos 90, basicamente transmitia-se voz. Ainda era a Rede Telebrás. Em 1997, já entrou a digitalização, quando começaram a ser privatizadas as redes, as Telecoms, com voz e dados. Hoje, todos sabem que já é possível acessar Internet nos aparelhos atuais. Eles chamam essa versão que atualmente opera de “2,5G”. O “G” refere-se à geração. Houve a primeira, a segunda e virá a terceira geração. Como essa é uma intermediária, chamaram-na de “2,5G”.

Basicamente, é uma geração digital que já permite transmitir som, alguns jogos, acesso à Internet – com algumas limitações evidentemente, mas é possível –, inclusive com e-mail. Virá a terceira geração – essa, sim –, que oferecerá vídeo com qualidade. Ou seja, nos aparelhos de terceira geração será possível assistir à televisão via redes de telecomunicações, evidentemente com capacidade maior e com um acesso à Internet de mais qualidade.

Citei aqui as empresas que hoje operam essa tecnologia: a Oi, a TIM, a Telesp. No futuro, não sabemos exatamente. Citei a DoCoMo, porque no Japão essa tecnologia já existe e é operada por essa empresa japonesa. No Japão, já se pode assistir à televisão e vídeo em aparelhos celulares operados por essa empresa.

Damos aqui um exemplo bastante ilustrativo do que poderá ser um aparelho celular no futuro, que será capaz de receber os sinais da televisão aberta, digitalmente. O futebol, por exemplo, pode ser transmitido pela rede de televisão digital. Esse mesmo aparelho recebe ligação, consulta a Internet, consome. É um aparelho que opera com a rede Telecom. Temos aqui um exemplo típico: um jogo de futebol sendo visto pelo ar, pela rede de televisão. Se eu perdi os gols daquele jogo, demandando à rede Telecom, no momento em que eu queira, pagando por isso. Então existe aqui um casamento entre emissora aberta e rede Telecom, oferecendo o mesmo tipo de conteúdo. Evidentemente, um é de recepção livre e o outro é pago.

Esse é apenas um exemplo didático de que, no futuro, será possível, assistir na televisão aberta, livremente, por meio da rede Telecom – no caso, os gols. Posso demandar e assistir por essa telinha do celular.

O cinema, por mais de cem anos, foi e ainda é película. É produzido, distribuído e projetado em película. A película é uma mídia muito cara. O cinema, portanto, é uma mídia muito cara, porque não só a produção, mas a distribuição e a

projeção são muito caras. O que vai acontecer é que esse cinema vai caminhar para ser digital, eletrônico.

E aqui tenho um diagrama que simboliza como será o cinema do futuro. Aqui se pode ver a sala de cinema, o projetor, que pode rodar, por exemplo, um DVD com uma qualidade de alta definição. Esse programa, filme ou conteúdo está sendo projetado numa sala de cinema totalmente eletrônica, com o DVD e o projetor eletrônicos.

Além disso, posso também receber na mesma sala, por meio de satélite ou de fibra ótica, um conteúdo geral de algum lugar do mundo. Então Hollywood ou algum lugar do Brasil podem gerar um programa ou conteúdo, produzido com alta definição, com qualidade igual à de cinema, que pode ser recebido por meio de satélite, na sala de cinema.

Teoricamente, será possível fazer o lançamento de um filme simultaneamente no mundo inteiro, no mesmo horário, utilizando a tecnologia de satélite eletrônico. Nessa tecnologia, a película acabou. Não existe qualquer película nesse projeto, nesse gráfico. Da produção à exibição, tudo será eletrônico. É evidente que vai levar alguns anos, mas o processo já começou. Por exemplo: atualmente, muitos filmes são produzidos em alta definição. Não são distribuídos ainda em alta definição, porque sistema é caro. Quase não existem salas de cinema digital. Alguns filmes como, por exemplo, **Star Wars** – os próximos que serão exibidos – já serão produzidos totalmente de forma eletrônica, em alta definição. O filme, originalmente, é produzido em meio eletrônico; não é mais produzido em película. Este é o modelo para o qual o cinema vai caminhar: produção, projeção e distribuição eletrônica.

Há um lado interessante: a mídia de exibição não precisa ser necessariamente de alta definição. Se o projetor for eletrônico, posso projetar uma película de qualidade inferior. Aumenta, abre a perspectiva de produtoras de menor custo produzirem um conteúdo e o exibirem nas salas de cinema. Haverá um impacto social e econômico nessa tecnologia. Vai abrir para que produtoras de menor porte, de comunidades, tenham condições de mostrar suas produções em salas a um custo mais barato. Então o cinema digital tem um peso social e econômico bastante grande na mudança do cenário para o cinema.

É evidente que a questão está sendo discutida. Há uma briga política enorme. Hollywood está querendo manter uma padronização a mais fechada possível, para evitar o aumento, a universalização da produção. É uma questão que está sendo debatida em diversos níveis. Tudo tem que ser padronizado e codificado. Se cada um fizer o seu modelo, não funcionará.

Aqui há um sumário do que acabei de falar. Para as empresas atuais, produzir em alta definição e distribuir significa um custo 90% menor do que o atual. Para termos uma idéia, Hollywood gasta, em média, US\$1 bilhão para distribuir os filmes atuais. A tecnologia vai significar economia de US\$900 milhões por ano.

Sendo a sala de cinema digital, abre-se uma perspectiva não só para o cinema em si. Podem ser feitos programas e eventos ao vivo. É possível mostrar shows ao vivo. A sala torna-se uma mídia que não consome só coisas produzidas em outros lugares; será possível consumir coisas ao vivo. É mais uma mudança de perspectiva do conceito de uso da sala de cinema.

Para terminar, falarei a respeito do rádio, que também se encaminha para ser digital. Com o rádio digital – tentando resumir o máximo possível -, o rádio AM terá qualidade de FM. O rádio FM terá qualidade de CD. Então, com a transmissão de rádio digital, a rádio AM terá um saldo de qualidade fantástico. A grande vantagem é que o rádio digital não necessita de um canal adicional; pode ser transmitido no mesmo canal analógico. É uma grande vantagem, porque não se ocupa espectro adicional; é só uma mudança de tecnologia, uma questão de melhor ocupação do espectro que é alocado para cada empresa. O rádio terá um salto de qualidade. Eventualmente, poderá transmitir não só o som, mas dados também. Poderá ser interessante para as emissoras de rádio transmitir não somente som, música ou notícia, mas também algum tipo de dado que seja de recebimento útil ou alguma informação adicional sobre aquilo que está sendo transmitido no som, ou até alguma outra coisa que não seja som.

A rádio digital já começou nos Estados Unidos e também na Europa; é algo que vai impactar positivamente as empresas de rádio e também o seu consumo.

Basicamente é isso. Não sei se é o caso de discutirmos alguma coisa aqui ou deixarmos para o final.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Em nome do Conselho, agradeço essa exposição de altíssimo nível do Conselheiro Fernando Bittencourt. Abro o debate.

A SR^a BERENICE MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Parabenizo o Conselheiro Fernando por tão caprichada e bacana apresentação! É bom ver tudo junto; isso estimula a discussão.

Gostaria apenas de comentar um aspecto que você apresentou sobre o cinema, que me toca em particular, porque é minha origem.

O Governo anterior do Paraná restaurou quinze salas de cinema de uma forma muito caprichada, mas em cidades onde não há possibilidade de rentabilidade ou auto-sustentabilidade. Temos que resolver isso, porque aquela comunidade merece e precisa ter um centro de convivência e de fruição do audiovisual, já que a nossa sociedade é, cada vez mais, a sociedade do olho, da comunicação audiovisual. Então, juntamente com o Fórum Nacional de Democratização da Comunicação, o Ministério da Cultura e a **TV Educativa do Paraná**, encontramos uma solução que estamos implantando lá e que é a seguinte: a TV Educativa tinha o projeto de ocupar o *backbone* de fibras óticas da Copel, que é a Companhia de Energia Elétrica do Paraná, de modo a baixar os nossos custos

de satélite e rentabilizar ou otimizar o uso dessa rede de fibras óticas. Por outro lado, o Ministério da Cultura havia desistido do uso de transmissão, por meio da **TV Cultura e Arte**. Então se desativou uma série de receptores de *down links*, os quais pedimos para serem mandados para o Paraná. E o Fórum Nacional de Democratização tinha, conceitualmente, elaborado a proposta de criação de salas populares de exibição multimídia para que a população de baixa renda pudesse ter acesso. Juntamos tudo isso, transformando a **TV Educativa do Paraná** numa central de transmissão de programação que pode ter, em determinado momento, uma programação específica de entretenimento para essas quinze salas a que já estão sendo agregadas outras que estão interligadas via fibra ótica. E, em outros, poderão ser assistidas programações da Orquestra Sinfônica ou do balé Teatro Guairá ao vivo, interligados com a TV. E se quisermos, mais tarde, poderemos fazer uma negociação com as operadoras de TV a cabo para que também as pessoas possam assistir à Copa do Mundo, por exemplo, ou a qualquer outro conteúdo a baixíssimo custo, talvez até simbólico, R\$0,50 (cinquenta centavos), R\$1,00 (um real), como também ter acesso à programação educativa, videoconferências e tal.

Complementando, é por isso que me manifestei outro dia a respeito de como é interessante o projeto da Brasil Telecom, porque é mais uma forma de capilarizar. Aonde não se consegue chegar pela rede de fibras óticas, continua usando-se o satélite, daí os *down links* do Ministério da Cultura que estou colocando em cidades, assentamentos de sem-terra, onde moram oito, dez, quinze mil famílias hoje, em favelas, em núcleos, em aldeias de índios. Lá eles recebem pelo ar. É só um comentário de que realmente essa convergência está aí.

Obrigada.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Inicialmente, cumprimento o Sr. Fernando. De fato, foi muito bem feita a sua apresentação. Chamou-me a atenção, Sr. Fernando, quando o senhor falou nessa possibilidade – que já nem é remota porque existe no Japão – de o celular transmitir conteúdo.

Pela implantação da TV digital – e aqui falo como representante das TVs brasileiras – preocupam-me demais os limites legais.

Hoje de manhã, numa reunião muito interessante da nossa Comissão de TV a Cabo, falou-se sobre os limites legais que a Constituição impõe ao serviço de telecomunicações, a fim de que ele não invada o espaço da radiodifusão. Quanto à transmissão de conteúdo, no meu entendimento, há uma vedação constitucional importante.

Com o advento da TV digital, fico pensando na confusão que haverá quanto à cobrança de direitos autorais, porque estamos caminhando para as TVs globais. Quando falamos de concentração de mídia e propriedade cruzada, eu disse que considerava o discurso um pouco velho, pois entendo que a concentração não será mais de sócios nem de cotistas; a concentração que vem por aí – e dessa não

se tem como escapar – é tecnológica. Então todos os países ficarão indefesos contra a concentração tecnológica, que vem carregada de muito dinheiro.

A Conselheira Berenice Isabel Mendes Bezerra acabou de citar – e até comentei com o Conselheiro Paulo Machado de Carvalho Neto – algo que deve ocorrer também: a pirataria. S. S^a deu o exemplo de Copa do Mundo, o evento mais caro que existe hoje para as TVs abertas, o evento dos eventos, caríssimo. Com a TV digital, com a possibilidade de captar e retransmitir, penso que a pirataria também virá para ficar.

Por isso, Sr. Presidente, hoje, na reunião da manhã, ponderei que o Conselho deveria ter uma posição pró-ativa nesse sentido. O ilustre membro do Ministério das Comunicações, que esteve presente, entendeu quando eu disse que entendia que o Conselho deveria fazer gestões junto ao Ministério das Comunicações, que deveríamos instigá-lo a consultar a AGU para que, de forma definitiva, fosse dito se é ou não possível, ao serviço de telecomunicações, a transmissão de conteúdo, pois há a possibilidade técnica de um envolvimento, por exemplo, da Brasil Telecom com esse BrTurbo – que é uma tecnologia que veio para ficar, é fantástica – e com as operadoras de TV a cabo ou TV por satélite.

A Brasil Telecom nos disse que havia ociosidade nas suas malhas, que eles poderiam atender a 10 milhões de residências, e não atendiam. O pessoal da ABTA disse que também tem condições de transmissão, pois está com ociosidade.

Antes de finalizar minha fala, insisto em dizer que é preciso que, em algum momento, o Governo se atenha em tomar providências contra o desperdício absurdo que existe no País. Atualmente, há malhas telefônicas paralelas às da TV a cabo. Com a digitalização, a possibilidade de convergência é enorme, mas a de divergência também.

Não é segredo que as TVs abertas estão passando por dificuldades. Se houver uma concorrência do tipo anárquica, permitindo conteúdos de Hollywood e da Europa por meio da Internet e de equipamentos sofisticados, nossas televisões não poderão cumprir o que prescrevem os arts. 221 e 222. A transmissão será tão “barata” que, certamente, o que é de interesse do País, como a defesa da estrutura educacional, dos usos e costumes e da cultura, será superado por uma tecnologia que poderá sufocar os interesses dos empresários brasileiros.

Por essa razão, Sr. Presidente, peço a V. S^a que medite sobre o assunto e, no momento em que considerar oportuno, traga o tema a debate, tendo em vista sua importância.

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – Tenho conhecimento de que várias empresas pretendem reaver as antigas salas de cinema das pequenas e médias cidades para nelas fazer uma rede de distribuição, porque a projeção está chegando a um preço muito barato. Pode-se comprar um projetor um pouco melhor do que o dessa sala, mas muito parecido, e um computador normal. Com projetor e

computador, transmite-se pela Internet um conteúdo que fica armazenado durante uma semana ou alguns dias, seja programa educacional ou de entretenimento. É cada vez mais barato operar uma sala de cinema utilizando equipamento eletrônico. O custo decrescente torna viável possuir uma rede de cinemas, distribuir o conteúdo e cobrar preços bastante razoáveis, porque, como é barata a operação, pode-se cobrar um preço baixo. O assunto cinema realmente tem um impacto enorme e é muito interessante.

A pirataria digital é outro assunto que tem sido bastante estudado pelos órgãos que regulamentam a TV digital, o cabo digital, os aparelhos de consumo. Aliás, uma das razões que explicam a lentidão na evolução da TV digital é exatamente a pirataria. Estão discutindo aspectos e normas para evitá-la, mas evidentemente, por sistema digital, a cópia é perfeita. Pode-se piratear o conteúdo que se recebe de uma maneira muito fácil. Esse assunto está sendo estudado e acredito que será resolvido. Não se repetirá o que ocorreu no início da Internet. O detentor dos direitos do conteúdo será protegido; caso contrário, não haverá evolução. É evidente que ninguém vai querer distribuir de graça um conteúdo que teve custos para produzir. Então está sendo combatida e acredito que será eliminada. Se houver pirataria, será em nível muito mais baixo.

Sobre a questão do vídeo no celular, naquele gráfico que expus comparando todas as mídias, não falei que a única mídia que não é digital hoje é a TV aberta. Se ela ficar mais alguns anos somente como analógica, perderá o barco da mobilidade, ou seja, a rede de telecomunicações transmitirá móvel e a rede aberta não poderá transmitir; a TV aberta não terá a alta definição que haverá no cabo, no satélite.

A TV digital é absolutamente fundamental para manter a TV aberta competindo com as outras linhas todas. Diria que já estamos muito atrasados nisso, porque a discussão sobre a TV digital no Brasil ainda se encontra no início, e todas as outras mídias já são digitais, estão em processo de evolução rápido. Então a TV digital é uma forma de manter a TV aberta competitiva e oferecer, evidentemente, tecnologia grátis, como é o caso da TV aberta para toda a população. Eu diria que a TV digital tem que ser discutida com uma velocidade maior. Caso contrário, dentro de alguns anos a TV aberta será considerada mídia de segunda categoria.

Com relação ao rádio e à TV comunitária, a digitalização facilitará, porque o grande problema que vejo é o do espectro. Não existe espectro para colocar rádio e TV comunitária. Esses espectros são ocupados pelas televisões comerciais. E as brigas, as discussões com a Anatel seguidamente são devidas ao fato de que no espectro, que as emissoras de rádio e TV ocupam, não existe espaço para colocar outras emissoras. Com a TV digital, esse espaço surgirá, porque ela ocupará, no final da transição, menos espectro do que ocupa hoje. Então ela vai liberar mais espaço para outras aplicações, inclusive para o rádio e a TV comunitária. Nessa perspectiva, a digitalização vai facilitar a discussão sobre o rádio e TV comunitária, independentemente da questão de conteúdo, de legalização, etc. Isso seria outra discussão. No aspecto tecnológico, a TV digital facilitará a introdução da TV comunitária.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Agradeço a valiosa participação do Conselheiro Fernando Bittencourt. Convido a ter assento à mesa os Diretores Guilherme Canela de Souza Godoi e Venício Artur de Lima.

O SR. GUILHERME CANELA DE SOUZA GODOI – Boa-tarde a todos. É sempre um prazer revê-los. A pedidos, vou tentar fazer uma breve análise do que aconteceu na FCC e completar as transparências que faltavam, ao final **(As transparências desta palestra estão disponíveis na versão eletrônica da Ata Circunstanciada da Reunião, no endereço www.senado.gov.br/ccs)**.

Para além do brilhantismo da exposição do Conselheiro, eu queria muito aprender a fazer aquelas coisinhas se mexerem. Sempre tento, mas não consigo.

Apenas lembrando o porquê da regulação – não vou falar tudo isso novamente –, já falamos sobre algumas coisas que temos que ter em mente quando vamos tratar das possibilidades de regulação do setor de radiodifusão: se vamos considerar que a mídia é uma empresa de mercado como todas as outras, se estamos falando de cidadãos ou de consumidores, de que tipo de eficiência que estamos tratando.

Aqui temos os aspectos técnicos, sociais e políticos que levam à necessidade de regulação, determinação das frequências, limitação do espectro eletromagnético e, depois, as diferentes formas de poder.

Temos aqui o que acontece no cenário internacional. Esse slide foi apresentado no dia 2 de junho, quando aqui estávamos dizendo que os Estados Unidos viviam um momento de redefinição. O parâmetro, até então, eram as determinações do **Telecommunications Act**, de 1996, e eles tinham alguns importantes elementos para conter a propriedade cruzada. Algumas horas depois, a coisa se alterou um pouco, naquele mesmo dia.

Só para dar um panorama do que significou a decisão da comissão. Nos Estados Unidos, há um histórico de concentração. O que ocorreu na decisão da FCC? Eles contrataram uma série de consultores e utilizaram-se de alguns estudos para mostrar, econométrica e matematicamente, que não há concentração nos Estados Unidos, ao contrário. Um desses estudos, o qual inclusive foi independente, não foi contratado, de um pesquisador importante da Universidade de Columbia, Eli Noam, mostra, por uma série de gráficos, que, na verdade, por um índice de concentração que se convencionou internacionalmente usar para vários tipos de empresas, não existe concentração nos Estados Unidos nos diferentes setores, porque existe uma quantidade muito grande de empresas por setor, 12 mil empresas de rádio, por exemplo. Só que esqueceram de dizer que o grande foco de concentração se dá no conteúdo transmitido.

Em número de empresas e na junta comercial realmente não há concentração, quer dizer, há uma quantidade absurda de empresas e mesmo de canais de televisão.

É a mesma coisa que está sendo discutida esta semana nos jornais. Há hoje, entre legalizadas e não-legalizadas, mais de 12 mil rádios comunitárias. Se todas aceitarem a proposta de uma grande rede de televisão de transmitir a sua programação, teremos 12 mil rádios comunitárias, todas elas, transmitindo o mesmo conteúdo. É mais ou menos isto que está ocorrendo lá: não há concentração de empresas, mas muitas empresas pequenas, de diferentes donos, associadas a grandes cadeias que transmitem o mesmo conteúdo. Esse é o problema.

Mesmo assim, em alguns casos, como no de jornais, há forte concentração: em 1923, havia 500 nos Estados Unidos que tinham pelo menos dois jornais competindo. Em 1980, caiu para 50 e, na década de noventa, existiam 10 cidades com dois jornais competindo, o que é um absurdo. Em 1920, as cadeias de jornais controlavam 1,4% dos jornais; hoje controlam 80% dos jornais. É essa a diferença. Agora, o número de jornais continua sendo o mesmo. Aqui mesmo, há jornais de propriedades diferentes, mas quando se lê o conteúdo, o que é veiculado por agências é muito grande e o que fica para conteúdo local é pequeno.

As rádios também são um grande exemplo. Ainda hoje, há 12 mil emissoras de rádio nos Estados Unidos, mas as três maiores cadeias dominam 70% do mercado. Na TV aberta, as quatro grandes redes dominam 75% do mercado. Aquele número que está ali embaixo é para mostrar qual a expectativa do que ocorrerá se as decisões da FCC forem mantidas.

Em 1996, assim que o **Telecommunications Act** foi aprovado e aumentou a possibilidade de *share* do mercado de 25% para 35%, naquele mesmo ano, houve 185 aquisições de emissoras de televisão pelas redes. Assim que foi liberado de 25% para 35%, houve essas aquisições. Então a expectativa é de que a concentração se dê não daqui a dois, três anos, mas imediatamente, se mantida de 35% para 45%.

Esse foi um dos Conselheiros que votaram contra, o Michel Kops, que disse no seu voto que: “Vimos uma redução de 34% no número de donos de estações” – com as outras alterações que a FCC tinha feito. “Para o democrata, a concentração da propriedade de estações de rádio pela companhia **Clear Channel**, que controla mais de 1.200 emissoras e parcela significativa da audiência nacional, deve nos aterrorizar quando consideramos que o mesmo pode acontecer com a televisão e os jornais”.

Como foi a decisão? Todos os senhores estão sabendo, mas só para comentar, para deixar clara a liberação da aquisição de jornais em cidades médias e grandes. Na verdade, o que são aqueles números 179 e 210? Estima-se que, de 210 mercados, 179 estarão sujeitos à nova decisão da FCC, porque eles tentaram passar para a opinião pública que, na verdade, os pequenos mercados vão continuar protegidos, etc. Mas isso, estatisticamente, é insignificante, ou seja, a grande maioria, 180 mercados, estará sofrendo alterações a partir da nova decisão.

A audiência passou de 35% para 45%; na cidade onde houver seis TVs agora pode haver o controle sobre duas e onde houver mais TVs pode haver o controle sobre três.

A grande justificativa dos Conselheiros que votaram a favor da mudança é tecnológica, no sentido de que agora, com as novas tecnologias, poderemos ter uma maior democratização, etc.

Como foi apresentado aqui na última reunião, existem vários pensadores que estão mostrando que isso não é verdade, que está havendo uma concentração desses mesmos meios tecnológicos pelas mesmas empresas e cadeias.

As estimativas que saíram durante o processo são de que 90% de toda a produção de conteúdo, de áudio, etc., que os norte-americanos lêem e ouvem são produzidas por aquelas seis ou sete companhias. Quer dizer, se 90% do conteúdo são produzidos por essas, há uma nítida concentração da propriedade e do conteúdo que é gerado. Isso não quer dizer que 90% das emissoras, das empresas que publicam livros, etc., sejam de propriedade dessas empresas, mas sim que o conteúdo veiculado por essas diferentes empresas foi gerado por essas cadeias.

O que aconteceu, no final dessa semana, com a Comissão de Comércio do Senado Federal? Lá existe algo chamado Lei de Revisão. Então, na Comissão de Comércio do Senado, dois Senadores fizeram, em diferentes momentos, duas leis de revisão que dão um passo atrás na decisão da FCC. Só que essa lei ainda tem que ser aprovada no Plenário do Senado, na Comissão da Câmara e no Plenário da Câmara. A expectativa é de que haja uma série de dificuldades, especialmente na Comissão da Câmara, cujo Presidente é muito ligado ao Presidente da FCC. Pode ser que ele não dê andamento ao processo, etc., mas o que aconteceu foi que eles voltaram a audiência para 35%, mantiveram a proibição para TV e jornal, com um adicional que transfere aos Estados, às unidades da Federação, o poder de verificar se, naquela unidade, seria possível, sem prejuízo ao interesse público, que a decisão de TV e jornal fosse revertida. Contudo, eles mantêm nessa decisão a possibilidade de comprar mais emissoras de televisão na mesma localidade. Então é o que ainda se precisa fazer.

Outra coisa interessante que está acontecendo, que é o ponto final da apresentação, é que nos Estados Unidos os movimentos de consumidores são extremamente bem organizados e todos eles estão entrando com ações na Justiça contra a decisão da FCC. E é um problema que temos aqui para qualquer modelo regulatório, inclusive os que já existem para outras áreas: todas as agências têm conselhos consultivos que permitem assento de movimentos de consumidores, etc. Contudo esses movimentos daqui não apresentam essa força e essa capacidade de articulação que os movimentos de lá possuem. Então temos uma deficiência nesse sentido, porque lá eles apostam muito nos movimentos de consumidores, que realmente têm muita força.

Uma das teorias de agências reguladoras é de que as agências podem ser capturadas pelas empresas privadas. Nos Estados Unidos, mostrou-se que algumas

das agências, a ambiental, por exemplo, foi capturada pelos movimentos de consumidores, de tão forte que é a presença deles.

Uma coisa interessante, que está muito ligada ao que estávamos discutindo na última reunião, fundamental nesse processo, é que a mídia não discute a própria mídia, e a veiculação da discussão e do debate público depende disso. Uma pesquisa que foi feita no dia seguinte à decisão mostrou que 72% dos americanos não tinham a menor idéia do que aconteceu no dia 2. Eles nem sequer sabiam que haveria uma reunião para discutir essa mudança tão importante para a sociedade norte-americana. Essa pesquisa demonstrou que nenhum canal de televisão interessado na decisão discutiu o assunto nos seus principais telejornais.

O artigo que Ted Turner publicou no **The Washington Post**, se não me engano, diz o seguinte: “A crescente concentração do controle de empresas que produzem e distribuem informação limitará o debate público, inibirá novas idéias e fechará as pequenas empresas de comunicação”. Esse parece ser o grande imbróglio da decisão. As pequenas empresas tendem a sumir, assim como ocorreu um processo semelhante nas outras mudanças, desde a modificação do **Telecommunications Act**.

Outro autor diz algo interessantíssimo: o problema, inclusive do ponto de vista da lei de concorrência, é que há um mercado em que os seus fornecedores de conteúdo também são competidores no momento da distribuição, o que é extremamente desleal. Uma pequena emissora de TV que quer inovar deve necessariamente comprar o conteúdo de uma das seis grandes e concorrer com essas empresas no mesmo mercado. Evidentemente, quando se pensa somente em estrutura de mercado, há preços abusivos na hora de vender o conteúdo, além de muitas dificuldades. Por exemplo: as empresas seguram a programação exclusiva e, com isso, afogam a capacidade das pequenas emissoras de sobreviverem.

Na União Européia, outro exemplo, há princípios concorrenciais mais fortes, inclusive específicos para a área de radiodifusão. Como discutimos na última projeção, eles acabaram aprovando várias fusões, porque havia um medo da Comissão Européia de que houvesse problema de emprego, pois as empresas que estavam fazendo a fusão ameaçavam deixar os mercados europeus caso a fusão não fosse aprovada. Então havia a pressão dos próprios sindicatos de jornalistas, de produtores, etc., para que as fusões fossem aprovadas, porque eles tinham medo de ficar sem emprego com as ameaças desses grandes conglomerados que estavam fazendo as fusões.

Há, ainda, a questão da América Latina. Esses três exemplos serviram para chegarmos à discussão da regulação. Os cenários têm características muito diferentes. É preciso tomar muito cuidado quando formos “copiar” modelos de regulação e de legislação em diferentes áreas. As características da América Latina e do sul da Europa para o mercado de radiodifusão são bastante diferentes daquelas existentes nos países do norte da Europa, por exemplo, que já dispõem de uma série de outras legislações e de problemas diferentes a serem enfrentados

neste momento. Portanto é necessário ter cautela com a caracterização dos cenários.

Essa constatação - que aparece neste slide - está numa tese de mestrado orientada pelo Professor Venício, aqui presente, que faz uma análise das concessões de rádio na época de Getúlio Vargas. Desde aquela época, esse tipo de concessão, de regulação, já era um instrumento de poder econômico e político.

Abordei esse assunto por duas razões: primeiramente, para constatar que o caso brasileiro tem esse histórico e, além disso, porque há uma impressão, em boa parte da literatura que discute o assunto, de que, nos Estados Unidos, esses acontecimentos sempre foram tratados de maneira técnica.

Há um estudo muito interessante da lei que inicialmente regulou a rádio de um cidadão chamado Robert McChesney, que mostra que toda a configuração da lei, naquele momento, também foi baseada em critérios políticos, em barganhas, etc., para desmistificar essa idéia de que, nos Estados Unidos, esse assunto sempre foi tratado de maneira técnica, sempre voltado apenas ao interesse público.

Como o tempo está se esgotando, farei rapidamente um importante histórico.

A regulação inicia-se com o Governo Vargas. O fio condutor, aquilo que se assemelha a tudo, é que a regulação brasileira sempre vem *a posteriori* do fato concreto, ou seja, inaugura-se o rádio e, depois de um tempo, faz-se a legislação. Nesse caso, há uma série de empresas que já têm direito consolidado e que já estão no mercado. Posteriormente, inaugura-se a TV e, depois de 12 anos, elabora-se a legislação com uma série de regras que já estavam consolidadas.

Assim ocorre também com a TV a cabo, a TV via satélite, etc. Espero que isso não ocorra com a TV digital, que já possui uma série de situações consolidadas. Nesse caso, será preciso adaptar a legislação às situações já consolidadas e não o contrário: regular antes para que tudo ocorra de acordo com o interesse da sociedade, que é o desejável.

Porém, o fato mais interessante de todos esses processos, talvez um dos mais interessantes, é que quando do Código de 1962, o de Telecomunicações... A análise feita sobre o processo legislativo de aprovação daquele Código mostra que, desde então, havia uma correlação de forças muito grande entre os proprietários de empresas de radiodifusão e o Congresso Nacional. O Presidente João Goulart vetou 55 – se não me falha a memória – artigos daquele Código. Todos os vetos foram derrubados pelo Congresso Nacional, e o projeto ficou exatamente como a associação do setor havia sugerido que fosse feito.

Então, desde aquele momento, havia uma correlação de forças políticas muito interessante. A Constituição de 1988 muda o quadro com proposituras de instituições como este Conselho, com a necessidade de as outorgas passarem por

este Congresso, etc. Depois, em 1995, há uma outra grande mudança, que é a Lei do Cabo, aprovada no primeiro dia do ano.

A Emenda Constitucional nº 8 é uma grande mudança legal, porque retira as telecomunicações do Código de 1962 para aprovar toda uma legislação específica sobre telecomunicações, e deixa a radiodifusão em banho-maria, em que está até hoje, sem que se consiga aprovar nada.

Então o Governo sabia que seria muito difícil reformular as duas coisas ao mesmo tempo, como foi feito em vários países. Uma mesma legislação nos Estados Unidos trata das duas questões, mas aqui se separou, exatamente porque havia o interesse de privatizar o Sistema Telebrás, de reformular a estrutura de telecomunicações, e se sabia que não se conseguiria fazer isso com a rapidez desejada ou, talvez, nem se conseguiria amarrar isso à reformulação da comunicação de massa.

Depois, em 1996, houve o decreto do Ministro Sérgio Motta, que, de certa maneira, moraliza boa parte da discussão e determina licitação, em vez de ser uma decisão exclusiva do Ministro, ainda que dois pontos tenham ficado de fora da discussão: o primeiro se refere ao fato de haver uma discussão teórica sobre se esse tipo de regulação tem de ficar apenas do ponto de vista econômico.

Muitos defendem que isso ocorre com o decreto do Ministro Sérgio Motta, ou seja, que o critério passa a ser o de quem pode pagar mais pela concessão.

Outro ponto é de que uma série de televisões comunitárias – na verdade, as dadas para universidades, ou seja, as retransmissoras – ficaram fora do decreto. Foi por meio desse gargalo, segundo se comenta, que se negociou a emenda da reeleição. Ou seja, essas retransmissoras não passavam pelo crivo e por toda a questão da licitação conforme regula o decreto da gestão Motta.

Por fim, em 1998, houve a última grande mudança, que foi a Lei da Radiodifusão Comunitária, que traz um novo elemento para o setor.

Já forneci os dados referentes ao coronelismo eletrônico e às relações com o Congresso.

Daquela transparência que já discutimos, surge a pergunta: “Dá para mudar com este Congresso?” Essa é uma pergunta efetiva e pragmática que tem de ser discutida. Ou seja, é possível fazer uma mudança na legislação para que este Congresso, cuja configuração de radiodifusores foi veiculada pelos jornais recentemente, aprove? Se não for, talvez o caso seja buscar caminhos que não passem por legislação, ou seja, estimular uma atuação mais efetiva da sociedade.

Existem regulamentações no Congresso que não passam por legislação, que é a mudança na forma como se renovam as concessões etc. Essa é uma questão que precisa ser respondida para saber se é factível propor uma nova legislação para este Congresso.

No Congresso, existem vários projetos, inclusive muito bons, que tratam do controle de propriedade cruzada, de conteúdo, de rádios comunitárias e de novas complementações. Então não há necessidade de se reinventar a roda. Existem Parlamentares que já estão pensando sobre isso há algum tempo, mas, infelizmente, todos os projetos estão parados há vários anos.

Há as questões políticas e a qualidade. Existem, basicamente, duas questões que podem ser separadas em dois grandes grupos: uma é a regulação do conteúdo. Existem diversas questões que precisam ser ditas, como, por exemplo, a que se refere à regulação de programação para crianças, sobre o que há discussões no mundo inteiro, como leis específicas. E existe a regulação da propriedade, que é outra questão espinhosa, como, por exemplo, a que se refere à limitação da propriedade cruzada, limitação de audiência, limitação de mercados, etc.

A outra questão importante em qualquer uma dessas duas é quem vai controlar o processo. São três atores principais: ou se mantém no Estado na administração pública direta no Ministério ou, no caso brasileiro, deixa como está, porque, no final, quem dá a última palavra é o Congresso Nacional, que até hoje aprovou todas as renovações que lhe chegaram, ou então se transfere isso para uma autarquia independente, como é o modelo das agências, para outras áreas no Brasil e para casos de radiodifusão em outros países, como Alemanha, Inglaterra, nos Estados Unidos. Então essas seriam as possibilidades regulatórias.

Por fim, um fato que aconteceu nos Estados Unidos e Alemanha foi que o Judiciário palpitou muito sobre essas questões, ou seja, o Congresso Nacional não tinha poder político para dizer que certas coisas não eram liberdade de expressão - nem era a intenção fazer aquilo. Então foi o Judiciário que disse: "Tal coisa não é liberdade de expressão", e ponto final.

E o Judiciário brasileiro tem abdicado de interpretar a Constituição nesse sentido, então esse debate tem que ir também para o Poder Judiciário, para se saber como se pensa ali.

Com isso, concluo.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Passarei a palavra agora ao Dr. Venício Artur de Lima, para tratar da concentração da propriedade nos meios de comunicação social.

O Dr. Venício Artur de Lima é sociólogo, jornalista e publicitário, mestre, doutor e pós-doutor pela Universidade de Illinois, Estados Unidos. É também pós-doutor pelas Universidades de Miami e Ohio; Professor titular de Ciência Política e Comunicação aposentado da Universidade de Brasília, fundador e primeiro coordenador do Núcleo de Estudo sobre Mídia e Política da UnB, Assessor do Senado Federal, de 1981 a 1989, e da Subcomissão de Comunicação da Constituinte em 1987 e 1988. Foi professor convidado da Escola de Políticas Públicas da Universidade Federal do Rio de Janeiro, da Paraíba, da Bahia, de

Brasília e de Caxias do Sul, no Brasil, e das Universidades de Illinois, Miami, Ohio e Havana no exterior. Em 2001, foi considerado um dos maiores estudiosos dos meios de comunicação do Brasil pela **Folha de S.Paulo**. Consultor do PNUD, no Itamaraty, ocupou, até janeiro deste ano, as funções de Coordenador de Pós-Graduação da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul. Autor de dezenas de artigos sobre mídia, política e cultura e, dentre outros, do livro **Mídia: Teoria e Política**, Editora Fundação Perseu Abramo.

Concedo a palavra ao Dr. Venício Artur de Lima.

O SR. VENÍCIO ARTUR DE LIMA – Agradeço o convite que acredito ter sido de iniciativa do Conselheiro Alberto Dines, depois de todo o Conselho. Preparei um pequeno texto que, acredito, foi distribuído a todos. Tendo em vista as polêmicas que em geral esse tipo de tema provoca, achei melhor fazer um texto mais documentado.

Queria também dizer antecipadamente que todos os dados que constam do texto são informações publicamente disponíveis. Podem ser contestadas, naturalmente, mas são publicadas ou, às vezes, divulgadas pelos próprios meios de comunicação ou por empresas e agências que fazem pesquisa nessa área.

Além disso, no final do texto específico, com detalhe de página, de ano e de referência de publicação, todas as fontes que utilizei para articular o argumento desenvolvido no texto.

Por sugestão do Presidente e considerando que o texto ficará com o Conselho, abreviarei a minha exposição, destacando apenas os pontos principais. Estou à disposição para discutir, dentro do que conseguir, a argumentação desenvolvida no texto.

O primeiro ponto que julgo necessário dizer é que a concentração da propriedade nas comunicações não é somente brasileira. A exposição do Professor Guilherme Canela, tanto hoje quanto na última reunião do Conselho, tratou da questão, mas essa tem sido uma preocupação dos estudiosos do setor há algum tempo.

Essa concentração foi acelerada nos últimos anos. Existem exemplos evidentes e muito claros do que vem acontecendo no setor em âmbito internacional. No texto, cito o exemplo da fusão que se transformou no maior grupo de comunicação existente no mundo, da **AOL** com o Grupo **Time Warner**, cujo valor de mercado é estimado em trezentos e cinquenta bilhões de dólares, que significa a metade do PIB brasileiro. Isso é fantástico.

Um exemplo de tipo de ação que um grupo desses é capaz de fazer, e que tem feito, é o lançamento do filme Harry Potter no final de 2001 – o quinto livro está sendo lançado agora. Foi uma operação mercadológica sem precedentes no planeta. Considero muito significativa a frase do Richard Parsons, segundo executivo do grupo, que afirmou, à época, que ninguém seria capaz de ir a algum lugar do planeta sem ouvir falar em Harry Potter. Parece que ele tinha razão, pois foi

um bombardeio terrível. É claro que um grupo capaz de fazer isso com Harry Potter pode fazê-lo com qualquer outra coisa.

No caso brasileiro, forneço dados, que estão disponíveis, relativos à concentração industrial no Brasil na área de comunicações, tomada em seu sentido mais amplo, fruto da convergência tecnológica, que é a revolução digital mencionada na exposição anterior. Os dados disponíveis indicam que no Brasil as indústrias de chocolate, de bebida, de pasta de dente, ao lado da área de comunicação, são as de maior concentração. Além de não ser um problema somente brasileiro, não é só da área de comunicações.

Os dados disponíveis para o primeiro trimestre de 2003 mostram que no Brasil continua acontecendo um fenômeno nas aquisições e fusões que em outras partes do mundo já não acontece, tanto é que houve um crescimento de 35% no primeiro trimestre deste ano em relação ao primeiro trimestre do ano passado e, novamente, há quatro setores dessa ampla categoria de comunicações que estão entre os que mais cresceram.

No caso específico, e creio que é o que nos interessa mais diretamente na área de comunicação social, o Brasil é conhecido como um País em que o setor foi historicamente concentrado – não sou eu que digo isso; é fato reconhecido em estudos comparados sobre sistemas de comunicação, sobretudo de radiodifusão, certamente disponíveis na Biblioteca do Senado Federal.

Existem ainda alguns fatores que agravam essa característica histórica. Cito três. Não sou advogado, mas certamente não há cumprimento total da norma legal – o Decreto nº 236/67, que alterou o Código Brasileiro de Telecomunicações – limita a participação societária do mesmo grupo em empresas de radiodifusão. Atualmente, no Brasil, o limite é cinco concessões de VHF em nível nacional e duas de UHF em nível regional. Basta consultar os dados disponíveis e observar que há vários grupos que controlam direta ou indiretamente mais de cinco emissoras em VHF e mais de duas em UHF. Existe também uma prática, aqui e acolá denunciada na imprensa, a respeito da venda de concessões antes do prazo legal para que isso ocorra.

Outro fato em que não há controle diz respeito a normas para afiliação de emissoras e a formação de redes na radiodifusão.

O resultado da situação é que, mesmo antes do processo de concentração se acelerar no mundo todo, o que aconteceu nos últimos vinte, vinte e cinco anos, a partir da década de 80, o Brasil já possuía a característica de um mercado concentrado na área de comunicações, sobretudo na área de radiodifusão. Em 2000, houve o chamado “estouro da bolha” das “ponto com” e retração nas Bolsas de Valores, quando várias empresas faliram e/ou desapareceram. A partir daí houve a consolidação de uns poucos megagrupos. Não houve uma reversão de tendências, mas uma concentração ainda maior de alguns grupos.

Vou exemplificar essa concentração em quatro níveis diferentes: o primeiro, que na literatura recebe o nome de “concentração horizontal” – já foi dito isso aqui –, trata da oligopolização e monopolização que se produz dentro de uma mesma área do setor. No Brasil, o melhor setor para exemplificar o fato é o de TV paga. Se o Conselho de Administração de Defesa Econômica aprovar a compra pela **News Corporation** da **Direct TV**, um único grupo vai controlar no Brasil 95% da TV por satélite. A aprovação da compra é inclusive objeto de consideração também nos Estados Unidos – há um quadro na página quatro do meu texto sobre o assunto. As afiliadas da **Net Sky** já contam com 61% do mercado, **TVA** e associadas, 16%, **Direct TV**, 13%, e as independentes, 10%. É um exemplo de concentração horizontal na área.

No caso da televisão aberta, apesar de importantes modificações que ocorrem no setor nos últimos anos, já não há mais a hegemonia tão acentuada de um grupo, como houve até recentemente no Brasil. A própria televisão aberta é um caso interessante, porque é um exemplo de concentração horizontal, na medida em que abocanha a maior parte do investimento publicitário. Os dados disponíveis mais recentes que encontrei revelam que, em 2002, 58,7% das verbas de publicidade foram para a televisão aberta. Em 2001, 78% desses gastos foram para a **TV Globo** e suas associadas. Pode ser que o dado esteja errado, mas a fonte dele está aí. A posição de oligopólio da **Globo** na televisão aberta compõe a própria história da televisão no País, a partir da década de 70, depois do desaparecimento dos **Diários Associados**, que ocorreu no final da década de 70 e princípio da década de 80, e constitui exemplo clássico de concentração horizontal.

Fiz um quadro, usando fontes diferentes, mas de qualquer maneira, independente do critério que se use: número total de emissoras, próprias, associadas e afiliadas, cobertura geográfica, participação na audiência nacional de TV e audiência em horário nobre, alocação de recursos publicitários, a hegemonia da **Globo** permanece, apesar de não ser, como já disse, total como no passado.

Depois que havia feito esse quadro aqui, vi nos jornais uma notícia divulgada pela própria **Globo** do orçamento, se não me engano, de 2002 – tenho recorte do jornal aqui, posso verificar depois –, e o dado com relação ao *share* de audiência nacional, que aí está, de 49%. A **Globo** reivindicava, se não me engano, 55% para o ano passado, 2002. O dado que tenho no texto é do Grupo de Mídia que se refere a 2001.

Então, aparentemente, pelos dados mais recentes, não há nenhum desses critérios em que a **Globo** tenha menos de 50%. Com relação a emissoras próprias e associadas, segundo dado que tenho, a **Globo** empata com o SBT.

No caso da concentração vertical, que trata da integração das diferentes etapas da cadeia de produção e distribuição, por exemplo, um único grupo controla desde os vários aspectos da produção de programas de televisão até a sua veiculação, comercialização e distribuição. Há várias evidências de que a concentração vertical, no caso da televisão brasileira, é uma prática consolidada.

Um documento que foi encaminhado há algumas semanas, do Ministério da Cultura para a Casa Civil, defendendo a manutenção de uma agência de cinema, aponta exatamente essa questão da ausência de uma separação entre atividade produtora e atividade exibidora das concessionárias de televisão como responsáveis pelo incrível fato de que mais de 90% do conteúdo das televisões ser produzido internamente.

Nessa mesma nota a que me referi, que a **Globo** noticiou quando divulgou o orçamento, a própria **Globo** reivindica e divulga que cria 70% da sua produção, do que ela coloca no ar, sendo que, no horário nobre, esse número aumenta para 100%. Em alguns países, isso não é possível, porque significa claramente um impedimento para que a produção independente exista, fazendo essa separação, que é fundamental, entre produção e distribuição.

Existem outros exemplos desse fato. Há uma manifestação da Diretora-Geral da **Globo**, Marluce Dias da Silva, com relação ao Big Brother, que é uma atividade de sinergia muito semelhante à atividade do Harry Potter, e principalmente mostra que a concentração horizontal é um fato.

Com relação à propriedade cruzada, um dos temas fundamentais da discussão que a decisão da FCC está provocando nos Estados Unidos é da propriedade pelo mesmo grupo de diferentes tipos de mídia. Por exemplo: TV aberta, TV por assinatura, rádio, revistas, jornais e, mais recentemente, telefonia fixa, celular, móvel, provedor de Internet, transmissão de dados e etc.

Alguns dos principais conglomerados de comunicação do Brasil se consolidaram, como se sabe, por meio da propriedade cruzada na radiodifusão e na mídia impressa. Mas destaquei um exemplo particular que me chamou a atenção nos últimos anos, porque morei minha vida inteira praticamente aqui em Brasília e me mudei para Porto Alegre há três anos. Então tomei contato com a realidade do Grupo **RBS** e o citei como exemplo de propriedade cruzada. E os dados que tenho sobre a **RBS** são fornecidos ou pelo **Zero Hora**, que é o principal jornal do grupo, ou por um livro publicado pelo grupo, comemorando seus 45 anos. Então são dados oficiais, fornecidos pelo próprio grupo.

Atuando em apenas dois mercados regionais, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, a **RBS** reúne 06 jornais, 24 emissoras de rádio AM e FM, 21 canais de televisão, um portal de Internet, uma empresa de marketing, um projeto na área rural, além de ser sócia da operadora de TV a cabo **NET**. Ademais, a **RBS** foi um dos grupos contemplados com a vasta liberação de retransmissores de TV que ocorreu nos últimos dias do Governo Fernando Henrique; ela recebeu 14 novos retransmissores.

Posso citar como exemplo a situação específica do mercado de Porto Alegre, a cidade onde moro. Os dois principais jornais, o **Zero Hora** e o **Diário Gaúcho**, são da **RBS**, o principal canal de TV aberta é da **RBS**, afiliada à **Rede Globo**, o principal canal em UHF, a **TV Com**, canal 36, é da **RBS**, o **Canal Rural**, transmitido pela **NET**, é da **RBS**, algumas das principais emissoras de rádio – e

estou dando dois exemplos de cada – a **AM Gaúcha** e a **Farroupilha** são da **RBS**; na FM, a **Atlântida** e **102 FM** são da **RBS**.

Há a TV aberta, a TV fechada, os jornais, as emissoras de rádio AM e FM, tudo no mesmo mercado. Mas não é só isso. O Grupo **RBS** tem uma característica que eu desconhecia existir no Brasil, embora seja mineiro e tenha morado em Brasília: o grupo possui uma equipe de profissionais multimídia – e cito alguns nomes –, cujos comentários e opiniões aparecem simultaneamente nos jornais, nas TVs e emissoras de rádio, tornando praticamente impossível a um morador da Região Metropolitana de Porto Alegre não ver, ouvir, ler diariamente a opinião de pelo menos um deles. Isso, para quem não é de lá e se muda para lá, como é o meu caso, é avassalador! Acredito que não há exemplo, no Brasil, mais acabado do que seja a propriedade cruzada na mídia.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - O Presidente do Conselho de Administração do Grupo **RBS** é também Vice-Presidente desse Conselho.

O SR. VENÍCIO ARTUR DE LIMA – Eu sei. Representando a sociedade civil.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Sim. (Risos.) Mas devo dizer que ele se tem comportado aqui com evidente espírito público, sem permitir que seus interesses pessoais interfiram. Quero fazer justiça ao Dr. Jayme, que nunca manifestou opinião aqui dentro que não fosse conduzida pelo mais evidente espírito público.

O SR. VENÍCIO ARTUR DE LIMA – Mas o fato é que, a menos que se defina propriedade cruzada de outra forma, não há como fugir da evidência de que o Grupo **RBS** tem propriedade cruzada em dois Estados do País: Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

O outro tipo de concentração, que foi chamado no Brasil de monopólio em cruz, é a propriedade cruzada reproduzida regional ou localmente. Um estudo realizado no final da década de 90 constatou que isso ocorria em 18 dos 26 Estados brasileiros e mais o Distrito Federal. Um estudo realizado mais recentemente por um grupo presidido pelo Daniel Herz, membro deste Conselho, que, infelizmente, não está presente hoje, mostrou que o grupo **Globo** tinha essa propriedade cruzada em 13 dos principais mercados brasileiros.

Quando elaborei esse texto, eu o fiz por um recurso de redação, com o mote da discussão que estava ocorrendo, levantada novamente por causa da decisão da FCC, que já está sendo questionada, como foi mencionado aqui, no Senado americano, e também pelas declarações que o Ministro das Comunicações fez, recentemente, na Comissão de Comunicação da Câmara.

Em uma seção pequena, faço menção ao fato de que as questões que estão sendo levantadas agora nos Estados Unidos com relação à propriedade

cruzada e às suas conseqüências se referem a uma situação que é histórica no Brasil. Se essas regras que estão sendo modificadas lá fossem aplicadas no Brasil, mesmo com as modificações, teríamos mudanças importantes ocorrendo aqui.

Para finalizar, a questão que fica no ar é: onde fica a democracia com tudo isso? Como se sabe, dois princípios fundamentais da democracia liberal são a pluralidade e a diversidade nas comunicações. A pluralidade significa garantia de competição ou ausência de oligopólios e monopólios, além de provisões legais que proíbam o mesmo proprietário de controlar no mesmo mercado meios de comunicação distintos, por exemplo: jornal, televisão ou rádio. Em outras palavras, leis que não permitam a propriedade cruzada – isso é pluralidade.

Diversidade, por outro lado, significa presença na mídia de conteúdo que expresse as muitas opiniões que existem na sociedade. Deve haver, portanto, provisões legais que garantam a diversidade de fontes produtoras de informações e de entretenimento. Essa diversidade não pode ser confundida apenas com a segmentação de mercado ou com diferença de conteúdos, que, certamente, atende às necessidades dos anunciantes e não interfere na representação pública de interesses em conflito. É preciso destacar isso, porque, muitas vezes, quando se fala em diversidade, aparece alguém que diz ter mais de 100 canais.

Há um estudo clássico, feito nos Estados Unidos há muitos anos, citado num texto pouco conhecido, mas muito interessante, do Presidente deste Conselho, que fala da idade da *missing information*. Um analista gravou toda a programação de mais de 500 canais de uma região dos Estados Unidos – se não me engano, a Pensilvânia – e mostrou, em uma análise detalhada que depois foi publicada em livro, que havia mais de 500 canais, mas a diversidade de conteúdo não estava presente lá. Então não é o número de canais que garante a diversidade de conteúdo. É preciso que isso fique claro.

Na verdade, os princípios da pluralidade e da diversidade são a transposição para a esfera da comunicação dos fundamentos liberais da economia de mercado, isto é, a garantia da livre concorrência.

Cito um autor clássico, um cientista político italiano radicado nos Estados Unidos que é muito citado como um cientista político importante, mas é claramente identificado com a perspectiva liberal. Ele diz que uma opinião pública livre deriva de uma estrutura policêntrica dos meios de comunicação e de sua interação competitiva e é sustentada por elas. Em síntese, a autonomia da opinião pública pressupõe condições semelhantes às condições de mercado. Nas comunicações, poucos proprietários além de significarem menos concorrência, também significam menos diversidade de conteúdo ou a possibilidade de restrições explícitas ou implícitas, diretas ou indiretas, à livre manifestação do pensamento.

No limite, os antigos regimes autoritários comunistas, nos quais o Estado era o único proprietário de mídia, sempre foram – e o próprio Sartori usa isso – o exemplo preferido pelos defensores do liberalismo para mostrar os malefícios da ausência da competição, da pluralidade, da diversidade e, portanto, da democracia.

Numa sociedade com pluralidade, propriedade e diversidade de conteúdo na mídia, estariam asseguradas as condições indispensáveis para constituir uma opinião pública livre e autônoma por meio do debate de idéias. Fica claro, portanto, que concentração da propriedade nas comunicações coloca em risco os próprios fundamentos da democracia liberal representativa.

Muito obrigado.

Segue, na íntegra, a exposição feita pelo Dr. Venício de Artur Lima:

EXISTE CONCENTRAÇÃO NA MÍDIA BRASILEIRA?*

© **Venício A. de Lima**

Dois fatos trouxeram de volta ao debate, em junho de 2003, a importante questão da concentração da propriedade no setor de comunicações (telecomunicações, mídia e informática): (1) a contestada decisão da agência reguladora nos EUA (a Federal Communications Commission, F.C.C.) de “flexibilizar” as normas de controle da propriedade cruzada, cujo processo de reversão já foi iniciado pela Comissão de Comércio do Senado (Labaton, NYT, 20/06/2003); e (2) a polêmica declaração do Ministro Miro Teixeira na Comissão de Comunicações da Câmara dos Deputados sobre a inexistência de concentração na televisão brasileira (Possebon, CC n.244).

A. Concentração no mundo

Na verdade, estudiosos como Ben Bagdikian (1992), Robert McChesney (1998 e 2000) e Dan Schiller (2001), entre outros, têm chamado a atenção há algum tempo para a crescente concentração da propriedade nas comunicações e uma pesquisa realizada no início do ano 2000 já concluía que, tendencialmente, “quatro ou cinco grupos dominarão todas as formas de mídia concebíveis, da imprensa tradicional à Internet, passando pelo cinema, rádio, televisão, videogames, não só nos Estados Unidos como provavelmente em todo o mundo” (LAFIS, CC n. 116).

Um exemplo irrefutável de concentração e gigantismo no setor foi a fusão das empresas AOL e TIME WARNER em 2000 dando origem a um grupo com valor de mercado estimado em 350 bilhões de dólares ou o equivalente à metade do PIB brasileiro. A espantosa dimensão do grupo pode ser avaliada quando se considera que, nos Estados Unidos, a AOL entrega o dobro de correspondências (e-mail) que os Correios; a Time Inc. vende um quarto de toda a publicidade de revistas; a Warner Music é um dos cinco maiores grupos musicais do país e a Time Warner Cable é a segunda maior empresa de TV a cabo (Stycer, CC, n.116).

* Texto apresentado na 5ª. Reunião do Conselho de Comunicação Social realizada no Congresso Nacional em 30 de junho de 2003.

Uma das formas usuais de expressão do poder de mega-grupos como o AOL/TIME WARNER são as ações de **sinergia**, isto é, “como uma mídia pode ser usada para promover a mesma idéia, produto, celebridade, ou político em outra mídia, ambas de propriedade da mesma empresa. Cada um dos novos gigantes globais busca o controle de tantas diferentes mídias quanto possíveis: jornais, revistas, rádio, televisão, livros, filmes, sistemas de cabo, canais de satélite, discos, videocassetes e redes de cinemas” (Bagdikian, 1982, p. 243).

O lançamento do filme “Harry Potter”, no final de 2001, é um excelente exemplo. À época, o segundo executivo do grupo, Richard D. Parsons afirmou “Você não será capaz de ir a lugar algum sem ouvir falar de Harry Potter”. E era verdade. Uma gigantesca operação integrada de marketing foi montada envolvendo todo o grupo. A Warner Bros, um dos sete maiores estúdios de Hollywood, realizou o filme e exibiu anúncios e trailers nas emissoras de TV a cabo do grupo, além de comercializar o vídeo e o DVD do filme. A Warner Music produziu e comercializou a trilha sonora do filme em CDs e fitas K-7. A provedora de internet AOL (31 milhões de assinantes só nos EUA) ofereceu links dos produtos licenciados e vendidos por empresas do grupo. A Moviefone – também do grupo – promoveu o filme e vendeu ingressos por telefone e pela internet. A Time Inc., com seus 160 títulos impressos, publicou anúncios, promoveu concursos e fez reportagem de capa sobre o filme (Stycer, CC n. 166). O resultado de toda essa operação foi o sucesso mundial dos produtos Harry Potter. No Brasil, 1,2 milhão de pessoas assistiram ao filme somente na primeira semana do lançamento. (GZM 29/4/2002).

B. Concentração no Brasil

As comunicações aparecem ao lado das indústrias de chocolate, bebidas e pasta de dente como os setores onde é maior a concentração econômica no país, fruto de uma série de aquisições e fusões (FSP, 7/2/2003). De fato, as tecnologias de informação, as telecomunicações, a publicidade e as editoras que já apareciam entre os 15 (quinze) setores onde houve maior número de fusões e aquisições no Brasil entre 1994 e 2001 (Pereira, OESP/KPMG 7/4/2002), confirmam a tendência em 2003. As tecnologias de informação e as telecomunicações aparecem como um dos 4 (quatro) setores com maior número de fusões e aquisições no primeiro trimestre que, aliás, cresceram 35% em relação ao mesmo período de 2002 (Balbi, FSP/KPMG 20/4/2003).

É preciso registrar que existe no Brasil um ambiente bastante propício à concentração. A legislação do setor tem sido historicamente tímida, por intenção expressa do legislador, ao não incluir dispositivos diretos que limitem ou controlem a concentração da propriedade, o que, aliás, vai no sentido inverso do que ocorre em países como a França, a Itália e o Reino Unido, preocupados com a pluralidade e a diversidade no novo cenário da convergência tecnológica (Lobato, FSP 14/10/2001).

Além disso, outros fatores têm contribuído para a concentração da propriedade das comunicações no Brasil, sobretudo na radiodifusão. Cito três:

- (a) não há cumprimento da norma legal (Decreto 236/67) que limita a participação societária do mesmo grupo nas empresas de radiodifusão a cinco concessões em VHF, em nível nacional, e a duas em UHF, a nível regional (estadual);*
- (b) o período de carência legal para venda das concessões de radiodifusão, isto é, para a troca legal de proprietários, é de apenas cinco anos e, mesmo assim, sabe-se que existem vendas antecipadas através da conhecida prática dos chamados “contratos de gaveta”. Isso faz com que os eventuais concessionários independentes se sintam atraídos pela possibilidade de negociar suas concessões com os grandes proprietários e/ou vice-versa; e*
- (c) não há normas ou restrições legais para a “afiliação” de emissoras de radiodifusão, isto é, para a formação de redes nacionais e/ou regionais.*

O resultado é que, antes mesmo de se manifestar a tendência mundial à concentração da propriedade no setor de comunicações, o mercado brasileiro já era concentrado. Indico a seguir alguns exemplos mais significativos, sobretudo na radiodifusão, tanto no que se refere à concentração horizontal, quanto à vertical, à cruzada e a “em cruz”.

B.1 Concentração Horizontal

Trata-se da oligopolização ou monopolização que se produz dentro de uma mesma área do setor. O melhor exemplo de concentração horizontal no Brasil continua sendo a televisão, paga ou aberta.

B.1(1) TV paga

A se confirmar a compra da Direct TV (Hughes Eletronics) pela Sky (News Corporation), em apreciação no Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) do Ministério da Justiça (Pay TV News, 26/5/2003), o grupo NET-Sky passará a controlar cerca de 74% do mercado brasileiro de TV por assinatura, dentro dos quais estará 95% da TV por satélite, já que a terceira empresa que atua no setor – a Tecsat - controla apenas cerca de 5% do mercado.

Em junho de 2002, dados disponíveis no site da ABTA e pesquisa da Pay TV Survey indicavam que a participação no mercado de TV por assinatura no Brasil, por grupos, era a seguinte:

QUADRO 1 PARTICIPAÇÃO MERCADO TV PAGA

Afiladas Net/Sky	61%
TVA e Associadas	16%
Direct TV	13%
Independentes	10%

FONTES: Ribeiro, GZM/PTS (2/10/02) e ABTA.

B.1(2) TV aberta

A televisão no Brasil é em si mesmo um exemplo de concentração de vez que historicamente abocanha a maior parte de todo o investimento publicitário. Em 2002, 58.7% das verbas de publicidade foram para a televisão aberta (Castro, FSP, 10/03/2003). Do total gasto, em 2001, 78% foram para a Globo e suas afiliadas (Castro, FSP, 06/03/2002).

A posição de oligopólio da Rede Globo na televisão aberta acompanha a própria história da televisão no país, a partir dos anos 70, e constitui exemplo clássico de concentração horizontal. O **Quadro 2** abaixo resume alguns dados sobre a participação comparada da Globo no mercado brasileiro em relação às outras redes. Em todos os critérios básicos de comparação, como (1) número total de emissoras (próprias, associadas e afiliadas); (2) cobertura geográfica por municípios e por domicílios; (3) participação na audiência nacional de TV e audiência em horário nobre; e (4) alocação de recursos publicitários, a hegemonia da Globo permanece, apesar de não ser mais total como foi no passado.

QUADRO 2 REDES COMERCIAIS DE TV ABERTA

Redes	Emissoras (próprias, associadas e afiliadas) (1)	Cobertura Municípios(2) %	Cobertura Domicílios c/TV(2) %	Participação audiência nacional % (2)	Audiência % 18 às 24h (*) (2)	Participação % verbas publicitárias (3)
Globo	113	98.91	99.86	49	51	78
SBT	113	89.10	97.18	24	25	-
BAND	75	60.65	87.13	5	5	-
RECORD	79	42.13	76.67	9	6	-
RedeTV	40	62.52	79.71	3	3	-
CNT	-	4.36	36.67	-	-	-
Gazeta	-	4.87	21.92	-	-	-
Outras	-	-	-	11	9	-

Observações: (*)10 principais mercados

FONTES: (1) Castro, D.; FSP 17/12/2002. (2) Grupo de Mídia; Mídia Dados 2002. (3) Castro, D.; FSP/Inter-Meios M&M 06/03/2002.

B.2 Concentração Vertical

Trata-se da integração das diferentes etapas da cadeia de produção e distribuição. Por exemplo, um único grupo controla desde os vários

aspectos da produção de programas de televisão até a sua veiculação, comercialização e distribuição.

Esse tipo de concentração é uma prática consolidada, por exemplo, na televisão brasileira. Documento recentemente encaminhado pelo Ministério da Cultura à Casa Civil da Presidência da República defendendo a manutenção de uma Agência de Cinema aponta “a ausência de uma separação clara entre a atividade produtora e a atividade exibidora das concessionárias (de televisão)” como responsável pelo incrível fato de “que mais de 90% do conteúdo das TVs seja produzido internamente” (Possebon, S. (16/6/2003) PAY-TV News).

Nesta área, o melhor exemplo, no entanto, continua sendo a produção e exibição de telenovelas. Estudo já clássico revelou como a Rede Globo possui os estúdios de gravação e mantém, sob contrato permanente, os autores, atores e toda a equipe de produção (roteiristas, diretores de programação, cenógrafos, figurinistas, diretores de TV, editores, sonoplastas etc.). As Organizações Globo há muito operam uma estrutura multimídia que outros mega grupos internacionais só recentemente constituíram através daquilo que chamam, como vimos, de sinergia. Dessa forma, a Globo produz a novela em seus estúdios e a exibe em sua rede de televisão. Além disso, comercializa a novela para outros países, a trilha sonora através de gravadora própria (CDs e K-7) e divulga “o pacote” através de sua rede de TV, seus jornais, revistas, emissoras de rádio etc. (cf. Ortiz, R. et alii, 1989).

Essa mesma estratégia esteve presente no lançamento do programa “Big Brother Brasil” em 2002. À época, a Diretora Geral Marluce Dias da Silva afirmou: “o Big Brother Brasil é a maior experiência de cross-plataforma (sic) já feita no Brasil. O produto foi desenhado, desde o início, para ser transmitido na rádio, na internet, na TV fechada e aberta, além de ser promovido através de eventos ao vivo, concursos em jornais e revistas, venda de trilha sonora e de produtos licenciados” (Oiticica, GZM 7/2/2002). Toda essa operação, naturalmente, desenvolvida através de empresas das Organizações Globo.

Outro exemplo brasileiro de concentração vertical (ou sinergia), esse nas telecomunicações, é o grupo Algar. Em 2002 o grupo anunciou que estava promovendo a fusão comercial de cinco de suas empresas das áreas de telefonia fixa (CTBC Telecom), celular (CTBC celular), TV a cabo (Image Telecom), internet (Net Site) e soluções de banda larga (Engeredes), exatamente para adequar os serviços às novas tendências da convergência tecnológica (Pinto, GZM 18-20/1/2002).

B.3 Propriedade Cruzada

Trata-se da propriedade, pelo mesmo grupo, de diferentes tipos de mídia do setor de comunicações. Por exemplo: TV aberta, TV por assinatura (a Cabo, MMDS ou via satélite-DTH), rádio, revistas, jornais e, mais recentemente, telefonia (fixa, celular e móvel, via satélite), provedores de Internet, transmissão de dados, Paging, etc.

Alguns dos principais conglomerados de comunicações no Brasil se consolidaram, como se sabe, através da propriedade cruzada na radiodifusão (radio e televisão) e na mídia impressa (jornais e revistas). Talvez o melhor exemplo atual deste tipo de concentração seja o da RBS.

Atuando apenas em 2 mercados regionais, o Rio Grande do Sul e Santa Catarina, o Grupo RBS reúne 6 jornais, 24 emissoras de rádio AM e FM, 21 canais de TV, um portal de Internet, uma empresa de marketing e um projeto na área rural, além de ser sócio da operadora de TV a cabo NET (Zero Hora, 31/8/2002). Ademais, a RBS foi um dos grupos contemplados com a vasta liberação de RTVs que ocorreu nos últimos dias do Governo de FHC: recebeu 14 (quatorze) novas retransmissoras (Mattos, FSP 27/12/2002).

Para tornar mais específico o exemplo de propriedade cruzada num único mercado, basta considerar a cidade de Porto Alegre: os 2 principais jornais (Zero Hora e Diário Gaúcho), o principal canal de TV aberta, afiliado da Rede Globo, o canal 12, RBS TV; o principal canal em UHF, a TV COM, canal 36; o canal Rural transmitido pela NET; algumas das principais emissoras de rádio AM (Gaúcha e Farroupilha, por exemplo); algumas das principais emissoras de rádio FM (Atlântida e 102FM, por exemplo), são controlados pelo Grupo RBS (Schirmer, 2002). Televisão, aberta e fechada, jornais, emissoras de rádio AM e FM. Tudo no mesmo mercado. Mas não é só isso. O Grupo RBS possui uma equipe de profissionais multimídia (dentre eles Lasier Martins, José Barrionuevo, Paulo Sant'Ana e, até dezembro de 2002, Rogério Mendelski) cujos comentários e opiniões aparecem simultaneamente nas TVs, nos jornais e nas emissoras de rádio tornando praticamente impossível a um morador da região metropolitana de Porto Alegre não ver/ouvir/ler, diariamente, a opinião de pelo menos um desses "comentaristas" em algum dos veículos do Grupo (Guareschi e outros, 2000).

Essa é certamente uma situação que confere a um único grupo de comunicações e a uma equipe de comentaristas um extraordinário poder. É também uma situação que não seria possível, legalmente, em vários países, dentre eles a França, a Itália e o Reino Unido.

B.4 Monopólio em Cruz

Trata-se da reprodução, em nível local e regional, dos oligopólios da "propriedade cruzada", constituindo o que se chamou "monopólio em

cruz". Verificou-se que, na grande maioria dos Estados da federação, os sistemas regionais de comunicações são constituídos por dois "braços" principais, geralmente ligadas às Organizações Globo:

"(1º) um canal de televisão, largamente majoritário, quase sempre integrante da Rede Globo; e

(2º) dois jornais diários, um dos quais - o de maior circulação - está sempre ligado a um canal de TV, e - quase sempre - ao canal de televisão afiliado a Rede Globo; e sempre, paralelamente, ligado a uma rede de emissoras de rádio, com canais AM e FM. Cada um desses jornais, em quase todas as capitais, reproduz as principais seções de O Globo e seu noticiário é alimentado, predominantemente, pelos serviços da Agência de Notícias Globo". (Amaral, R. e Guimarães, C., 1994; pp. 30).

Pesquisa realizada no início da década de 90 revelou que o "monopólio em cruz" se manifestava em pelo menos 18 dos 26 Estados brasileiros - Rio de Janeiro, Paraná, Acre, Maranhão, Paraíba, Alagoas, Amazonas, Pará, Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Tocantins, Goiás, Sergipe, Espírito Santo, Minas Gerais, Santa Catarina e Rio Grande do Sul - além do Distrito Federal (Amaral, R. e Guimarães, C., 1994; pp. 30 e 32).

Este "monopólio em cruz" foi confirmado por outra pesquisa (que não incluiu a TV por assinatura), realizada pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM) em 2002. Constatou-se que os grupos de afiliados da Rede Globo controlam TV, rádio e jornal em 13 dos principais mercados brasileiros (EPCOM, CC n.179).

C. Brasil versus EUA

A situação que os dados disponíveis revelam não deixa dúvidas quanto à concentração da propriedade no setor de comunicações, em particular na radiodifusão brasileira. Na verdade, a recente decisão da F.C.C. está provocando fortes reações de vários setores da sociedade americana por permitir formas de concentração que de há muito são uma realidade consolidada entre nós. As novas regras nos EUA permitem a um mesmo grupo (1) controlar emissoras de televisão que atinjam até 45% dos domicílios com TV no país; (2) ter, em um mesmo mercado, duas ou até três emissoras de televisão; e (3) controlar emissora de televisão, de rádio e jornal no mesmo mercado (Gilpin, NYT On-Line, 02/06/2003). Como vimos, todas essas três situações de concentração - e ainda outras - existem no Brasil. O que agora se tenta permitir lá é fato histórico entre nós.

D. E a democracia?

Como se sabe, dois princípios fundamentais da democracia liberal são a pluralidade e a diversidade nas comunicações. A pluralidade significa

garantia de competição ou a ausência de oligopólios e monopólios, além de provisões legais que proíbam um mesmo proprietário controlar – no mesmo mercado - meios de comunicação distintos. Por exemplo: jornal e televisão ou rádio. Em outras palavras, leis que não permitam a propriedade cruzada. Diversidade, por outro lado, significa a presença na mídia de conteúdo que expresse as muitas opiniões que existem na sociedade. Deve haver, portanto, provisões legais que garantam a diversidade de fontes produtoras de informação e de entretenimento. Essa diversidade não pode ser confundida apenas com a segmentação de mercado ou com “diferença” de conteúdos, que certamente atendem às necessidades de anunciantes mas não interferem na representação pública de interesses em conflito.

Na verdade, os princípios da pluralidade e da diversidade são a transposição para a esfera da comunicação dos fundamentos liberais da economia de mercado, isto é, a garantia da livre concorrência. Como afirma o renomado cientista político liberal Giovanni Sartori “uma opinião pública livre deriva de uma **estrutura policêntrica** dos meios de comunicação e de sua **interação competitiva**, e é sustentada por elas. Em síntese, a autonomia da opinião pública pressupõe condições semelhantes às condições de mercado” (grifado no original; Sartori, 1994, p. 139). Nas comunicações, poucos proprietários, além de significar menos concorrência, também significam, menos diversidade de conteúdo, ou a possibilidade de restrições – explícitas ou implícitas, diretas ou indiretas - à livre manifestação do pensamento. No limite, os antigos regimes autoritários comunistas, onde o Estado era o único “proprietário” da mídia, sempre foram o exemplo preferido pelos defensores do Liberalismo para se mostrar os malefícios da ausência de competição, pluralidade, diversidade e, portanto, de democracia.

Numa sociedade com pluralidade de proprietários e diversidade de conteúdo na mídia, estariam asseguradas as condições indispensáveis para que se constitua uma opinião pública livre e autônoma, através do debate de idéias. Fica claro, portanto, que a concentração da propriedade nas comunicações coloca em risco os próprios fundamentos da democracia representativa liberal.

Porto Alegre JUN 2003

REFERÊNCIAS

- Amaral, R. e Guimarães, C. (1994). “Media Monopoly in Brazil” in *Journal of Communications*, vol. 44, nº 4, Autumn, pp. 26-40.
- Balbi, S. (20/04/2003). “Fusões e aquisições crescem 35% no Brasil”. *Folha de São Paulo/KPGM*, A-4.
- Bagdikian, B. H. (1992 e 1997). *The Media Monopoly*. Boston: Beacon Press; 4a. e 5a. edições.
- Castro, D. (10/03/2003). “TV fatura R\$ 5,7 bi e cresce 6% em 2002”. *Folha de São Paulo/Inter-Meios M&M*. <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1003200303.htm>
- Castro, D. (17/12/2002). “SBT alcança Globo em número de afiliadas”. *Folha de São Paulo*; E-8.
- Castro, D. (06/03/2002). “Mídia cai 5,3%; TV aumenta concentração”. *Folha de São Paulo/Inter-Meios M&M*; E-4.
- EPCOM (6/03/2002). “Quem são os donos”. *Carta Capital*, n. 179, pp. 17-19.

Folha de São Paulo (7/02/2003). "País vê concentração de chocolate, bebidas, pasta de dente e telefonia" (www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0702200311.htm)

Gazeta Mercantil (29/04/2002). "Harry Potter é lançado em vídeo pela Warner", C-6.

Gilpin, K. (02/06/2003). "F.C.C. votes to relax rules limiting media ownership". New York Times On-Line.

Grupo de Mídia de São Paulo (2002). Mídia Dados 2002.

Guareschi, P. A. e outros (2000). Os Construtores da Informação: Meios de Comunicação, Ideologia e Ética. Petrópolis: Editora Vozes.

Labaton, S. (20/06/2003). "Senate Begins Process to Reverse New F.C.C. Rules on Media". New York Times. www.nytimes.com/2003/06/20/business/media/20RULE.html?

LAFIS (16/02/2000). "Grandes Irmãos: quatro ou cinco grupos dominarão todas as mídias concebíveis". Carta Capital, n. 116; pp. 68-71.

Lobato, E. (14/10/2001). "Política de mídia está na contramão de EUA e Europa" in Folha de São Paulo (www.uol.com.br/fsp/brasil/fc1410200106.htm)

Mattos, L. (27/12/2002). "Governo libera TVs na reta final". Folha de São Paulo (www.uol.com.br/fsp/brasil/fc2712200214.htm)

McChesney, R. W. (2000). Rich Media, Poor Democracy. Communication Politics in Dubious Time. New York: The New Press.

McChesney, R. W. (1998). "The Political Economy of Global Communication", in R. W. McChesney et al. (eds.). Capitalism and the Information Age; N.Y.: Monthly Review Press; p. 1-26.

Oiticica, D. (7/02/2002). "Um império chamado Globo". Gazeta Mercantil. Caderno Especial "O Futuro da Comunicação", p. 27.

Ortiz, R. et al. (1989). Telenovela-História e Produção; São Paulo: Brasiliense.

Pay TV News (26/05/2003). "Fusão Hughes/News está oficialmente em análise no Brasil".

Pereira, R. (7/04/2002). "Consumidor nem sempre ganha com as fusões". O Estado de São Paulo/KPMG, B-5.

Pinto, T. (18 a 20/01/2002). "Algar vai unir controladas em uma só marca". Gazeta Mercantil, C-3.

Possebon, S. (16/6/2003). "Ministério da Cultura defende necessidade da Ancinav". PAY-TV News.

Possebon, S. (11/06/2003). "Tudo como dantes". Carta Capital, n. 244; p. 32.

Ribeiro, M. (2/10/2002). "Distribuição unificada para crescer". Gazeta Mercantil/Pay TV Survey, C-6.

Sartori, G. (1994). A Teoria da Democracia Revisitada. Volume 1, O Debate Contemporâneo. São Paulo: Editora Ática.

Schiller, D. (2001). A Globalização e as Novas Tecnologias. Lisboa: Editorial Presença.

Schirmer, L. (2002). RBS: Da voz-do-poste à multimídia. Porto Alegre: L&PM.

Stycer, M. (21/11/2001). "O Furacão Potter". Carta Capital, n. 166, pp. 64-65.

Zero Hora (31/08/2002). Reportagem Especial: "De um microfone a uma rede multimídia", pp. 4-5.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Sr. Presidente, queria inicialmente dar os parabéns ao Conselheiro Alberto Dines por ter indicado dois palestrantes absolutamente competentes.

Sobre as palavras do ilustre Professor Venício, farei alguns breves comentários. S. S^a disse que não é advogado, portanto, essas sutilezas do mundo jurídico às vezes escapam.

Com relação à concentração e à propriedade cruzada, os advogados sabem que são um fenômeno de Direito Administrativo federal. Pode haver concentração sem propriedade cruzada, quando, em determinado lugar, existem três rádios que são do mesmo dono. Ele só tem rádio. Existe a concentração com propriedade cruzada, que é quando o sujeito tem rádio, televisão e jornal. Existe também, e é o caso do Brasil, propriedade cruzada sem concentração, porque as pessoas que conhecem a legislação sabem que no Brasil, em se tratando de rede em VHF, o máximo que pode existir são sete. Em Brasília são seis. No caso do Brasil, as seis ou sete possíveis são de sete donos. No Brasil não existe concentração; existe propriedade cruzada. Essa confusão de propriedade cruzada com concentração é que leva à distorção do raciocínio.

O que existe no Brasil, e é proibida pelo CADE, é a venda cruzada ou a venda casada. Isso ocorre quando, por exemplo, o fabricante de cerveja – são as condenações que existem no CADE – obriga o sujeito a comprar guaraná para comprar cerveja. Esse fenômeno é proibido. V. Ex^a foi Presidente do CADE e sabe disso. À propriedade cruzada sem concentração não há nenhum impedimento legal nem ético.

No Brasil nunca houve concentração de mídia porque são vários donos dentro da possibilidade tecnológica. Se fosse possível haver cem emissoras em VHF, certamente haveria cem emissoras em VHF com cem proprietários. Em nosso caso, não; há seis, são seis donos. Não há concentração na propriedade. Trata-se de propriedade cruzada sem concentração.

O ilustre conferencista, muito competentemente, falou sobre a concentração no mundo. O que haverá no mundo é a concentração tecnológica, que não prescindirá da concentração de propriedade. Tenho os meios tecnológicos, não preciso ser proprietário. Esse é o perigo que ronda todos os países do planeta, porque a concentração tecnológica não é de países, mas de empresas. Bem ilustrou o eminente conferencista: cinco grupos; sofrerão todas as nações. A concentração será tecnológica em todo o planeta.

Na página 3 deste trabalho estupendo, o ilustre conferencista diz:

“As tecnologias de informação aparecem como um dos quatro setores com o maior número de fusões e aquisições no primeiro trimestre!”

Isso não é verdade. O que está ocorrendo é o contrário. A **Rede Globo** – ele citou tanto a **Rede Globo** – está vendendo emissoras. A **Rede Globo** não está comprando nenhuma emissora nem a **Record** nem a **Bandeirantes** ou **SBT** ou a **Rede TV** ou a **CNT**. Não há concentração. Quem é do ramo sabe que isso não existe; ao contrário, as empresas estão se desfazendo de retransmissoras.

O ilustre conferencista dá notícia da existência de algo ilegal. Digo que não existe isso. O limite de cinco VHF está sendo observado, sim. A **Rede Globo**, a **Record** e todas as empresas têm cinco VHF. Auditando isso está o Ministério das Comunicações. Admitir isso seria aceitar, aqui no Congresso, de público, uma vez que as reuniões são transmitidas pela televisão, que estamos no mínimo frente à prevaricação dos fiscais da Anatel e do Ministério das Comunicações. Isso não existe!

A afiliação, Sr. Presidente, é mero contrato comercial. Se detenho um canal em rede nacional, afilio a quem me interessar mais. Eu só tenho um afiliado por região. Se há seis emissoras no interior, uma afilia-se à **Globo**, outra ao **SBT**, outra à **Record**, etc. Essa afiliação é mero contrato comercial.

Na página 4, o ilustre conferencista fala em concentração de investimento publicitário. Ora, se sou dono do meu negócio, se sou o maior atacadista da região, ponho a publicidade na televisão que considerar melhor para o meu negócio. Se, por

acaso, uma rede de televisão nacional tem mais concentração que outra, certamente é porque ela tem mais audiência. Isso também é um fenômeno de Direito Comercial.

Na página 5, esse quadro de emissoras está absolutamente desatualizado. Falo pela **TV Record**, da qual sou Diretor nacional. A **TV Record** já está em quase 100% dos municípios. Cobertura de município, 42%? Já estamos em quase 90%. Onde se vê 76%, estamos em quase 90%. Participação em audiência nacional. A **TV Globo** não tem essa participação há muito tempo. Também a nossa audiência é maior e a da **TV Globo** é menor. Enfim, é um quadro que leva a um entendimento fora da realidade.

Aqui ele fala da concentração vertical. Não há nenhum impedimento legal no sentido de que aquele que produz exiba. Portanto, não há nada que possa ser considerado fora dos propósitos.

Na página 8, o ilustre conferencista fala em monopólio em cruz e cita o Distrito Federal. Aqui nunca houve monopólio de coisa nenhuma. Aqui a **Rede Globo** tem uma televisão e uma rádio; a **Record** tem televisão e rádio; o **SBT** tem televisão; e a **Rede Bandeirantes** tem televisão e rádio. De sorte que falar em monopólio em Brasília é algo absolutamente inócuo.

No quadro há referência à década de 90. É um dado absolutamente velho.

No final da página 9, está escrito: “nas comunicações, poucos proprietários”... Ora, por que poucos proprietários? Se são seis emissoras de VHF, só pode haver seis; não pode haver dezesseis. São seis empresas possíveis. Se são seis empresas possíveis, o máximo que pode haver são seis proprietários. Com o advento da TV digital, é possível aumentar o número de proprietários.

O ilustre Professor Guilherme falou sobre as famílias, na reunião passada. Ora, até a alteração do art. 222, somente pessoa física podia ser dona. Então tinha de ser família mesmo. Agora, 30% das cotas podem ser de empresas. Entretanto, falar em famílias como se fosse uma divisão de grupos... Era a lei que obrigava, porque somente podia ser pessoa física.

(Intervenção fora do microfone.)

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Não, hoje 30% podem ser de empresas privadas.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Estrangeiras, mas 100% podem ser de pessoa jurídica.
(Intervenção fora do microfone.)

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Não, do exterior.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Não, 100% de pessoas jurídicas.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Não. Hoje, 30% podem ser de capital externo.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - E 100% de pessoas jurídicas.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Agora. Isso é uma novidade. Até então se criticava a hipótese de haver apenas cinco ou seis famílias. Não, havia famílias que poderiam comprar as seis televisões que poderiam ser vendidas.

Fora isso, eu gostaria de cumprimentar os dois ilustres conferencistas. De fato, é uma honra para nós vê-los tão interessados e tão profundamente conhecedores da realidade da radiodifusão do Brasil.

Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Agradeço as palavras do Conselheiro Roberto Wagner. Destaco a importância dessas palavras, porque o Conselheiro tem profundo conhecimento da matéria a que se refere. O expositor mesmo mencionou que boa parte desses gráficos constituía indicações para abrir o debate. Com isso, ressaltou que, em relação a eles, alguns dados eram discutíveis. O Conselheiro Roberto Wagner contribuiu, assim como o Professor Venício, para que chegássemos a números ainda mais próximos da realidade.

Passo a palavra ao Conselheiro Fernando Bittencourt.

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – Considero essa discussão extremamente importante. A contribuição que os dois apresentadores deram é muito interessante, mas noto que o assunto é polêmico e não concordo com a quase crítica generalizada da situação no Brasil.

Se entendi bem os dois apresentadores, eles fizeram uma crítica quase genérica. Penso que o assunto deve ser debatido. Há pontos negativos e positivos em quaisquer dos dados divulgados, mas é evidente que há muitos positivos.

Hoje pela manhã tivemos uma reunião aqui sobre TV a cabo no Brasil, e um dos pontos citados como talvez o mais importante problema da TV a cabo foi exatamente relacionado à importância da TV aberta. A audiência da TV aberta no cabo é praticamente a mesma que no ar. Esse ponto a que se referiram os próprios representantes da TV aberta, da TV a cabo, da TV por assinatura, da ABTA foi citado como um dos mais importantes, ou seja, as pessoas assinam a TV por assinatura para assistir à TV aberta. Isso é um indício evidente da importância, do peso e da qualidade da TV aberta no Brasil. E a importância da TV aberta no Brasil

advém do fato de ela produzir cerca de 80% a 90% da sua produção. É importante divulgar a cultura brasileira, colocar a produção nacional no ar, que é vista pela quase maioria da população por meio do sinal direto ou por meio da TV por assinatura.

No meu entender, exatamente a qualidade da TV aberta deve-se ao fato de ela produzir a sua própria programação. Não acredito que, se fosse algo feito de maneira aberta, genérica, a televisão brasileira teria a qualidade que tem hoje. Basta analisar qualquer outro país na América do Sul em que a televisão não tem a sua própria programação para ver o seu domínio e a sua qualidade de produção. Esse é um ponto que tem de ser debatido. Ele foi citado aqui como uma crítica – ao menos entendi assim. Não vejo como uma crítica. Entendo que um dos motivos fundamentais por que a TV aberta tem essa qualidade é ser autora da sua própria programação. Outro aspecto importante é o de que se trata de uma programação feita no Brasil por brasileiros. Não se trata de algo feito por estrangeiros ou comprado pronto, como ocorre em outros países da América do Sul.

O assunto é importante, polêmico e deve ser debatido, mas não concordo com a crítica generalizada acerca da situação no Brasil da TV aberta.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Agradeço o Conselheiro Fernando Bittencourt pelas palavras, até porque, por coincidência, S. S^a já se referiu a uma das duas questões a que me ia referir ao fim da exposição. Nenhuma análise pode ser feita sobre a televisão brasileira sem se referir ao volume de programação produzida no Brasil a partir de mão-de-obra brasileira, refletindo a cultura brasileira. Esse é um dado que tem de ser levado em consideração, quando formos analisar essas técnicas.

Essas são informações complementares que contribuirão para que tenhamos uma visão mais complexa do problema.

O SR. GERALDO PEREIRA DOS SANTOS (Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo) – Repito o agradecimento merecido e justo tanto aos conferencistas, Professores Venício e Guilherme Canela, como também ao Dines e ao Chagas, por nos terem proporcionado esse belo trabalho que estamos realizando desde o dia 02 de junho e que será complementado hoje.

Em primeiro lugar, precisamos fazer uma separação. Embora sejam utilizados muitos exemplos europeus de outros setores, são muito utilizados também exemplos dos Estados Unidos com relação à comunicação. Gostaríamos de separar um pouco os dados.

Como foi mencionado, tanto no dia 02 quanto hoje pelo Professor Venício, a realidade lá é bem diferente da nossa aqui. Lá existe uma realidade de Parlamento e de Judiciário. Temos que confrontar alguns dados. As conseqüências, eu gostaria de separar, haja vista o que foi dito pelos dois Professores. Já está havendo movimentos da sociedade e do Congresso. Conseqüentemente, o Judiciário vai

entrar como um dos atores principais nessa brincadeira. Então, eu gostaria de separar a questão Estados Unidos/Brasil.

No Brasil, podemos perceber historicamente que, como consequência dessa realidade de concentração, talvez não haja muitos serviços devidamente colocados pela sociedade. É a situação do País em uma visão geral: formação política, econômica e social. Em todos os sentidos, percebemos que o povo brasileiro reflete um pouco do poderio inserido nos meios de comunicação. É este o quadro que temos no País: uma pequena parcela consegue chegar à universidade e almejar um patamar médio de colocação dentro da sociedade. Não podemos, de forma alguma, eximir de responsabilidade toda a cadeia da mídia, dos meios de comunicação. Isso afeta diretamente a população.

Não podemos também, Sr. Presidente, separar a explanação do dia 02, feita pelo Professor Canela, a de hoje, feita pelo Professor Venício, e a explanação do Conselheiro Fernando. Elas se entrelaçam, têm completa relação, como já foi dito. Está aí o advento da digitalização que vai – concordo com o Conselheiro Roberto – complicar mais o quadro no País se não for feito o que o Professor Canela disse, ou seja, se não nos preocuparmos, antes da sua entrada, da sua implantação, em ter uma regulamentação, um elenco de legislação que cuidará do que pode acontecer.

Com todo o respeito ao Conselheiro Roberto Wagner, é claro que dados são questionáveis, assim como posicionamentos e pontos de vista. No entanto, de fato, não há como discutir, como questionar, que no Brasil tenhamos concentração de mídia, propriedade cruzada. Tudo de forma abusiva. Em cima do que foi apresentado pelo Sr. Fernando, o engenheiro, quero dizer que nos preocupa muito, como em outros momentos da nossa vida – principalmente no Brasil –, as consequências da modernidade para a população. Inclusive, dizemos isso para os Professores que vieram falar nas audiências públicas realizadas na Comissão de Tecnologia Digital. É uma verdadeira sopa de letrinhas, um verdadeiro deslumbramento com as maravilhas tecnológicas. Todos ficam enfeitiçados pela modernidade que está por vir: a digitalização. No entanto, em nenhum momento comenta-se o efeito e a quem interessa ou vai interessar todo esse processo. Onde fica o interesse da população, onde fica o interesse nacional?

Muito se fala em conteúdo – parabênizo a ponderação do Professor Venício de Lima, muito oportuna –, que será o grande balizador dessa brincadeira toda, ou seja, permanecerá como está hoje ou teremos instrumentos para uma mudança de fato com o advento da digitalização?

Cito, só a título de ilustração, um fato. Quem gosta de ver televisão aberta até tarde teve o ensejo de assistir a uma das séries do tão conhecido 007, James Bond, no domingo, após o **Fantástico**. Era justamente uma produção que abordava um cidadão tido como o rei da mídia, que provocava conflito internacional, chantageando autoridades, governos, porque detinha um poderio enorme de comunicação. A **Globo** exibiu o filme no domingo, depois do **Fantástico**. Mais

interessante do que este exemplo é o que assistimos na guerra contra o Iraque: a manipulação da informação, com via única.

Então isso tudo nos causa preocupação. Este Conselho infelizmente não é deliberativo, mas tem sua responsabilidade. Temos pontos de vista diferentes, mas é nossa responsabilidade contribuir com a sociedade, conforme consta das nossas atribuições, no tocante a esta questão, que é muito grave, principalmente em face do advento da digitalização, que está à nossa porta. Daí a importância desse grupo de trabalho do Ministério das Comunicações, do trabalho da Comissão de Tecnologia Digital. O que estamos vendo hoje é um verdadeiro rolo compressor sobre esta questão e temos que ter muito cuidado.

Reitero um ponto: onde fica o interesse do nosso povo, a segurança e a garantia de que ele também será beneficiado com tudo isso, e não apenas empresários, empresas que constroem equipamentos, empresas que vão fornecer softwares, hardwares ou os componentes para fazer valer e acontecer esse processo no Brasil? Como o Congresso Nacional, que tem hoje este Conselho, que somos nós, vai intervir, participar e definir que o povo brasileiro precisa ser um ator importante nesse quadro?

Todos os setores precisam participar. As audiências e consultas públicas precisam ocorrer. Não pode ser como a recente sugestão em relação à questão da TV digital: 30 ou 20 dias de consulta pública pela Internet – uma semana, corrige-me a Consultora Berenice. Sabemos da exclusão digital que há neste País. Como teremos uma participação efetiva, qualitativa e quantitativa em uma semana de consulta pública pela Internet em relação a essa questão?! É um assunto muito grave, que tem a ver com tudo com o que estamos falando aqui, pela explanação do Fernando, do Canela, ocorrida no dia 2, e hoje, do Professor Venício.

Este Conselho precisa provocar o Congresso e, inclusive, o Ministério, para que voltem um passo e repensem algumas iniciativas. Diversos setores da sociedade – acadêmicos, não-acadêmicos, técnicos, não-técnicos, profissionais, não-profissionais – precisam ser ouvidos em relação a essa questão, que vem de encontro ao peito da população, que não tem a idéia do que está por vir, porque não está tendo sequer direito de discuti-la. Obrigado, Sr. Presidente.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Agradeço as palavras do Conselheiro Geraldo e, de antemão, já digo que, como o Conselho é um órgão da sociedade civil, todos esses setores que não estiverem representados formalmente na discussão sobre televisão digital, certamente, poderão utilizar-se do Conselho para interagir com esse grupo. O Conselho estará à disposição de todos esses setores excluídos, para ser a sua voz nesse grupo que vai estudar a digitalização.

Passo a palavra ao Conselheiro Chico Pereira.

O SR. FRANCISCO PEREIRA DA SILVA (Representante da categoria profissional dos radialistas) – Boa-tarde a todos! O que queremos é ratificar, em gênero, número e grau, todas as palestras proferidas aqui e, de imediato, Sr.

Presidente, propor – creio que temos direito a isso – um rastreamento dos trabalhos de palestras. Podemos até escolher que trabalhos seriam, para editar, por meio da gráfica da Casa, palestras, como as três feitas hoje e outras. Deveríamos contribuir para a sociedade editando esses trabalhos para servir de catalisador no processo de discussão. Creio que seria uma boa iniciativa do Conselho, porque a sociedade não consegue acompanhar o ritmo com que as coisas acontecem no Congresso Nacional.

Embora digamos que ele seja lento, as coisas acontecem às vezes de forma urgente, às vezes de forma lerda, e caem no esquecimento. Querer dizer que não há concentração, que não há propriedade cruzada em duas explanações que ora foram postas, baseadas tão-somente da constatação. Os expositores não estão se dando ao luxo de, do alto de suas capacidades, fazer qualquer citação analítica a respeito. Limitaram-se tão-somente a expor o que está posto.

Existe outra concentração por efeito de a produção ser muito exclusiva – e ainda bem, como disse o Conselheiro Fernando Bittencourt, que elas existem; pior seria se não existissem. É como diz aquele samba: “É melhor sofrer junto do que chorar separado”, às vezes. Então ainda bem que existe a produção, embora eu pense que ela devesse estar mais dividida na possibilidade de financiamentos e de abertura, a fim de que outros setores pudessem produzir. Existe outra concentração.

Agora, é o seguinte: vocês, artistas, sabem melhor do que eu que isso vai passando de pai para filho. Por exemplo: quem faz teatro dificilmente tem acesso à telinha. Estou aguardando o momento em que vai entrar a filha da Xuxa fazendo um programa. Assisto à televisão e minha filha fica dizendo: “Essa é filha de fulano. Esse é filho de sicrano”. Passa, inclusive, de pai para filho, graças a essa concentração da produção. Então se dá o luxo até de passar de família para família. Vamos ao rádio.

Fui produtor da rádio **CBN**, que poderia ser uma geradora de emprego, mas não é, porque o mesmo programa é fatiado. Por exemplo: se se entrevista qualquer pessoa, a mesma matéria, fruto de uma entrevista de uma hora ou trinta minutos, depois é picada e apresentada durante mais três, quatro dias, em reportagens. Então existe também esse tipo de problema.

O mais curioso é que o fato é tão aberto que ninguém esconde. Por exemplo, os números da **RBS** aqui apresentados são públicos e motivo de orgulho para o proprietário. E ele não está fazendo nada errado, uma vez que a Casa e o mundo estão abertos para tal. Por que só ele, coitadinho, iria ficar de fora?

Para finalizar, agradeço, dizendo que o mais fantástico é que, sem termos feito o desenho para que o Conselho terminasse o semestre legislativo dando uma excelente contribuição ao debate, foi exatamente o que ocorreu. Daí aquela minha proposta, que espero possamos fazer com que verdadeiramente ocorra, que é a tal publicação.

Obrigado.

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Muito obrigada. Tentarei ser breve.

Em que pese a habilidade retórica do Dr. Roberto Wagner, que é conhecida aqui por todos, e a competência técnica do Engenheiro Fernando Bittencourt, gostaria de humildemente me contrapor a ambos e dizer que não podemos aqui negar a existência da concentração da propriedade da mídia no Brasil.

Existe, sim, a concentração horizontal, existe a concentração vertical, existe a propriedade cruzada e existe o monopólio em cruz, e os dados, os fatos, os números, os balanços, tudo isso está aí na literatura, nos jornais, nos cartórios, comprovando-se no dia-a-dia. Podemos até, Conselheiro, chegar à conclusão de que não seja nefasto, mas, dizer que não existe, não dá! Ela efetivamente existe!

Gostaria de tecer uma pequena consideração sobre a concentração vertical, que diz respeito aos produtores independentes, aos artistas, que são aqueles que represento em especial aqui neste Conselho.

Quando o Engenheiro Fernando Bittencourt fala, preocupa-me muito, já que, há algum tempo, a **Rede Globo**, em especial, vem assumindo um discurso, apresentando-se como a defensora do conteúdo audiovisual brasileiro, como a defensora da cultura brasileira. Isso não é verdade! Ela acabou chegando a um patamar de quase ser a produtora, numa perspectiva totalizante, para não dizer totalitária, às vezes chegando até a ser totalitária, como neste caso específico de estar sugerindo e tentando cooptar efetivamente as rádios comunitárias para que forneçam e divulguem o seu conteúdo.

E voltando estritamente à questão da TV, gostaria que ficasse claro que muitas pessoas, muitos produtores independentes, sobretudo aqueles de televisão e de vídeo independente, todos aqueles detentores de um acervo histórico fantástico e inédito no País, porque não conseguem exibi-lo na televisão, nas emissoras pelo sistemático descumprimento da lei, baseado nessa premissa de que é melhor vender para poucos muito caro, é melhor falar com muitos uma única bobagem, não posso deixar “passar batida” essa posição de que a **Rede Globo**, em especial, e de que o processo de verticalização do modo de produção da telecomunicação da televisão no Brasil é salutar. Não é salutar, não assegura a diversidade brasileira, não garante a identidade cultural do povo brasileiro; ao contrário, infantiliza a nossa população, homogeneiza padrões de comportamento que não podem ser homogeneizados. Não digo que não acabe elevando o repertório cultural da população, até o faz, mas muito mais pela quantidade de informação emitida do que pela sua qualidade.

Eu gostaria de fazer só esse reparo e dizer que, se esse modo fosse o correto, ou seja, a televisão, a emissora produzindo, distribuindo e exibindo, não teríamos as outras emissoras, as outras redes com um nível tão baixo de programação, loteando, fatiando para as Igrejas e para os leilões a sua

programação. O que faremos aqui? Se esse for o referencial de competência, se esse for o referencial do negócio, teremos que acabar defendendo aqui a não-renovação da outorga das demais redes.

Nessa reunião que tivemos hoje pela manhã, referida pelo Roberto Wagner Monteiro e pelo Fernando Bittencourt, uma das conclusões a que também chegamos é a de que, efetivamente, está havendo uma convergência temática, Sr. Presidente. A questão da regionalização da produção, a questão do projeto do Deputado José Carlos Martinez, a questão da tecnologia digital, tudo isso, com a questão da TV a cabo e, agora, da concentração da propriedade nos meios de comunicação, está convergindo e faz com que este Conselho precise estar muito alerta e desenvolver um trabalho muito intenso.

Por conta das nossas atribuições constitucionais, não podemos fugir a isso, de modo que aproveito para dar conta de uma tarefa que me foi incumbida pela manhã, que é de, por intermédio de V. S^a, por um pleito da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura, avocar ao Conselho de Comunicação a apreciação e análise do projeto do Deputado José Carlos Martinez sobre a TV aberta no sistema fechado de radiodifusão e o projeto da regionalização da produção, que foi negado com tramitações estranhas, novamente com recuos e avanços estranhos, que teve um parecer contrário da Comissão de Constituição e Justiça e de Redação, da Câmara dos Deputados, um projeto da Deputada Jandira Feghali.

Esses dois projetos poderiam ser avocados para que possamos avançar e ter uma visão e um posicionamento de conjunto sobre a questão da comunicação social no Brasil, que, além do mais, é a nossa tarefa e nossa obrigação aqui.

Muito obrigada.

O SR. FREDERICO BARBOSA GHEDINI (Representante da categoria profissional dos jornalistas) – Sr. Presidente, Srs. Conselheiros, inicialmente, agradeço o gesto carinhoso de V. S^a de lembrar o ano do Conselho de Comunicação Social, presenteando-nos com gravura do José Miguel, filho do José Borges, que é talvez o mais respeitado gravurista de Pernambuco.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Do Brasil e, quiçá, do mundo.

O SR. FREDERICO BARBOSA GHEDINI (Representante da categoria profissional dos jornalistas) – Certamente, Sr. Presidente. Cada Conselheiro recebeu uma gravura diferente. A minha é belíssima. Vejam que maravilha!

Como os senhores, eu poderia ter conhecido essa gravura ou a arte do gravurista por uma TV brasileira. No entanto, em vez de conhecer a arte do gravurista pernambucano, tive notícia de que uma pessoa deficiente física matou a mãe da mulher, da empregada, outro dia. Esse fato gerou inúmeros telefonemas, uma situação inédita e imensa preocupação na população brasileira.

Casos como esse demonstram como a situação da televisão brasileira necessita urgentemente ser discutida. Não fossem essas questões lembradas pelos

nossos palestrantes – parabeno os dois professores pela palestra e também o Conselheiro Fernando Bittencourt, que é um grande conhecedor, um mestre da tecnologia de televisão –, avalio que o debate desse tema seria um dos grandes desafios deste Conselho.

Faço aqui um repto ao colega Conselheiro Carlos Chagas, que, realmente, na Coordenação dessa Comissão, tem uma tarefa difícilíssima, como ficou evidente pelas manifestações dos demais Conselheiros. Há uma defesa acerba, firme daqueles que representam as entidades empresariais do atual modelo, o que nos deixa um tanto atônitos, porque viemos de um meio onde a crítica a esse modelo é feita diariamente.

Estamos num ambiente onde a linguagem jurídica, por vezes, serve para tentar iludir um fato de todos conhecido. Se não há concentração em termos jurídicos, pois a lei diz que há seis proprietários, isso fica evidente no volume de lares que, no total, sintonizam a mesma emissora que usa o poder que lhe confere a concentração para contratar valores revelados em outras emissoras e se dá ao luxo de colocá-los na geladeira, porque não há espaço na grade para exibí-los.

Isso é ou não uma prática monopolista? Parece que temos valores artísticos de sobra no País a ponto de podermos contratar, por altos salários, certos contingentes para isolá-los e não permitir sua exibição nas outras emissoras.

Então esse simples fato, que é corriqueiro na bíblia das emissoras brasileiras, revela que há problemas que precisam ser estudados. Talvez a solução não seja tão simples como seria no regime autoritário. O general de plantão mandaria que a emissora predominante vendesse “a preço de banana” aquela fatia do mercado que a torna monopolista. Poderia ser uma coisa muito simples. Daí, numa democracia, a dificuldade de criarmos soluções, idéias, que possam, dentro do regime democrático, por este Congresso – realmente, o professor Guilherme Canela de Souza pôs o dedo na ferida ao perguntar se seria possível mudar essa legislação com este Congresso; e penso que seja essa a grande questão – para mudar alguma coisa nessa área.

Alguma coisa terá de mudar pela própria tecnologia, evidentemente, mas também é patente que os engenheiros, os técnicos, todos os que recebem seus salários das atuais emissoras estarão o tempo inteiro se preocupando com a maneira de tornar essa nova tecnologia uma vantagem competitiva de quem já tem todas as vantagens, tarefa desses funcionários por mais ou menos graduados que sejam.

Temos aqui uma série de problemas. Digo, Conselheiro Carlos Chagas, que sua tarefa é enorme. Mesmo neste Conselho sem poder, que na nossa idéia original seria um Conselho com poder, um Conselho Nacional de Comunicação Social que a Constituinte não aprovou – e bem sabemos por quê. Mesmo num Conselho sem poder, o simples fato de estarmos aqui, e este Conselho reverberar posições da sociedade, ouvir as opiniões da sociedade, ter na Presidência um cidadão consciente de toda essa problemática e da necessidade de fazer as

mudanças prementes, todos esses fatos e a nossa presença humilde, modesta, como diz a colega, vão permitir que, se não conseguirmos empreender essas mudanças tão necessárias, tenhamos a consciência clara de que algumas delas devem ser feitas, e vamos continuar trabalhando.

Guilherme Canela de Souza, se não for no Congresso, será em outras instâncias, com certeza. Aliás, como o movimento de rádio comunitária, que veio do movimento de rádios livres e que não pediu licença ao Congresso Nacional para se estabelecer. Foi a luta da cidadania que se estabeleceu, e o Congresso tem que dar conta e, nós também, dessa situação.

Agradeço a atenção de todos. Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Agradeço as palavras do Conselheiro Frederico Ghedini. De logo, esclareço que não há verba disponível no Conselho para a aquisição de gravuras, razão pela qual, na prestação de contas, ninguém verá nenhum uso de recursos públicos na aquisição de gravuras tão modestas.

Passo a palavra ao Conselheiro Carlos Chagas.

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – Sr. Presidente, meteoricamente, um registro, duas observações e uma crítica profunda.

O registro, apesar das provocações do Frederico, é de que, como eventual Presidente dessa Subcomissão, não me cabe exarar qualquer opinião a respeito da concentração dos meios de comunicação enquanto todos os debates não tiverem terminado.

As duas observações são quanto aos dois palestrantes. É que, nos Estados Unidos, o Judiciário participa; no Brasil até agora, não. Temos uma grande notícia: ontem, o Judiciário resolveu entrar nessa questão quase obscena dos aumentos da telefonia. E o Judiciário no Rio de Janeiro barrou esses aumentos. Oxalá esse exemplo venha a ser seguido por todos os outros Estados. Isso talvez esteja marcando – e sou otimista demais –, a entrada do Judiciário até no problema que estamos decidindo.

A outra observação é de que é muito delicado e muito perigoso esse problema da diversidade da informação, abordado pelo Professor Venício Artur de Lima, porque é uma moeda de duas faces. Se há ou deveria haver a diversidade de informação, há também a natureza das coisas que fala da uniformidade da informação. Se um avião cair, todos os jornais e televisões terão de noticiar a queda. E não é muito diferente de quando cai um avião. Se um Presidente da República fala impropriedades verbais, elas são reconhecidas por toda a mídia.

No reverso da medalha – é verdade –, se quase toda a mídia apóia o modelo neoliberal, em gênero, número e grau, é evidente que algo também está errado.

São essas duas observações. Fiz o reparo e faço uma crítica violenta ao meu amigo, Professor Venício Lima, por ter se afastado de Brasília e do nosso convívio da UnB, agora morando em Porto Alegre. Era apenas isso.

O SR. VENÍCIO ARTUR LIMA – Levei um susto.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Quem se aliviou foi a Presidência porque, toda vez que o Conselheiro Carlos Chagas diz que tem uma crítica, a Presidência já fica gelada.

Com a palavra o Conselheiro Alberto Dines.

O SR. ALBERTO DINES (Representante da sociedade civil) – Sr. Presidente, Srs. Conselheiros, trata-se de uma reflexão, inclusive dando seqüência ao que foi dito pelos que me precederam.

Parto do princípio de que o Conselho é um fórum e reflete as reflexões, angústias e ansiedades dos Conselheiros. Dentro desse espírito, em abril – acredito –, pedi ao Sr. Presidente que me incluísse na ordem do dia, para que trouxesse minha preocupação maior. Considerava a questão da concentração da mídia no Brasil como – até usei a expressão – “a mãe de todos os problemas da mídia no Brasil”.

Embora contestada, minha proposta foi aprovada por uma honrosa unanimidade: a de incluir essa questão na pauta permanente das preocupações não apenas minhas, mas do Conselho de Comunicação Social.

Estribado nisso, fiz uma lista de pessoas e autoridades que acreditava que deveriam vir aqui para acrescentar às nossas reflexões seu conhecimento técnico do assunto. Isso explica um pouco por que fui mencionado como o Zigfeld dessas duas sumidades. Apenas registro a qualidade deles e creio que eles têm muita coisa a acrescentar. Trouxe mais alguns nomes. Penso que temos que avançar nesses estudos, sobretudo com relação ao Poder Legislativo. É inconcebível que, na Câmara dos Deputados, 30% dos seus membros sejam proprietários de empresas de rádio. Há um conflito de interesses flagrante e gravíssimo que impede que aquela Casa possa discutir qualquer coisa relativa à radiodifusão, porque parte de seus membros está comprometida, pessoalmente, com a questão.

O que me chama a atenção é que, ao mesmo tempo em que me indicam como Zigfeld dessas duas sumidades, não tenho visto as outras partes em conflito – e há um claro conflito aqui – também indicarem expositores que aqui venham fazer apresentações tão completas e amplas como essas.

Nesse sentido, é muito importante a sugestão do Conselheiro Francisco Pereira de que publiquemos todas essas contribuições, para que seja, realmente, socializado pela sociedade.

Na medida em que, digamos, o outro lado não traz o seu aporte, evidentemente o Conselho não estará cumprindo com sua função universal, cósmica

de reunir todas as posições da sociedade. De forma geral, é importantíssimo que sejam convidadas outras sumidades – não as conheço, mas cabe aos Conselheiros indicar – que tragam a complementação indispensável para vermos todos os lados da verdade.

Embora eu não seja autoridade, intrometo-me para lembrar que existe uma diversificação formal e uma hegemonia real na mídia eletrônica no Brasil. Não quero fazer cargas contra determinado grupo – aliás, tenho amigos em todos os grupos de mídia no Brasil e, portanto, não é uma questão pessoal fazer cargas –, mas há uma realidade da qual não podemos fugir. Há uma hegemonia real que se nota num dado que salta aos olhos: todas as afiliadas desse grupo hegemônico são, nos seus Estados, hegemônicas na mídia em geral. Em todo o País, com exceção talvez de Minas Gerais, quem é afiliado ao grupo hegemônico detém a hegemonia nas outras mídias também, como no Rio Grande do Sul, no Paraná, na Bahia e no Nordeste quase todo. Em Brasília também não; então, são duas exceções que convém registrar. Esse é um dado seriíssimo.

Outro dado relevante sobre a questão da hegemonia – e é bom que anotemos na nossa agenda, porque, daqui a pouco, teremos a repetição do evento – é a Copa do Mundo. Daqui a três anos, teremos outra Copa do Mundo e não podemos, de novo, assistir ao País refém de uma visão apenas. Quero lembrar que não se trata de discutir técnicas de futebol. Houve uma tentativa, nas semanas que precederam a Copa do Mundo, de ação totalitária. Saiu uma matéria paga do grupo hegemônico em todos os jornais, dizendo que estavam proibidas as concentrações em bares e restaurantes durante as transmissões da Copa do Mundo. Houve um protesto, até veiculado no programa do qual tenho a honra de participar, e o grupo hegemônico recolheu-se e não mais proibiu. Mas era uma aberração. Só porque é detentor dos direitos de transmissão, não pode impedir que as pessoas assistam à televisão nos bares e restaurantes – às vezes até com patrocínio de uma fábrica de sapatos da esquina – e façam a sua festa.

É preciso que o Conselho de Comunicação reflita sem o juridicismo de dizer: “Não, temos diversificação porque temos seis grupos disputando.” Não é verdade, eles não disputam. Se disputam, como disse a Conselheira Berenice, é no nivelamento por baixo. É preciso levar em conta que temos uma situação de hegemonia que precisa ser resolvida. Ninguém está pretendendo uma “queda da bastilha”; fazer com que os *sans culot* entrem na vênus platinada e tomem o poder. Seria uma aberração antidemocrática.

É preciso levar em conta que essa diversificação é formal e que temos uma hegemonia que prejudica não apenas a qualidade dos meios eletrônicos, mas, sobretudo, a qualidade e a diversificação das opiniões na mídia impressa.

Portanto, eu queria fazer esse registro e, de novo, fazer um apelo para que todos os Conselheiros indiquem ao Sr. Presidente as sumidades nas suas respectivas áreas, para que, quando sair o parecer, assinado e exarado pelo querido Presidente da Subcomissão, Carlos Chagas, tenhamos um conjunto de opiniões e

não apenas as que indiquei muito modestamente – quer dizer, modestamente não, porque eu sabia que estava tendo a contribuição de dois grandes especialistas.

Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) - Agradeço as palavras do Conselheiro Alberto Dines.

Na minha maneira de ver, faltou em ambas as exposições um capítulo que considero fundamental, tanto que interfere no âmago do tema. A minha compreensão pessoal é de que houve uma mudança qualitativa na mídia internacional. Até metade da década passada, a mídia tinha como referência cada país. A partir daí, é evidente que se mudou a ótica. O mercado passou a ser o mundo. As preocupações, as táticas e as prioridades são outras. A maneira como os Estados Unidos agem e a reação européia evidenciam a notoriedade da referência de que o mundo é o mercado atual. Então faltou uma reflexão em ambas as exposições que eu gostaria de ver depois, quando o texto for publicado.

Eu gostaria de ter a opinião dos senhores sobre o seguinte: faremos de conta que não existe o mundo? Porque, se formos construir o país ideal dentro dele, as regras serão umas; mas, se colocamos o país competindo com o mundo, neste caso talvez as regras não sejam as mesmas. É possível construir uma democracia interna e ganhar força para se competir internacionalmente? Se isso for possível, seremos os melhores do mundo. Agora, se isso não for possível, construiremos, durante pouco tempo, televisão de primeiro mundo aqui dentro. Em seguida, essas televisões serão desnacionalizadas, porque será preciso garantir aos grandes conglomerados o poder de competir.

Não quero avançar opiniões, mas senti, em ambas as exposições, a falta da reflexão desse embate internacional que, para mim, será o mais importante no horizonte próximo no Brasil. Referindo esse tema, peço uma reflexão depois mais demorada, nos textos finais. Passo a palavra primeiramente ao Dr. Guilherme Canela.

O SR. GUILHERME CANELA DE SOUZA GODOI – Serei o mais breve possível. São três registros muito rápidos.

Tenho impressão de que é uma questão de foco do que fomos chamados a falar aqui, Conselheiro Fernando. Foi-nos pedido um comentário sobre o problema da concentração da propriedade.

Existem inúmeros estudos que poderíamos ter comentado aqui, se fosse o caso, que tratam do conteúdo da programação brasileira. A maioria deles fala da sua qualidade técnica que, no caso da emissora principal, chega a ser indiscutível. Contudo, estudos feitos por outro pesquisador do núcleo de que participamos demonstra a carga política de única visão, por exemplo, em várias novelas que a emissora majoritária veiculou nos últimos anos. Mas isso não desmerece o conteúdo.

Por outro lado, tenho a impressão de que, do ponto de vista da concentração da propriedade, o que tem a ver com a questão da programação está exatamente ligado à produção independente. Talvez não tenhamos feito o *link* possível do Brasil, mas procurei demonstrar que isso não é uma proposta que está sendo feita para o Brasil, como se viesse do nada, ou seja, são coisas que estão ocorrendo em vários outros países.

Na Alemanha, quando uma empresa chega perto de 30%, que é o limite da audiência, ela é obrigada, pelas agências reguladoras, a rodar produções independentes no horário nobre, de 19 horas e 30 minutos às 23 horas e 30 minutos. Como o Professor Venício demonstrou aqui, isso não ocorre no nosso caso, em que a emissora principal passa 100% da produção feita por ela no horário nobre. Tenho a impressão de que é isso.

Acredito que não houve críticas em relação à qualidade da programação porque esse não era o objeto da discussão.

Por fim, esta é a minha última consideração sobre isso: eu poderia novamente trazer o exemplo de Harry Potter. Do ponto de vista da qualidade técnica, de quanto se pagou e dos efeitos visuais, é inegável que, por exemplo, esse filme é de uma qualidade técnica muito superior ao filme feito por aqueles 11 diretores de cinema sobre o caso 11 de setembro, que teve a sua veiculação censurada em muitas salas de cinema nos Estados Unidos. Eles fizeram o filme com US\$500 mil, enquanto o outro custou milhões.

Há a necessidade de saber o que é arte, o que é preciso veicular e, em um país do tamanho do nosso, em que medida se pode veicular a mesma programação, saindo de um centro cultural com as suas características, que seja relevante para as outras regiões do País.

As pesquisas que fazemos na Andi mostram que há efeitos qualitativos muito grandes em matérias veiculadas por agência, no Maranhão, falando de uma escola no Leblon. E as pessoas – foi feito um grupo focal naquele Estado – nem imaginavam onde era aquilo e que relação tinha com a realidade do Maranhão. Quer dizer, nem se explicou que o Leblon fica no Rio de Janeiro, que é uma outra coisa.

Então essa diversidade é fundamental. E, no caso das pesquisas da Andi, por fim, verificamos que há uma nítida diferença de qualidade, do tipo de discussões públicas que ocorrem quando o principal grupo de mídia de um Estado “x” – pois a pesquisa da Andi é nacional – é controlado ou não pelo grupo que está no poder do Governo do Estado naquele momento. Há diferenças qualitativas fortíssimas no material jornalístico. Por isso, Chagas, há diferenças entre cair um avião de um jeito ou de outro nesses casos. A Andi tem mostrado isso há 10 anos.

Por fim, quando falamos de famílias e de empresas, se fosse o caso brasileiro, até o ano passado, teríamos falado a mesma coisa. Existem lugares em que a mesma empresa, no caso brasileiro, a mesma família, domina a concentração da audiência, a verba publicitária e todos os critérios que, internacionalmente, são

utilizados para medir concentração. No caso de Sergipe, por exemplo, a família que, por alguns artifícios, domina a rede transmissora da **Rede Globo** também domina a rede transmissora do **SBT**, ou seja, tem as duas maiores televisões naquele Estado. Nesse caso, nem são seis famílias, porque a mesma tem os dois. É complicado.

Agradeço muito e coloco-me totalmente à disposição para outros eventos e para esclarecimentos.

O SR. VENÍCIO ARTUR DE LIMA – Vou fazer uma única observação. Creio que o sonho de qualquer pessoa que pesquisa em qualquer área é trabalhar com os dados corretos, ter acesso a eles. Em países diferentes do nosso, sobretudo nessa área de comunicações, esses dados são acessíveis, estão disponíveis e, na maioria das vezes, não são questionados, porque são aceitos pela indústria, pelo mercado, pelos pesquisadores, etc. No nosso caso, para fazer um trabalho de 12 laudas, passei semanas procurando em jornais e revistas as informações que listei e as suas origens. Os dados não são de fácil acesso e, como vimos, são questionados. Não há interesse de que os dados estejam disponíveis.

Então faço um apelo público ao Conselheiro que levantou as questões referentes aos dados, Roberto Wagner, que, por favor, me apresente os dados corretos. Terei todo prazer e me sentirei cumprindo o meu dever de citá-los, ao lado dos outros. Os dados que estou usando aqui são, dentre outros, da Revista Meio & Mensagem, utilizados no mercado publicitário e na área de comunicações em geral. Mas, se o ilustre Conselheiro afirma que eles não estão corretos, gostaria de ter acesso aos dados corretos. E peço-lhe, publicamente, que, por favor, os envie para mim. Terei o maior prazer em publicá-los, alterando a perspectiva da análise, se os dados indicarem que isso deve ser feito, porque, com os dados que tenho, a análise que se pode fazer, por honestidade intelectual, é essa que apresentei aqui.

Muito obrigado.

CONGRESSO NACIONAL CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

9ª REUNIÃO DE 2003

DIA 3 DE NOVEMBRO DE 2003, SEGUNDA-FEIRA, ÀS 12H,
NA SALA Nº 6 DA ALA SENADOR NILO COELHO

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – A Drª Ana Luíza Fleck Saibro, desenvolveu sua vida profissional em Brasília. É bacharel em Jornalismo e em Letras, tradutora/intérprete pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, mestre em **Media and Communications**, pela London School of Economics, da Inglaterra. Desde 1998, ainda muito jovem, quase saída dos bancos escolares, é consultora legislativa do Senado Federal, responsável pela elaboração de projetos e de pareceres nas áreas de comunicação social e esportes, incluídas as matérias relativas a rádio, televisão e novas tecnologias de comunicação, bem como toda a legislação que regula o setor esportivo. Integrou o grupo técnico de trabalho que implantou a **TV Senado**, tendo sido responsável pelo suporte legislativo à criação dos demais veículos de comunicação da Casa. Assessorou a Comissão Especial Temporária de Rádio e Televisão, realizada no Senado Federal entre 1999 e 2000 para analisar a programação das emissoras. Participou da criação da Subcomissão Permanente de Rádio e Televisão do Senado Federal. Na consultoria legislativa foi, durante oito anos, coordenadora do núcleo responsável pela elaboração de trabalhos nas chamadas áreas sociais de especialização – saúde, educação, cultura e meio ambiente, além de comunicação e esportes. Em 2001, assumiu o cargo de consultora adjunta do Senado Federal, passando a ser responsável, juntamente com o consultor-geral, pela representação institucional do órgão, bem como pela supervisão técnica dos trabalhos e pela orientação legislativa aos Senadores. Foi Presidente da Associação dos Consultores Legislativos e de Orçamento do Senado Federal na gestão 91/93 e atualmente integra a diretoria da ALESFE como Vice-Presidente. Encontra-se licenciada das atividades do Senado Federal e reside na cidade de São Paulo.

Concedo a palavra à Drª Ana Luíza Fleck Saibro.

A SRª ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Boa-tarde a todos. Permitam-me, no início desta minha intervenção, expressar a minha emoção. Creio que não seria exagero dizer que minha trajetória profissional no Senado se confunde com a própria história deste Conselho, desde sua gênese, por ocasião dos debates sobre sua criação na Assembléia Nacional Constituinte, até sua tão esperada instalação no ano passado.

Recém-chegada ao Senado, no ano de 1988, ainda como aprendiz, acompanhei as negociações havidas sobre sua estrutura, competências, poderes e funções. Um pouco mais tarde, já em 1989, tive a honrosa oportunidade de participar da elaboração do primeiro projeto de regulamentação do Conselho, origem da Lei nº 8.389, de 1991, sob a orientação do saudoso Senador Pompeu de Souza.

O debate e o embate acerca do Conselho de Comunicação Social estavam apenas começando e durariam longos anos, como é do conhecimento dos senhores. Sem entrar no mérito sobre as conseqüências desse retardo para a democratização das comunicações, posso afirmar que, em certa medida, esse longo processo de negociações, entraves, avanços e recuos sobre sua instalação constituiu verdadeira escola de formação profissional na área. Desnudou os meandros subjacentes ao ambiente das comunicações, os interesses conflitantes, as diferentes visões de mundo, perspectivas e expectativas distintas a respeito do papel dos meios de comunicação de massa em nossa sociedade.

Não há como negar que a instalação do Conselho ou o retardamento de sua instalação tornou-se a emblemática desse confronto de forças e idéias existentes no meio. Até mesmo as circunstâncias que finalmente possibilitaram sua instalação tornaram evidentes essa realidade. Posso dizer a V. S^{as} que, ainda que este Colegiado não tenha as funções, os poderes sonhados por muitos de nós aqui, não há dúvidas quanto ao seu significado como espaço privilegiado de representação da sociedade junto ao Poder Legislativo Federal.

Por isso tudo, sinto-me honrada em poder contribuir, de alguma maneira, com o debate sobre questões indicadas por V. S^{as}. Devo admitir que ao ser contatada pelo Conselheiro Alberto Dines para fazer uma explanação sobre concentração nos meios de comunicação, solicitei-lhe um tempo para refletir. Avaliei que, após as intervenções tão competentes dos Professores Venício Lima e Guilherme Canela a respeito do tema, praticamente definitivas em termos de diagnóstico da questão, em minha opinião, pouco haveria a acrescentar como contribuição. Em boa hora, porém, decidi partilhar minha angústia com o Presidente deste Conselho, que, com a sua habitual e conhecida generosidade, convenceu-me de que poderia somar ao debate, analisando a questão não do ponto de vista acadêmico, mas trazendo à consideração de V. S^{as} a perspectiva da visão interna do Legislativo, do papel do Legislativo nessas questões.

Sem pretensão acadêmica, portanto, parto do pressuposto de que a análise de qualquer problema ou tema, uma vez identificado como merecedor de debate e, portanto, passível de aperfeiçoamento, deva iniciar por um diagnóstico seguido da concepção de caminhos, de instrumentos e meios que contribuam para o seu equacionamento. No caso específico, objeto do debate de hoje, parece já termos tido acesso ao diagnóstico, ressalvadas, evidentemente, discordâncias quanto a linhas de abordagem, perspectivas de análise e dimensão do problema.

Repito uma vez mais: considero que as explanações feitas pelos Professores perante este Conselho a respeito da concentração dos meios de comunicação de massa são abrangentes, compreensivas e constituem contribuições decisivas para situar o problema. Segundo esse raciocínio, o próximo passo a seguir, se me permitem, seria a discussão a respeito dos caminhos, dos instrumentos e dos meios para o seu equacionamento.

Tenho consciência de que, ao caracterizar a concentração dos meios de comunicação no Brasil como um problema, corro o risco de ser contraditada por alguns dos senhores. Mas considero que o fato de o tema merecer, neste momento,

a atenção concomitante deste Conselho e da FCC americana confere guarida a essa afirmação.

De toda maneira, admitida a existência da concentração na mídia, convém destacar as possíveis conseqüências daí advindas.

O Professor Canela, na outra reunião, apontou, como questão de fundo, o binômio pluralidade *versus* controle. Ou seja, questionou: como iremos tornar a mídia efetivamente plural para que se permita maior liberdade de expressão possível? E qual o grau de controle que estamos dispostos a aceitar para que isso se torne efetivo?

Na verdade, a esse respeito, a sociedade brasileira parece já ter feito sua escolha. Por meio de seus representantes no Congresso Nacional, aprovou princípios constitucionais que traduzem essa opção. Ao mesmo tempo em que resguarda o exercício da liberdade de expressão intelectual, artística, científica e de comunicação, vedando toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística, a Carta Magna cuida, em seu art. 220, de atribuir à Lei Federal a competência de estabelecer os meios que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações que contrariem o disposto no art. 221.

Por sua vez, o mencionado art. 221 estabelece os princípios a serem observados pelas emissoras de rádio e televisão em suas programações. Observe-se, portanto, ter a Constituição Federal estabelecido a regra e fixado as exceções, possibilitando, junto com o exercício da liberdade de expressão, a defesa da pessoa e da família no que diz respeito aos seus valores éticos e sociais. Estabeleceu igualmente objetivos a serem alcançados na comunicação ao admitir mantê-la sob a forma de concessão, processo aliás democrático por soma dos esforços da iniciativa privada do Estado e de instituições da sociedade, representada pelo Congresso Nacional neste processo.

Em outras palavras, a liberdade demanda responsabilidade, a bem de outros valores sociais igualmente prezados com os quais essa se deve harmonizar. Não se pode esquecer de que as emissoras de televisão, bem como as de rádio, são empresas com fé pública, com responsabilidades que transcendem as das empresas com fins meramente comerciais. Demonstrada a existência do marco constitucional desejável ou possível dentro de nossa sociedade, é forçoso reconhecer que a tradução desses preceitos para a legislação infraconstitucional não tem sido feita a contento.

Sem me alongar neste particular, poderia citar a falta de regulamentação dos artigos constitucionais, especialmente o 221, sem falar na grande lacuna que constitui a demora na edição da tão necessária Lei de Comunicação Eletrônica de Massa.

Seria redundante lembrar aos senhores a importância dessa regulamentação sobre os desafios e problemas que estão colocados em um

ambiente que convive com TV aberta e TV paga e já vislumbra a chegada da transmissão por via digital.

Conquanto prestem serviços da mesma natureza, transmitindo conteúdo, em muitos casos transmitindo os mesmos programas, são regulados como serviços distintos sujeitos a normas e exigências próprias dos serviços de radiodifusão – no caso da TV aberta – e do serviço de telecomunicações – no caso da TV paga.

Como enfrentar essas questões?

De outra parte, do ponto de vista do Legislativo – e este é um enfoque que me proponho a dividir com V. S^{as} –, problema de natureza semelhante se coloca. A partir da promulgação da Constituição de 1988, o processo de outorga e renovação das concessões, permissões e autorizações para exploração de serviço de radiodifusão passou a exigir, nos termos do art. 223, para produção de efeitos legais plenos, a deliberação do Congresso Nacional sobre os atos praticados pelo Executivo.

Desde então, a apreciação dos referidos processos realiza-se em duas fases distintas e independentes: uma, no Executivo, e outra no Legislativo, submetida a exame bicameral.

Atendidas, portanto, as exigências fixadas pelo Poder Executivo, com base no Código Brasileiro de Telecomunicações e nos diplomas legais supervenientes que os alteraram e modificaram, os processos são submetidos à deliberação do Congresso e encaminhados mediante mensagem presidencial, nos termos do art. 49.

Observa-se, pois, que, ao chegar ao Congresso Nacional, o ato praticado pelo Executivo configura mero ato administrativo, só passando a constituir ato jurídico perfeito, e, portanto, com plenos efeitos legais, após a observância de todas as exigências estabelecidas pelas esferas competentes, não se encerrando, pois, com o processo de habilitação realizado no âmbito daquele Poder.

Tal exigência se aplica a todos os serviços de radiodifusão, no qual se incluem os de onda média, curta, tropical, frequência modulada e televisão. Mais recentemente, a esse foi agregado o serviço de radiodifusão comunitária, instituído pela Lei nº 9.612, de 1998.

Excluem-se dessa obrigatoriedade os atos concernentes ao serviço de televisão por assinatura, já que são definidos pela legislação brasileira como serviços de telecomunicações.

Submetidos à deliberação do Congresso, os atos do Executivo são objeto de exame subsequente e independente pelas duas Casas Legislativas. Tal apreciação obedece, em cada Câmara, a critérios e formalidades próprios, instituídos na Câmara dos Deputados pelo Ato Normativo nº 1, de 1999, da

Comissão de Ciência e Tecnologia, e no Senado Federal, pela Resolução nº 39, de 1992.

Configuram-se, portanto, como atos normativos internos, criados para adotar as duas Casas do Congresso dos parâmetros necessários ao cumprimento do rito estabelecido pela Constituição.

No âmbito do Senado Federal, a Resolução nº 39, de 1992, relaciona uma série de informações a serem prestadas e exigências a serem cumpridas pela entidade pretendente, bem como pelo Ministério das Comunicações, que devem instruir o processo submetido à análise da Comissão de Educação.

Essa norma interna procurou dar eficácia aos mandamentos consagrados nos arts. 220 e 221 da Constituição Federal, no que se refere ao caráter educativo, cultural e ético que deve ser conferido à programação veiculada pelas emissoras.

As exigências de informações sobre a programação que vem sendo exibida, nos casos de renovação e de proposta de programação a ser exibida nos casos de outorga, visam evitar o desvirtuamento do uso do serviço, de modo que não haja exploração estritamente comercial das emissoras.

Não obstante a boa intenção do legislador, é forçoso reconhecer que a Resolução de nº 39 falha no sentido de que tais exigências signifiquem a tradução dos princípios constitucionais em preceitos basilares a serem seguidos pelas emissoras de rádio e televisão e suas produções e programações.

De natureza declaratória, tais exigências reduzem-se à ineficácia e não permitem o acompanhamento, por exemplo, da qualidade da programação que vem sendo veiculada pelas emissoras.

De outra parte, as alterações pelo poder concedente dos critérios para habilitação e escolha dos proponentes a executantes do serviço de radiodifusão estabeleceram uma nova sistemática de procedimentos que a norma interna do Senado Federal não prevê. A introdução de princípios tais como a licitação, o pagamento pelo uso da frequência, além de cláusulas como critérios de pontuação baseados no tempo destinado a determinado tipo de programação exigem, de fato, adequação da norma interna do Senado Federal.

Note-se, além disso, que tal norma, por ser anterior ao surgimento do serviço, não contempla critérios que permitam uma análise específica dos atos referentes à radiodifusão comunitária.

Admitida a necessidade da revisão da Resolução nº 39, é preciso refletir a respeito dos parâmetros sobre os quais essas alterações devem repousar. Nesse particular, dois caminhos podem ser vislumbrados, dependendo do entendimento que se tenha acerca da participação do Congresso Nacional na análise dessas concessões.

A visão que se tiver do papel do Legislativo e, mais especificamente, do Senado Federal nesse processo determinará o teor da nova norma interna. Em verdade, ao longo do tempo, não têm sido poucas as propostas legislativas apresentadas que deixam transparecer o embate acerca dessa questão. Em geral, as sugestões de alteração das normas internas que regulam a apreciação dos atos de outorga e renovação baseiam-se na perspectiva da modernização e desburocratização dos procedimentos.

Recentemente, a morosidade na tramitação dos processos de autorização para a execução dos serviços de radiodifusão comunitária foi usada como argumento recorrente para, até mesmo, eliminar a necessidade de deliberação do Legislativo nesses casos. A eliminação dessa etapa na tramitação dos processos de autorização para a execução dos serviços de radiodifusão comunitária parece-nos, evidentemente, inapropriada.

Em nome de uma eventual simplificação burocrática, estar-se-iam privando a sociedade brasileira e os próprios interessados nos atos de autorização de uma instância que confere maior visibilidade e acessibilidade aos procedimentos de licenciamento. Argumentos como necessidade de descongestionamento da pauta do Congresso e simplificação burocrática, parecem não se sustentar como justificativa para o alijamento do Legislativo do processo de outorga dos canais de rádio e televisão.

Em primeiro lugar, a exigência de deliberação pelo Congresso dos atos de outorga e renovação praticados pelo Executivo têm contribuído, sem sombra de dúvida, para imprimir novos rumos ao processo de escolha dos proponentes à exploração do serviço.

A participação do Legislativo, no caso do Senado Federal especialmente o preceito que faculta à Comissão de Educação a convocação de audiências públicas, embora raramente utilizada, permite que autoridades e lideranças das localidades proponentes à exploração dos serviços se manifestem e participem da instrução das matérias; confere dinâmica mais transparente e democrática a todo o processo.

No que se refere à modernização ou atualização dos procedimentos às normas legais mais recentes, deve-se observar que a Câmara dos Deputados, ao editar o Ato Normativo nº 01/99, já adequou seus critérios para a análise dos atos de concessão para o serviço de radiodifusão, prevendo inclusive parâmetros próprios para a deliberação sobre pretendentes ao serviço de radiodifusão comunitária.

Dessa maneira, a norma interna da Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara exige que as entidades proponentes à renovação ou outorga apresentem, entre outros, demonstrativos de qualificação técnico-econômico-financeira, regularidade fiscal e previdenciária, além de certidões pessoais dos sócios e dirigentes das entidades.

Caminho semelhante poderá ser seguido pelo Senado Federal, se a opção que se fizer for a da mera atualização dos critérios e exigências para adequar

a evolução da legislação que disciplina a matéria nos últimos dez anos. No entanto, nesse caso, em nosso entendimento, o Congresso Nacional estará incorrendo em uma duplicação de ações no exame dessas documentações.

Parece-me sem sentido que o Senado Federal proceda à mera repetição de procedimentos já realizados pela Câmara dos Deputados. Consideramos que a vocação revisora da Câmara Alta deva, nesse particular, ir mais além do que a simples revisão da correção documental.

Assim sendo, uma vez que a Câmara já exige dos proponentes a documentação que deve instruir os processos, consideramos necessária uma reflexão mais profunda acerca da participação do Senado nesse processo. O ponto de partida para esse debate deverá ser, evidentemente, a identificação dos critérios que permitam verificar o cumprimento dos mandamentos constitucionais no que se refere aos meios de comunicação de massa.

Essa é a reflexão que trago à consideração de V. S^{as}. Minha intenção foi apenas a de chamar a atenção para um aspecto pouco discutido nos debates que tenho acompanhado sobre os meios de comunicação.

Ainda que as normas internas que balizam a apreciação desses atos pelo Congresso Nacional não constituam instrumentos de regulamentação *stricto sensu*, delas dependem, em última análise, o parecer, a decisão sobre a delegação que se estará fazendo em nome da sociedade a determinado proponente para a prestação de serviço de comunicação de massa.

Se é verdade – e pessoalmente considero que é –, como salientou o Professor Venício Lima em sua exposição perante este Conselho, que, numa sociedade com pluralidade de proprietários e diversidade de conteúdo na mídia, estariam asseguradas as condições indispensáveis para que se constitua uma opinião pública livre e autônoma por meio do debate de idéias, é preciso que o Congresso Nacional esteja instrumentado para assegurar que isso realmente se torne realidade na sociedade brasileira.

Era o que gostaria de dizer. Muito obrigada. (Palmas.)

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Sr. Presidente, cumprimento também a ilustre conferencista. Sou de opinião de que no Brasil às vezes tentamos ressuscitar algo que não existe ou ressuscitar o que já existia e está morto. No caso específico da discussão de concentração na mídia, nunca houve qualquer andamento judicial. Não existe processo nos tribunais, no Cade ou na SDE. Existem concentração com propriedade cruzada, concentração sem propriedade cruzada e propriedade cruzada sem concentração. No Brasil, existe propriedade cruzada sem concentração. Portanto, quem fala em concentração de mídia no Brasil certamente é alguém que não buscou entender o que ocorre nos meios de comunicação no nosso País.

É o caso específico das duas maiores cidades: Rio de Janeiro e São Paulo. Em São Paulo, o maior jornal é de uma empresa, a **Folha de S.Paulo**; a maior rede de televisão é a **Rede Globo**; a maior revista é a **Veja**. E deve haver em São Paulo aproximadamente 60 rádios. Portanto, existe propriedade cruzada, mas não existe concentração. No Rio de Janeiro, a maior rede de televisão é a **Rede Globo**; a maior revista local é a **Época**; o maior jornal é **O Globo**. Em tese, no Rio de Janeiro, haveria concentração, mas a propriedade cruzada é contaminada pela concentração; e a concentração, pela propriedade cruzada.

No primeiro momento desta reunião, foi dito que devemos estudar o assunto, pois existe concentração em algumas cidades do interior do País. Citaram-se a cidade de Santos e uma cidade no interior do Maranhão. Cito também a capital do Amapá. Conheço a cidade de Macapá, onde, de fato, existe concentração em televisão. O mesmo proprietário possui a **Record** e o **SBT** e agora adquiriu a **Bandeirantes**.

No caso específico da **Rede Globo**, essa possui uma audiência média de 32%. Ora, se 32% dos expectadores estão ligados na **Rede Globo**, 68% não estão. Sempre que o assunto vem à tona, certamente é dirigido à **Rede Globo de Televisão**. Sempre digo que a **Rede Globo de Televisão** não possui concentração exatamente porque não detém o maior jornal, porque não detém cadeia de rádio que supere as outras, porque sua revista não é majoritária no País e porque detém apenas 32% da audiência média.

Quando o Conselheiro Alberto Dines trouxe o assunto à tona, eu já me havia posicionado. Creio que o Conselho possui tantos assuntos importantes para decidir que não valeria a pena ficar tentando ressuscitar um assunto que, nos Anais dos nossos tribunais, nos fóruns competentes – no caso, o CADE –, nunca veio à tona.

Quero encerrar, lembrando o conferencista Canelas, da UNB. No final de sua apresentação, ele trouxe um exemplo; parece-me que citou Thomas Jefferson, debatendo a favor da tese de que há concentração. Ele deu o seguinte exemplo, colocando essas palavras na boca de Jefferson: se eu tivesse que escolher um país em que existisse só um jornal ou só uma televisão ou só um governo; que tivesse um jornal, mas não um governo, ou um governo sem jornal, posicionaria a favor daquele em que não haveria governo, mas um jornal.

Isso seria o cúmulo da concentração, porque não haveria dois jornais, nem televisão, nem rádio, nem governo. De sorte que fico muito receoso quando esse assunto vem ao Conselho, sobretudo com divagações acadêmicas, fora da realidade do nosso País.

Quero insistir mais uma vez, Sr. Presidente: esse assunto, no meu entendimento, é recorrente, não-existente nos Anais dos nossos tribunais, nem no foro competente, que seria o CADE, onde, certamente, empresas que estivessem sendo prejudicadas pela concentração do concorrente, bateriam, ou por *dumping*, ou por excesso de abuso do poder econômico.

Era o que tinha a dizer, Sr. Presidente.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Antes de passar a palavra à Dr^a Ana Luiza, gostaria de fazer uma breve exposição.

Esse é um tema que, na visão do Conselho, está na ordem do dia no mundo. Estou reiterando isso. Sempre cito a Itália e os Estados Unidos, porque são visivelmente dois modelos de organização de meios de comunicação que muito se assemelham ao Brasil. Diferentemente do resto do mundo, onde o modelo ainda é predominantemente estatal e agora está se abrindo. Quem lê a **Legge del Sistema Radiotelevisivo Pubblico e Privato italiano** observa que seus 16 primeiros artigos tratam basicamente da concentração, com uma série de inflexões, porque foi construído para bloquear a presença do Grupo Agnelli na Itália, sócio da maior editora italiana, a Rizzoli; já concentra os maiores jornais italianos, entre eles, o maior de todos, o **Corriere della Sera**, de Milano, e buscava chegar às televisões, com a compra da **Telemontecarlo**. O resultado operacional é que, hoje, o Presidente da Itália é um magnata da comunicação, o Silvio Berlusconi, que tem televisões na Itália e na Iugoslávia, a **Capodistria**, a três quilômetros da fronteira, e que apesar de estar na Iugoslávia, faz emissões em italiano, com anúncios de produtos italianos. Na Bolívia, aqui pertinho, o atual Presidente é chefe do maior conglomerado de mídia. A resolução da FCC de 2 de junho é fundamentalmente calcada no tema da concentração dos meios de comunicação.

Então, esse é um problema que tem um viés de tempo, Conselheiro Roberto Wagner. Aqui não estamos preocupados só com o passado e o presente; minha percepção é a de que o Conselho deve se preocupar com o futuro também. Esse é um tema recorrente. O Conselho já definiu que o espaço onde há mais intersecção do problema da concentração com a democracia são as pequenas localidades. Esse é um tema fundamental, que, no mais, começa a interessar ao Governo como um todo.

Quero lembrar, por exemplo, que o Rupert Murdoch – australiano de nascimento, tomou conta da Inglaterra com o **Grupo Sky**, lá deixou os filhos, e chegou nos Estados Unidos. Descobriu então que, para ser controlador, precisaria ser americano. Naturalizou-se americano e tem, hoje, o **Grupo Fox**, talvez o maior do país. Aqui já participa da **Sky**, junto com a **Globopar**, a partir das **News Corporation** e está em vias de ter participação na **Direct TV**, pela aquisição nos Estados Unidos da **Hughes Electronics**.

Essa compra da **Hughes** está sendo estudada agora pela Federal Trade Commission americana, e também, no Brasil, pelo CADE, por exigência do art. 7º da Lei nº9.472, de 1991. É algo que preocupa para o futuro. Pessoalmente, penso que o Conselho faz bem em se ocupar desse assunto.

Passo a palavra à Dra. Ana Luiza Fleck Saibro, para que se pronuncie a respeito das considerações do Dr. Roberto Wagner.

A SRª ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Conselheiro Wagner, Presidente, creio que não me cabe discutir a pertinência ou a oportunidade de o Conselho examinar essa questão. Isso, na verdade, não me cabe.

O que eu quis foi alertar V. Sªs, trazendo a minha visão do papel do Congresso Nacional nessa questão de assegurar a diversidade e a pluralidade do conteúdo dos meios de comunicação. Essa foi a minha intenção, apenas.

O SR. GERALDO PEREIRA DOS SANTOS (Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo) – Obrigado, Sr. Presidente

Agradecemos a belíssima exposição da Drª Ana Luiza. Nossa intervenção eu dividiria em dois pontos. Primeiramente, estamos observando, há algum tempo, e não muito tempo, uma certa preocupação principalmente pelas emissoras de televisão, quase todas, em apresentar para os telespectadores uma espécie de prestação de contas. Isso eu separei do momento de comemoração do aniversário de introdução da televisão no Brasil.

Queria focar, e aí provocar a conferencista, se isso tem algum viés de outro tipo de conotação. Vamos percebendo que algumas emissoras, quase todas, mas algumas com maior teor, vêm se preocupando sistematicamente em apresentar ao telespectador que contribui socialmente, contribui com educação, contribui com temas regionais, ou seja, que tais emissoras estão, de fato, cumprindo o seu papel social.

Isso nos incomoda um pouco, porque são emissoras com 50 anos, por exemplo – que, inclusive, enviará um representante aqui no mês que vem para fazer uma exposição – como a **Rede Record**, e outras com 25, com 15, com 10 anos. Em um momento como esse, isso está sendo um ponto de preocupação, que antes não era.

Temos consciência de que, na verdade, o papel social, principalmente das televisões, está muito aquém do que poderia ser feito à população brasileira. Não sei se V. Sª está acompanhado o assunto, se já fez alguma análise, mas o fato é que estamos percebendo uma preocupação sistemática das televisões em se apresentar ao telespectador como cumpridoras do seu papel social.

Lembro que isso ocorre quase concomitantemente com a instalação do próprio Conselho. E outros pontos similares como a campanha contra a baixaria e outras questões.

O outro ponto é justamente sobre o que V. Sª se propôs a apresentar, que é o papel, a contribuição e a atribuição do Congresso Nacional sobre a questão, cumprindo, no caso, os seus preceitos constitucionais. Não tenho números exatos, Doutora, mas lemos notícias, aqui e ali, que, na verdade, não podemos afirmar se estão próximas ou distantes da verdade, de que temos, no Congresso Nacional, um número considerável de Parlamentares envolvidos, direta ou indiretamente, com

emissoras de televisão, rádio e jornal. É um fato. Eu não poderia afirmar, não vou arriscar, porque não tenho esse dado exato, o quanto isso representa.

Diante dessa complexidade de caminhar passo a passo para democratizar a comunicação neste País em todas as suas formas, não seria esse ponto específico – que não sei a que monta isso representa um complicador –, não querendo colocar em cheque, absolutamente, a honestidade de ninguém, evidentemente, interesses estão em jogo.

Como a Doutora analisaria essa questão? Também, se pudesse falar um pouco sobre a primeira, eu agradeceria.

A SR^a ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Obrigada pelas suas colocações.

Quanto à primeira pergunta, acredito que essa sua percepção com relação à atitude das emissoras de estar querendo enfatizar o cumprimento do lado social da legislação tem muito a ver com a instalação do Conselho, com certeza. Nas reuniões anteriores, ouvi algumas lamentações de falta de poderes deliberativos, mas penso que a representatividade deste Conselho, enquanto espaço privilegiado de representação da sociedade, é inegável.

De qualquer maneira, além disso, há uma evolução da conscientização da população com relação não somente a isso. Até vou dar um exemplo. Estou estudando mais – e por isso estou afastada do Senado neste momento – o Estatuto do Torcedor de Futebol. E as coisas mudam muito quando as pessoas têm um fórum ou um instrumento legal que as ampare nessas questões. E é evidente que isso tem a ver com a instalação do Conselho, com certeza.

A segunda questão diz respeito à dificuldade na legislação interna do Senado, à morosidade na apreciação. Nessa tentativa de desburocratização da tramitação dos processos, recentemente, o Senado aprovou um parecer da CCJ mudando a sistemática de apreciação dos projetos de decreto legislativo. Atualmente, no Senado, eles têm parecer terminativo na Comissão de Educação, a exemplo da Câmara. Antigamente não era assim: ele ia a Plenário e agora não vai mais. Só em casos excepcionais, por recurso.

Evidentemente, isso é um embate de forças e um debate que começou em 1988 e não acaba, não acabou. Acredito que é uma evolução. Não acredito que, especificamente, essa questão de os Parlamentares serem proprietários de emissoras de rádio e televisão seja o maior complicador. Não acredito mesmo. Acredito que existem visões de mundo diferentes, interesses diferentes. Mas isso é emblemático. Começou em 1988 e não é novidade, na verdade.

O SR. PAULO MACHADO DE CARVALHO NETO (Representante das empresas de rádio) – Sr. Presidente, Srs. Conselheiros, eu queria saudar a Dr^a Ana Luiza Fleck Saibro pelo seu pronunciamento, mas não poderia deixar passar esta oportunidade sem me manifestar após ter ouvido as palavras do Conselheiro Geraldo dizendo que as tevês não cumprem com a sua obrigação. Quero reafirmar

que elas cumprem, e cumprem ao longo de toda a sua história. Uma das empresas citadas por ele, a **TV Record**, que tem 50 anos de existência e na qual vivi por 40 anos, tenho convicção absoluta, sempre cumpriu com a sua obrigação social. São inúmeros os casos, ao longo de todo o Brasil, de todas as emissoras de televisão que fazem e cumprem com o seu papel na educação, no entretenimento, na informação com absoluta imparcialidade.

É isso, Sr. Presidente.

O SR. RICARDO MORETZSOHN (Representante da sociedade civil) – Parabéns pela exposição.

Eu havia me inscrito para pedir que a senhora nos fizesse uma avaliação deste Conselho de Comunicação Social. Mas na resposta anterior já foi manifestado o que me interessava.

Ocorreu-me outra questão que eu também gostaria de manifestar para V. S^a, pegando carona no que o Conselheiro Geraldo nos trouxe. V. S^a tem alguma análise sobre a concentração da mídia, ou como tem sido chamada a democratização da comunicação no Brasil? Como isso está repercutindo na sociedade? Esse é um debate entre quatro paredes ou tem alcançado o tecido social?

A SR^a ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Sinceramente, considero que está entre quatro paredes ainda. Infelizmente, penso assim. As pessoas que se dedicam a essas questões, na maioria das vezes, conhecem-se e encontram-se porque é um número reduzido ainda. Aqui no Senado, tenho experiência sobre várias visões a respeito do tema, principalmente dentro da Comissão de Educação. Mas, juntando um pouco com a sua questão anterior, considero que o papel do Conselho é basicamente este: derrubar as quatro paredes e fazer um debate com a sociedade. Esse é o papel fundamental do Conselho.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (Representante da categoria profissional dos jornalistas) – V. S^a tantas vezes ajudou a desvendar os bastidores do Congresso no sentido de superar as resistências em relação ao Conselho de Comunicação Social.

Tem sentido simbólico a sua exposição aqui porque é uma comprovação não só da firmeza do Conselho, mas também de um esforço que se começa a fazer aqui por um conjunto de entidades da sociedade para desvendar, também por meio do Conselho, a realidade das telecomunicações, procurando criar condições para que os problemas da área sejam tratados de forma mais clara; que os conflitos de interesse sejam evidenciados, e que se criem condições para que, na sociedade, surjam alternativas e essas sejam trazidas como contribuição ao Congresso Nacional e também ao Poder Executivo.

Em relação à concentração no Brasil, eu gostaria de fazer um registro, destacando que essa concentração é das mais intensas em relação ao que ocorre em boa parte dos países, especialmente aqueles que têm democracias

representativas. Essa concentração é tanto de veículos quanto de mercado; ela desarmoniza a comunicação social como elemento que deveria ser de afirmação da pluralidade. Ou seja, a pluralidade que existe na sociedade não se faz representar na mídia.

Sendo esse o principal problema que poderíamos caracterizar como o problema que exige uma democratização da comunicação no Brasil, não podemos deixar de registrar que existe uma maior permeabilidade em todos os setores, inclusive o empresarial, em debater essas questões. Isso é evidenciado não somente pela presença dos diversos setores no Conselho de Comunicação Social, como também pelo alargamento dos debates que têm se verificado nos últimos anos.

Essa concentração é alicerçada no principal veículo de comunicação, que é a televisão aberta e que representa quase dois terços do mercado de comunicação no Brasil. Das verbas publicitárias investidas no Brasil, perto de 60% são destinadas à televisão. Esse papel preponderante da televisão e, por consequência, das redes de televisão faz com que, em torno das redes, se concentre um conjunto de veículos de comunicação que, no plano nacional e principalmente no plano regional, estrutura uma forma altamente concentrada de televisão.

Citarei alguns números, que são do início do ano passado e já têm alguma defasagem. Além das 249 emissoras de TV que integram as redes nacionais, 139 grupos regionais afiliados às redes aglutinam 46 jornais, 10 emissoras de TV em UHF, 109 emissoras de rádio AM, 155 emissoras de rádio FM e 2 emissoras de onda tropical. Os grupos cabeças de rede geram a programação das redes nacionais e controlam diretamente 45 emissoras de TV, 5 UHF, 13 emissoras AM, 29 emissoras FM e 4 jornais. Então, restam, no Brasil, cerca de 400 jornais diários e mais de 2000 emissoras de rádio e de televisão. A vida é muito dura para esses jornais diários e para essas emissoras de rádio AM e FM que se espalham por todo o Brasil e que não têm os benefícios de integrarem as redes de televisão.

A realidade da concentração é inequívoca no Brasil. A concentração que se verifica no plano nacional se reproduz de forma quase simétrica no plano regional, com as emissoras de rádio e os jornais ligados aos grupos regionais que são ligados às redes nacionais de televisão, reproduzindo, de modo geral, o poderio desses grupos no plano regional, traduzindo uma hierarquia de presença em cada plano regional.

Portanto, se não temos ainda elementos de regulamentação do princípio do monopólio e do oligopólio e, como referiu num debate o nosso Conselheiro Carlos Chagas, há falta de uma especificação do conceito de complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal, temos elementos muito frágeis para intervir nessa questão da concentração atualmente.

Assim, eu gostaria de dirigir duas perguntas para a nossa expositora. Em primeiro lugar, pergunto sobre essa diferenciação feita em relação a

telecomunicações e radiodifusão, por meio da Emenda Constitucional nº 8, que, na minha opinião, estabeleceu uma distinção entre elas apenas para efeitos muito específicos, que são determinados pela Constituição. Ela não criou um conceito novo nem de telecomunicações nem de radiodifusão. No entanto, essa dúvida gerada em função dessa especificação que foi feita na Constituição, dá margem a uma caracterização distinta dos grupos de comunicação. Para os efeitos que nos interessam debater, por exemplo, está a aglutinação, em um determinado grupo de TV a cabo ou outra modalidade de serviços de TV por assinatura com jornal, mas, especificamente em relação à TV e ao rádio, a questão passaria a ser descaracterizada. Eu gostaria de saber a sua opinião a respeito da polêmica ainda hoje persistente em relação aos conceitos de radiodifusão e de telecomunicações.

A segunda questão é em relação à forma como os critérios para apreciação dos processos de outorga e de renovação tratam do acúmulo de propriedade por empresas que, embora formalmente distintas, integram grupos que têm atuação caracterizada publicamente, inclusive, como grupo. Nessa condição, exorbitam os limites fixados pela legislação vigente. No caso das TVs em VHF é de cinco no Brasil, duas por Estado. No entanto, a maior parte dos grandes grupos de televisão existentes no País exorbita esses limites de forma explícita. Eu gostaria de perguntar se nos critérios para renovação de outorgas e renovações o quesito de cumprimento da legislação vem sendo considerado.

A SRª ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Conselheiro Daniel, vou começar pela última pergunta.

Falei anteriormente, em minha explanação, que as normas, os critérios e formalidades constantes da Resolução nº 39 são meramente declaratórios. Estou falando porque conheço o Senado e este confia, vamos dizer assim, nas declarações do Ministério das Comunicações. O que chega aqui é considerado verdadeiro, não há por que não sê-lo. Então, a norma interna não tem parâmetro, não tem condições de aferir o cumprimento desse tipo de concentração ou de propriedade. Não há dispositivos nesse sentido.

Minha preocupação é exatamente com relação ao papel que o Senado vem exercendo no sentido de homologar, praticamente, todos os processos que vêm para a deliberação desta Casa. Por exemplo, a possibilidade de serem realizadas audiências públicas para debater a questão, por ocasião da análise dos fatos, ocorreu, que me lembre, uma vez só, quando da análise da concessão da antiga **TV Manchete**, **TV Ômega**. Foi a única vez. Foi motivado não por esse problema, mas por conta do contencioso trabalhista da **Manchete**. Foi a única vez, que me lembre, que houve audiência pública para instrução do processo. Na minha avaliação, essa norma do Senado é insuficiente e ineficaz nesse sentido.

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – Drª Ana, fiquei completamente satisfeito com a exposição e com as respostas de V. Sª. Eu gostaria de fazer apenas um reparo. V. Sª referiu-se a reuniões anteriores onde teria ouvido lamentações a respeito de nossa falta.

A SRª ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Creio que a lamentação é minha, talvez. Foi um ato falho.

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – Vamos trocar o verbo. O que há é indignação. Muito obrigado.

A SRª ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Creio que a lamentação é minha mesmo.

O SR. FERNANDO BITTENCOURT (Engenheiro com notório conhecimento na área de comunicação social) – Sr. Presidente, Drª Ana, eu gostaria de fazer não uma pergunta, mas uma explanação para enriquecer o debate. Falarei sobre uma experiência que tive neste mês de outubro. Estive em um congresso, em Genebra, sobre telecomunicações promovido pela ITU, que é o maior congresso de telecomunicações e acontece de quatro em quatro anos.

Impressionou-me muito verificar nesse congresso – é uma feira enorme – que dois terços dos assuntos debatidos e dois terços dos equipamentos dos sistemas expostos estavam relacionados com a oferta de serviços de multimídia, ou seja, para os sistemas de telecomunicação oferecerem conteúdo de vídeo. Em alguns países, como a Coreia e o Japão, isso já é realidade. Muitas pessoas consomem multimídia por meio da rede de telecomunicações, ou seja, esta já não é uma rede que possibilita apenas conversas pelo telefone; é uma rede que oferece conteúdo multimídia de vídeo **on demand**, ou seja, a pessoa assiste ao programa que quiser na hora em que quiser, em televisão aberta ou em televisão a cabo de qualquer país.

Isso vai chegar ao Brasil algum dia – devemos ter uma visão otimista. Imagino que essa seja uma discussão conceitual de futuro. Teremos essa tecnologia e esse tipo de serviço. Eu diria que isso tem muito a ver com a discussão que haverá daqui a pouco sobre TV a cabo, disponível para os milhões de brasileiros que têm telecomunicação em casa. E aqueles que não a têm ainda vão tê-la. Imagino que a inclusão digital vai acontecer, a economia vai crescer e as pessoas vão ter isso em casa.

E a minha preocupação é que não temos, assim como muitos países, um controle sobre esse conteúdo, porque a Internet é meio descontrolada e é tudo sobre IP.

Eu estaria muito mais preocupado com isso, numa visão de futuro, do que com a concentração de mídia, objeto da discussão hoje. Devemos nos preocupar, sim, com a invasão de conteúdos absolutamente sem controle, em português ou em inglês, os quais estarão na casa dos brasileiros sem regulamentação, se não fizermos alguma coisa. Estou muito mais preocupado com isso do que com a concentração pontual de mídia, que existe hoje.

Como o Presidente mencionou, na visão dos Estados Unidos, a grande polêmica é exatamente esta: A **News Corporation**, ou Murdoch, não é vista como

americana. Eles têm medo de que alguém que não seja americano domine a mídia ou tenha preponderância sobre o conteúdo, sem o controle dos americanos. Estou muito mais preocupado com a invasão de cultura, com a invasão de conteúdo fora do Brasil, ou até aqui dentro, sem regulamentação, do que com qualquer outra coisa.

A SR^a ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Conselheiro, concordo plenamente com o senhor. Essa questão está sendo discutida no mundo todo, mas penso que, há questões e problemas anteriores à “invasão internacional de conteúdo na sociedade” – nesse ponto ainda estamos engatinhando – há outras questões. Não estou preocupada com a concentração da mídia. Na minha avaliação – não falei em concentração; falei em diversidade e pluralidade –, não conseguimos acompanhar internamente essa discussão; ela é anterior à invasão internacional. Se o senhor me permite, esta é a minha opinião: o Congresso não tem acompanhado isso a contento, como deveria. Penso que na Câmara, principalmente, haverá a iniciativa de discutir a programação. É evidente que a posição do Congresso no sentido de o Senado acompanhar ou discutir o conteúdo é polêmica ainda. Não decidimos qual a opção que se vai fazer nesse sentido. Há uma questão anterior a essa análise da invasão intelectual. Isso nos preocupa evidentemente, mas há discussões anteriores, se o senhor me permite.

O SR. GERALDO PEREIRA DOS SANTOS (Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo) – Obrigado!

Sr. Presidente, para que não paire dúvida alguma, temos preocupação com os registros escritos e audiovisuais das reuniões. Em nenhum momento da nossa fala inicial dissemos que as TVs do País não fazem absolutamente nada em relação à contrapartida social. Afirmamos e reiteramos que o que foi feito e o que é feito está muito aquém do que poderia ser feito. Vamos dar apenas um exemplo aqui, para ilustrar essa afirmação. Temos um arquivo imensurável de obras audiovisuais independentes no País, de longas-metragens, documentários e curtas-metragens que, a continuar como estamos, o grande público no Brasil jamais os verá. São obras riquíssimas, belíssimas, que poderiam contribuir bastante com a educação, a formação e a informação do povo brasileiro. A continuar como estão, as TVs não exibirão essas obras independentes. Esse é só um registro que faço.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Sr. Presidente, o nobre Conselheiro Daniel fez referência à hipótese de o Congresso Nacional homologar outorgas a proprietários de televisões fora do limite constitucional.

A ilustre conferencista fez a ressalva, admitindo que o Ministério das Comunicações jamais poderia encaminhar uma ilegalidade ao Congresso Nacional, qual seja, que o Ministério das Comunicações tivesse examinado e verificado que o titular de cinco outorgas tivesse recebido no Ministério das Comunicações autorização para uma sexta ou sétima outorga e teria mandado isso para o Congresso, que não tem poderes de verificar uma possível ilegalidade vinda do Ministério das Comunicações.

Em nome das televisões que represento, quero dizer que nenhuma televisão brasileira jamais faria tal coisa; tentar, junto ao Ministério das Comunicações, uma ilegalidade. E, mais do que isso, imaginar a hipótese de o Ministério das Comunicações, sabedor de uma ilegalidade, remetê-la ao Congresso Nacional pensando em burlar a fiscalização do Congresso Nacional, aprovando outorgas num limite maior do que o previsto na Constituição.

Como o Conselheiro Geraldo disse – ele está preocupado, como eu – essas sessões são gravadas, e pairou na minha cabeça a hipótese de alguém que nos esteja vendo e ouvindo imaginar que seria possível uma ilegalidade de tal monta, feita por uma empresa ou por detentores de outorgas, com a conivência do Ministério das Comunicações, aproveitando de uma insegurança de verificação do Congresso Nacional.

Isso não é possível, por dois motivos, reitero: um, nenhuma empresa de televisão no Brasil jamais tentaria fazer algo semelhante; dois, o Ministério das Comunicações é absolutamente cioso nisso, ele aprova, faz publicar no Diário Oficial, de sorte que essa hipótese de haver pessoas detendo mais de cinco concessões no Brasil, ao arrepio da Constituição, não é verdadeira, não é aceita.

Queremos deixar muito claro que não imaginamos essas hipóteses, de a empresa fazer isso e o Ministério ser conivente.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Temos alguns movimentos no mundo que estão bastante claros. Primeiro, a ausência de um protocolo mundial sobre Internet, com alguns problemas muito específicos que opõem neste momento a visão americana da visão européia. Talvez, não tenha chegado o momento técnico de começar a engessar a Internet. Talvez ela deva fluir um pouco mais livremente. O fato é que não temos ainda consciência internacional sobre um modelo de gestão da Internet.

Em segundo lugar, tem-se também a decadência da dicotomia histórica tradicional entre quem produz conteúdo e quem transmite esse conteúdo. A tendência parece sinalizar em direção a megagrupos, que se inclinam a constituir uma unidade fortemente voltada a produzir o grosso do conteúdo, inclusive comprando empresas de cinema.

O terceiro é a tendência visível nos meios de comunicação para a concentração no mercado e a unificação na operação dos meios. Isso acaba tendo repercussão no Brasil. Minha preocupação, Dr^a Ana Luiza, é que temos uma legislação que não está aparelhada para refletir a diversidade dessa realidade internacional e que é uma legislação caótica, não sendo capaz de estabelecer diretrizes em relação ao elemento dos meios de comunicação.

Por exemplo, a distinção entre radiodifusão e telecomunicação no Brasil é, para dizer o mínimo, lamentável. Já começa que na Lei nº 4.117, de 1962, a radiodifusão está definida como serviço de telecomunicação – porque é mesmo

serviço de telecomunicação. Na Lei da TV a Cabo, que é a nº 8.977, está definida também como serviço de telecomunicação. Dois serviços, um gerido pelo MiniCom (Ministério das Comunicações), outro pela Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações). O DTH (Direct Home), que é a televisão por satélite, nem lei tem. Está num dos anexos da Lei nº 9.472. O serviço de comunicação multimídia está na Resolução nº 272 da Anatel. O MMDS (Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multinacional) e UHF (Ultra High Frequency) não têm nem lei nem regulamento.

A diferença entre os dois é que é paga e não é paga. Isso é uma diferença que não faz sentido do ponto de vista de valor. Pergunto: uma televisão por assinatura que cobre um centavo por ano, em uma conta de televisão, é paga ou não? Um centavo por ano é pago? Porque se for pago, aí não se fica sujeito a nenhum limite operacional, como os quinze minutos de anúncio não fica sujeito a controle pelo Congresso Nacional, não fica sujeito a controle de conteúdo, não fica sujeito a horário político, não fico sujeito a nada.

Então, a distinção é ser pago? Às sete horas passa um programa, que é de radiodifusão, que é o **Bom Dia Brasil**. Às nove, o mesmo programa passa no **GNT**. Aí deixa de ser televisão, e passa a ser telecomunicação, só porque saiu do **Globonews**, canal da **Rede Globo** e entrou no canal 40? Deixou de ser televisão? Um programa que é o mesmo, gravado. O mesmo jogo de futebol que passa na **Rede Globo**, na **TV Record**, nas televisões abertas, passa nas tevês a cabo. Numa é telecomunicação, na outra não é. Os mesmos jogadores, a mesma câmara filmando – às vezes os mesmos locutores. Num é telecomunicações, no outro não é, é radiodifusão.

Estamos numa Casa Legislativa, e mais cedo ou mais tarde teremos que nos sentar para produzir um mínimo de bom senso nessa gestão para preparar o País para o futuro.

Ao mesmo tempo em que agradeço penhorado à Dra. Ana Luiza a extraordinária participação de V. S^a, encantado com sua visão, faço essa provocação para lhe dar tempo de respondê-la e, em seguida, despedir-se do Conselho, por favor.

A SR^a ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Agradeço suas palavras, como sempre, generosas.

Quanto à angústia que demonstrou com relação ao quadro caótico da legislação sobre radiodifusão e telecomunicações, ousou sugerir ao Conselho que apresente ao Congresso Nacional uma proposta de legislação sobre o assunto. Por que não fazê-lo? Penso que, de maneira nenhuma, exorbitaria de suas funções, que são, entre outras, apresentar sugestões e pareceres. V. S^{as} poderiam considerar essa sugestão. Na verdade, na gestão anterior, do Ministro Pimenta da Veiga, houve uma proposta de regulamentação que está suspensa por conta da discussão da TV digital, o que não é despropositado, mas, de qualquer maneira, está aguardando

decisões em relação a essa questão. Penso que um dos papéis fundamentais do Conselho seria preparar uma sugestão de legislação. Por que não?

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – O papel do Conselho é dar ciência ao Legislativo e mostrar-se disponível a isso. Não faremos esse trabalho se o Congresso Nacional não demonstrar interesse em examinar.

A SR^a ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Com certeza demonstrará. Não tenho dúvida disso – e falo muito sério.

O SR. ANTÔNIO DE PÁDUA TELES DE CARVALHO (Representante da sociedade civil) – Agradeço os esclarecimentos que a senhora apresentou, mas pergunto: quais foram os obstáculos que, durante vários anos, impediram que a Lei de Comunicação de Massa pudesse, talvez, reunir todos esses detalhes contraditórios de legislação sobre os quais estamos discorrendo? Poderia dar uma unidade. Por que essa lei até hoje não foi sequer enviada ao Congresso, embora já tenham surgido formas e formatos diferentes, com autorias diferentes e até com textos apócrifos, cuja autoria ninguém consegue identificar? O fato é que misteriosos obstáculos nunca permitiram que essa legislação, que talvez viesse dar uma unidade a todo esse processo, chegasse ao Congresso ou ao conhecimento da opinião pública. Que mistério é esse? A senhora teria elementos para nos dizer?

A SR^a ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Penso que, talvez, V. S^a tenha mais a informar do que eu. De mistério, realmente não entendo. Evidentemente, minha interpretação é que, como falei anteriormente, a demora, o retardo na instalação do Conselho foi emblemático. Penso que a questão da demora na Lei de Comunicação de Massa vai pelo mesmo caminho. São emblemáticos dentro do embate de forças... Além disso, o surgimento de novas tecnologias realmente desatualizou a lei e a transformou em uma colcha de retalhos.

Quando foi aprovada a PEC do art. 21, se não me falha a memória, não houve consenso com relação à radiodifusão – foi impossível naquela época. Então, aprovou-se somente a parte das telecomunicações. Não houve consenso, foi impossível. Por isso, optou-se por deixar a radiodifusão de fora naquele momento.

Acho que não há mistério nenhum; trata-se de uma realidade que devemos enfrentar, que é nossa e, com o tempo, as coisas caminham.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Mas Dr^a Luiza, ele é mineiro...

A SR^a ANA LUIZA FLECK SAIBRO – Mas eu sou gaúcha. (Risos.)

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Muito obrigado pelo seu comparecimento. (Palmas.).

CONGRESSO NACIONAL CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1ª REUNIÃO DE 2004

DIA 16 DE FEVEREIRO DE 2004, SEGUNDA-FEIRA, ÀS 14H,
NA SALA Nº 2 DA ALA SENADOR NILO COELHO

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) - Está sentado ao meu lado o professor César Ricardo Siqueira Bolaño. O professor Bolaño é bacharel em Comunicação Social, é Mestre em Economia pela Unicamp, com a tese “Mercado Brasileiro de Televisão, uma abordagem dinâmica”, e é Doutor em Economia também pela Unicamp com a tese “Capital, Estado, Indústria Cultural”. Na Universidade Federal de Sergipe é professor do Curso de Graduação do Núcleo de Comunicação Social e de pós-graduação do Núcleo de Pesquisa e pós-graduação em Ciências Sociais. É também professor do Curso de Mestrado de Informação Estratégica do Instituto de Ciências da Informação da Universidade Federal da Bahia. Atua há quase vinte anos no mercado editorial como membro de conselhos editoriais e como editor de várias revistas importantes, dentre elas a **Revista Brasileira de Comunicação**. O professor César Bolaño tem várias obras publicadas na área de comunicação social, entre elas “Privatização das Telecomunicações na Europa e na América Latina” “Globalização e Regionalização das Comunicações”, “Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação” e “Mercado Brasileiro de Televisão”, para citar apenas algumas.

Concedo a palavra ao professor César Bolaño, que abordará o tema “Concentração da Propriedade dos Meios de Comunicação Social”.

O SR. CÉSAR RICARDO SIQUEIRA BOLAÑO – Muito obrigado, Sr. Presidente, Srs. Conselheiros. É um prazer muito grande estar neste fórum tão privilegiado.

Falarei um pouco de uma reflexão sobre a televisão brasileira, que vem dos anos 80, da época em que produzi “Mercado Brasileiro de Televisão”, minha tese de mestrado, que foi publicada depois, em 1988, o primeiro livro na área de economia da comunicação publicado no Brasil. A preocupação naquele momento era aplicar alguns instrumentos de análise econômica que aprendi no Instituto de Economia da Unicamp, a análise dos mercados culturais e a televisão, o meu foco aqui é mais a televisão, um mercado que conheço melhor. A televisão brasileira é de fato um problema e um problema importante do ponto de vista econômico, do ponto de vista político, e por isso houve essa intenção muito explícita de fazer esse estudo.

Venho acompanhando o desenvolvimento, apesar de hoje ter outros objetos empíricos diferentes, mas tenho acompanhado o que vem ocorrendo com a televisão brasileira desde aquele momento.

Em linhas muito gerais, o que se pode dizer é que a história da televisão brasileira se divide em dois momentos: a história antes da entrada da Globo e depois da entrada da Globo.

A entrada da **Globo** não simplesmente pelo fato de ela ter entrado no mercado, mas ela entra no mercado num momento em que vai se dar a transição para o mercado oligopólico, concentrado na televisão brasileira. Então, o que havia antes de 1965 era um mercado que se pode chamar de concorrencial. A concorrência se dava, apesar de você já haver, naquele momento, conglomerados, uma empresa forte, importante, como a Assis Chateaubriant, essencialmente praça a praça, não existe uma unificação do mercado nacional e as situações de liderança do mercado são muito frágeis. A contextabilidade dos mercados de televisão em cada localidade é muito grande, de forma que as situações de liderança são muito intercambiáveis. Então, durante todo esse período despontam várias empresas: a Tupi, a Record, a TV Rio, a Excelsior – que é um caso a parte –, que vão disputar a liderança desses mercados mais localizados.

O que vai acontecer a partir de 1965 e principalmente a partir do início dos anos 70 é um processo acelerado de concentração. A partir da entrada da **Globo**, em dois anos o mercado se estrutura como um mercado oligopolizado extremamente concentrado. A partir de 70 começa a constituição da Rede Nacional e o predomínio da **Globo** se estabelece nesse momento e numa mais desaparece.

Então, há uma ruptura radical em relação à estrutura de mercado, com baixas barreiras na entrada, que existiam no período anterior, e uma estrutura de mercado fortemente centralizada, com barreiras, na entrada, fundamentais, que impedem tanto a entrada de novos capitais quanto o questionamento das posições de liderança, mesmo àquelas empresas que já romperam a barreira institucional.

Esse processo vai se dar num momento chave da história do Brasil, coincidindo com o período da chamada modernização autoritária dos Governos Militares pós 64. Isso vai ser parte de toda uma estratégia de desenvolvimento, adotado naquele momento. No caso das comunicações em geral, baseia-se na existência do Código Brasileiro das Telecomunicações, que é anterior à implantação do Governo Militar, mas que vai ser utilizado e trabalhado de forma muito incisiva e objetiva, numa perspectiva de um determinado projeto de modernização.

Nas telecomunicações, por exemplo, há uma determinação de monopólio estatal num conceito muito semelhante ao que existe em outros setores da economia, em que prevalece a velha idéia do tripé, da grande empresa estatal, grande empresa nacional privada, a grande empresa multinacional, que era a perspectiva desenvolvimentista do período militar. As telecomunicações vão ter um desenvolvimento acelerado, um dos gargalos deixado por um dos processos de substituição anterior e resolvido nesse período, criando uma infra-estrutura nacional que garante, de fato, do ponto de vista das infra-estruturas, a constituição e a consolidação de um mercado nacional unificado nos moldes de um sistema chamado monopolista, do capitalismo monopolista.

A televisão entra nesse processo como parte importante e fundamental na produção de conteúdos que garantam a constituição efetiva desse mercado, em um momento de crescimento da economia, em que se pretende unificar nacionalmente a opinião pública e dar uma abrangência nacional aos mecanismos da publicidade e da propaganda.

Então, a constituição do mercado nacional passa, no interior dessa estratégia, pela seguinte constituição: um mercado oligopolizado, com um nível de concentração muito elevado, comparado com outros, em que uma emissora ou rede tem a capacidade de controlar de 60% a 70% desse mercado – isso varia historicamente, mas não muda de forma significativa; uma segunda cadeia, com uma capacidade já bem menor de concorrência, que controle historicamente 20% do mercado brasileiro; e o resto se equilibra como pode, nas “franjas” do mercado, e com uma capacidade muito pequena de concorrer com a líder.

Apesar de a **Globo** ter adotado uma estratégia que, na época, se chamava de popularesca – tem muito a ver com o que discutimos há pouco –, a partir do momento em que ela conquista a liderança incontestada, primeiro das principais praças e, logo em seguida, do conjunto do mercado nacional, que vai se unificando ao longo dos anos 70, ela passa a utilizar uma estratégia de qualificação da programação de instituição, naquilo que se chama de “padrão **Globo** de qualidade”. Este é o elemento central que define a barreira, a entrada fundamental da **Rede Globo de Televisão**, porque as exigências técnicas e estéticas redundam em exigências de investimento que impedem, de maneira importante, que outras empresas de capacidade financeira menor cheguem a ameaçar a hegemonia da empresa líder.

Então, o padrão **Globo** de qualidade surge efetivamente como um elemento fundamental de barreira à entrada e de defesa ao mercado para essa empresa líder.

Em linhas gerais, essa é a estrutura do mercado brasileiro, que se constitui naquele momento e não se altera em essência até hoje. Essa é, essencialmente, a estrutura de mercado que temos. Houve mudanças importantes, como a saída de algumas empresas e a entrada de outras. Além disso, parece que o segundo lugar está mais disputado, mas, em termos gerais, essa estrutura basicamente se mantém. Não há mudança significativa no que se refere ao mercado brasileiro de televisão, desde aquele momento, e isso é uma herança que precisamos discutir.

Com relação às telecomunicações, há uma mudança implantada pelo Governo Fernando Henrique Cardoso. Há um projeto liberal, que redundará na privatização das telecomunicações. Toda aquela estrutura anterior, que garantiu determinados níveis de internacionalização do progresso técnico e de apropriabilidade do progresso técnico no País – basicamente por meio da ação do CPqD, mas também em função da estratégia de articulação do capital nacional, internacional e estatal no setor –, vai se quebrar, conforme o estabelecido num projeto de mudança liberal que vai ser implantado no Brasil neste momento, mas

que não atinge o mercado de televisão, que permanece inalterado. Isso ocorre, em grande medida, em função da contradição interna do Governo Fernando Henrique Cardoso. Então a possibilidade de definir um projeto liberal para televisão é muito mais difícil do que a possibilidade de definir um projeto liberal para um setor do Estado quando o próprio Estado assume esse projeto.

No caso da televisão não. O que talvez se deva em grande parte à existência de um outro tipo de concentração – citei aqui a concentração econômica e de mercado, que é num certo sentido óbvio –, que é óbvia e conhecida sobre a qual não vou detalhar, mas é preciso dizer que é a concentração política da propriedade dos meios de comunicação.

É um problema, penso, deveria ser muito discutido neste fórum e em outros fóruns, porque a concentração da propriedade em famílias, elites locais e a sua articulação local e nacional com o oligopólio nacional cria cruzamento de interesses entre a esfera política e econômica, que, no meu ponto de vista, é uma falha importante da estrutura democrática do Estado brasileiro. Por exemplo, a possibilidade de os políticos serem proprietários dos meios de comunicação, sob o meu ponto de vista, é um absurdo.

Então, essa é uma situação que, de certa forma, facilita também a concentração do próprio mercado e a estrutura oligopolizada tal como ela se dá, porque o aspecto legislativo é importante na manutenção das estruturas e das instâncias de poder econômico.

A segmentação, a entrada da televisão segmentada no Brasil não muda esse panorama também. Vemos que todas as inovações que vão ocorrer, e são muitas, ao longo dos anos não chegam em hipótese nenhuma a ferir essa estrutura, que é, vamos dizer, no mínimo complicada do ponto de vista das exigências de diversidade – assunto que podemos discutir mais adiante.

Mas existe também – e esse é um ponto vale a pena discutir – um terceiro ponto de concentração relacionado com o predomínio da **Rede Globo de Televisão** no mercado brasileiro: a concentração de conhecimento. E esse é o meu interesse principal atualmente.

Esse é também um elemento de ordem econômica fundamental e mais fundamental ainda na fase atual de reestruturação do sistema capitalista, em que a chamada economia do conhecimento adquire relevância fundamental. Fazendo uma pequena digressão, recentemente estudei um setor de biotecnologias, Projeto Genoma Humano do Câncer, de São Paulo, na Fapesp. A cultura é interessante e funciona. O conjunto da economia tende, na economia do conhecimento, a funcionar de forma parecida com aquilo que conhecemos como mercados culturais. Então se tem, por exemplo, a produção de uma informação, ou de um elemento de conhecimento que não é mercadoria. No caso do Projeto Genoma, essa produção inicial cuja valorização é complicada depende, depois, de um movimento de reprodução, da reprodutibilidade e da definição, em última instância, de uma mercadoria que, enfim, valorize o investimento realizado na construção daquilo. Isso

vale para os *softwares* e programas, para toda a produção intelectual, que é a base do desenvolvimento capitalista a partir da terceira revolução industrial.

Defino a terceira revolução industrial como a revolução da subordinação do trabalho intelectual no capital – subordinação, para utilizar a palavra técnica no jargão marxiano –, a subjunção formal e real do trabalho intelectual no capital. Esse é o processo que estamos vivendo. A área da cultura e da comunicação de fato já vive um processo semelhante há algum tempo. Um exemplo interessante disso, não posso me deter aqui em detalhes, é a chamada indústria da edição. Na indústria da edição ocorre algo semelhante ao que ocorre, como citei aqui, com as biotecnologias: há um ato criador e a partir desse ato criador um processo de reprodutibilidade. Esse ato criador é mais ou menos capitalista, mas nunca chegará a ser completamente capitalista, porque depende de graus de liberdade que o trabalho completamente subsumido não tem capacidade de realizar. O processo da reprodução, esse sim, é um processo que pode ser completamente industrializado.

No caso de uma indústria como a radiodifusão, o rádio e a televisão de um modo geral, há um nível mais elevado da subjunção da cultura na economia capitalista, porque aí sim se dá aquilo que se chama única, verdadeira – alguns autores franceses vão dizer que a televisão é a única e verdadeira – indústria cultural, espelho de todas as outras, núcleo do conjunto da indústria cultural porque lá os processos de burocratização, no sentido weberiano, garantem que a empresa supere em grande medida os riscos da aleatoriedade, que é a característica da produção cultural. Em sendo assim, por meio de mecanismos de sondagem e de planejamento, é possível para as empresas.

Faço a seguinte observação, para ir além um pouco da discussão dos franceses: a aleatoriedade se reduz brutalmente, praticamente fica eliminada para a empresa líder, que tem vantagens de precedência brutais em relação a todas as outras, mas ela é ainda fundamental para todo e qualquer capital que queira ingressar no mercado, ou, mesmo já dentro do mercado, entrar nas faixas fidelizadas da audiência pela emissora líder. De maneira que é uma situação bastante confortável para a que já detém e bastante complicada para a que está pretendendo entrar. No caso de um exemplo que está sendo discutido aí, aquilo que tem sido chamado de concentração vertical – que é importante no Brasil, é uma das bases da hegemonia da **Globo** de fato, da construção do padrão – ela produz e difunde. Isso é um problema porque a lógica de uma empresa de radiodifusão é, como eu disse, essencialmente capitalista, você pode dizer financeira. É de garantir audiência e lucratividade. E não existe trabalho criativo na radiodifusão. O trabalho criativo é o trabalho da produção da mercadoria. Quando essas duas coisas vão unidas, significa que a produção e a criatividade, nesse sentido, ficam subordinadas à lógica hegemônica da indústria chamada de “onda”, da indústria da radiodifusão, que é a indústria mais capitalista e mais burocratizada.

A outra decorrência importante desse processo de concentração do conhecimento, que considero fundamental, é a redução da competitividade sistêmica, daquilo que os economistas chamam de competitividade sistêmica.

De fato, o conhecimento e a cultura são propriedades do povo brasileiro. Surgem daí. E esse conhecimento... Dentro de uma estrutura de mercado, é preciso saber que a televisão é o núcleo e o centro do conjunto da indústria cultural, que articula todo o resto. Então, esse conhecimento é apropriado e desenvolvido no interior dessa estrutura empresarial e passa a ser vantagem competitiva em relação aos outros pretendentes. E isso, não há como negar, de alguma forma brutaliza a cultura. Então, não é fato que a telenovela brasileira produza a cultura brasileira. Mas é um pouco a visão contrária daquilo que de fato existe. O fato é que a cultura brasileira é uma cultura muito forte e muito importante: a música brasileira, a festa brasileira, a literatura brasileira.

A televisão tem a capacidade, a partir desta base cultural muito forte e muito importante em nível internacional que tem o Brasil, de transformar partes disso em mercadoria, vender essa mercadoria e realizar o seu processo de acumulação de capital. Então é esse nível de concentração econômica, política e de conhecimento da televisão brasileira que permitirá, de fato, a existência de uma empresa nacional competente e extremamente competitiva, inclusive no mercado internacional. Porque ela teve a capacidade, teve a sorte de implantar-se naquele determinado momento histórico e a competência de tirar da cultura brasileira a riqueza que necessita para tornar-se uma empresa competitiva, inclusive em nível internacional.

Mas isso cria um problema para todo o resto, porque a partir do momento que esse conhecimento é um mecanismo de vantagem competitiva daquela empresa, isso vai dificultar a disseminação do conhecimento, a socialização e a própria apropriabilidade do desenvolvimento técnico e estético por parte de setores mais amplos da população. Então, a produção regional e a produção independente, não é à-toa, que elas se vêem extremamente obstaculizadas pela existência dessa estrutura oligopólica altamente concentrada no Brasil. É muito difícil. Existe uma lei, que é uma lei interessante, como é a lei, em certos aspectos, da TV a cabo no que se refere, por exemplo, a existência de emissoras comunitárias. Mas isso acaba não se realizando na prática porque faltam recursos econômicos, tecnologia e conhecimento.

Então, se a **Globo** tem, de fato, competitividade, não é possível dizer que em decorrência disso o Brasil é competitivo no setor audiovisual fora do País porque a competitividade sistêmica do País se vê fortemente questionada em função desse tipo de concentração econômica. Nesse sentido, seria necessária uma política – que eu chamo de política industrial para o audiovisual – de qualificação da produção regional independente – não sei por quais mecanismos. Eu acho que essa é uma matéria interessante para debate. Os senhores, evidentemente, são mais informados sobre a matéria do que eu e haverão de encontrar mecanismos que garantissem a socialização do conhecimento e a probabilidade desse conhecimento pelo conjunto dos produtores culturais brasileiros que estimulassem, efetivamente, a produção regional e a produção independente e garantissem, financeira e tecnicamente, a evolução dessa produção e garantissem, também, a sua difusão pelos canais competentes. Nós, no Brasil, temos um sistema comercial e também um sistema estatal que precisa ser discutido, mas não sei se este seria o momento. Nós

poderíamos discutir um sistema de televisões comunitárias e universitárias que só existem a cabo, de maneira muito e muito frágil ainda. Então, a política industrial do audiovisual deveria pensar em tudo isso e contemplar isso para garantir, evidentemente, o fundamental, que é uma estrutura de esfera pública diferente, serviço público universal evolutivo, mas também a própria competitividade sistêmica do País na área de comunicação.

Acho que era isso.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – Sr. Presidente, eu tenho dificuldade de ver um assunto de Direito Econômico ser tratado aqui no Conselho de forma acadêmica. Concentração e propriedade cruzada são fenômenos de Direito Econômico. No caso da concentração, em bom Direito, se diz o seguinte: a empresa “X” concentrou-se a ponto de ofender interesses legítimos das empresas “Z”, “W”, “Y”, “K” e “F”. Em nosso País, há seis emissoras de televisão em rede nacional. Não conheço nenhum processo em tramitação no CADE ou na SDE que aquelas detentoras de ação contra essa “concentração” tivessem protocolado no CADE ou na SDE. Concentração – V. Ex^a é do ramo – é a possibilidade de uma empresa sufocar os seus concorrentes. Hoje, certamente, depois desta palestra, nós vamos examinar o caso do BNDES. Aquela empresa que o ilustre conferencista tentou mostrar como sendo aquela que está esmagando, concentrando e tirando proveito disto é aquela que mais deve. É aquela que, aqui, no Conselho, nós estamos a defender. De sorte que eu fico... Já mostrei isso a V. Ex^a, que pediu e o Conselheiro Paulito convocou para a próxima reunião alguém que vai falar – e não deveria nem falar porque a questão é puramente de autores e réus. Não há possibilidade, Sr. Presidente, de se trazer para o Brasil algo que não existe no mundo jurídico. Nós temos aqui propriedade cruzada; nós não temos é concentração. Nós não temos concentração em jornais, porque não existe um jornal que concentra poder no Brasil. Temos jornais como **O Globo**, a **Folha de S.Paulo**, **O Estado de São Paulo**, portanto não há concentração. Não há concentração em revistas semanais: temos a **Veja**, a **Istoé**, a **Época**. E não há concentração em rádios e em televisão. As pessoas que são do ramo e entendem de fato do assunto sabem que há muito tempo a audiência média da **Rede Globo** é trinta e dois pontos. Se tem trinta e dois assistindo, tem sessenta e oito que não estão assistindo. Só de falar em concentração aqui, esse assunto foi trazido à tona pelo ilustre conselheiro Alberto Dines. Desde aquela época me posicionei não contra a discussão, mas contra a possibilidade de se querer colocar na pauta do Conselho algo que não existe no mundo da realidade das empresas. Então, essa é a razão pela qual eu sempre fico constrangido e desconfortável em ver o assunto que é de direito econômico entre empresa ser tratado de um forma acadêmica aqui neste Conselho.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço as palavras do conselheiro Roberto Wagner. Por dever de justiça, devo dizer que a ótica pela qual esse assunto foi trazido a este Conselho pelo Conselheiro Alberto Dines e que pareceu à maioria do Conselho que deveria merecer estudo era a de que, se é possível que as suas observações sejam corretas num universo mais amplo nacional e nas relações internacionais, o fenômeno não se

reproduzia nas pequenas localidades onde havia concentração de veículos que, eventualmente, conspirariam contra a democracia. Então, na minha visão, estudou-se o fenômeno a partir dessa realidade micro, que não é um fenômeno brasileiro. Tenho insistido que os dois modelos assemelhados ao Brasil, que são a Itália e os Estados Unidos – é algo curioso –, estão se preocupando em abrir os horizontes para os grandes embates internacionais, uma vez que o ambiente de competição é crescentemente o Planeta. Ao mesmo tempo em que eles abrem espaço à concentração que vai permitir a concorrência mundial, se preocupam com as pequenas localidades e com a interferência da democracia.

O Conselheiro Dines não precisa de defesa, mas como uma pessoa neutra gostaria de dizer que é nesta visão, a partir do exame das pequenas situações que nós estamos estudando esse problema.

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (*Representante da categoria profissional dos artistas*) – Agradeço as palavras do Dr. Professor César Bolaño. É bastante importante a abordagem que o senhor trouxe a todos nós.

Também compartilho da preocupação ou dos momentos de preocupação que a nossa atuação no Conselho traz a todos nós, conselheiros.

A SR^a BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (*Representante da categoria profissional dos artistas*) – Eu acho que quando se diz que haveria concentração, que pessoas ou indústrias fossem esmagadas, fossem sufocadas, fossem impedidas de trabalhar, de exercer seu ofício, é exatamente isso que essas empresas têm feito ao longo do tempo aqui no nosso País. Eu não me recordo, talvez o Assunção possa até me ajudar a lembrar, eu não me lembro o nome das pequenas produtoras, de um Joaquim Pedro de Andrade, de um Rogério Sganzerla, de um Leon Hirschman, de um Chico Botelho, de um Glauber Rocha e de quantos e quantos que morreram, dos que estão quase mortos e daqueles que estão tentando sobreviver e que vão ter que entrar, sim, porque não é possível mais tanto trogloditismo nessa facção do empresariado brasileiro. Não é possível. A gente vai ter que discutir, conversar e mostrar a cultura brasileira.

É insuportável a apropriação que está sendo feita dos conceitos das categorias de cultura brasileira, de audiovisual brasileiro, já como uma medida preventiva, uma lei que talvez venha a ser aprovada, um avanço que talvez tenha que acontecer, quando, na realidade, a gente sabe – e eu concordo com o professor César Ricardo Siqueira Bolaño, eu defendia já há mais de um ano no fórum do Rio de Janeiro, na FIEP, no Fórum Empresarial do Rio de Janeiro, a necessidade de articulação, de organização econômica das pequenas produtoras, para fazer frente, como um passo muito necessário, fundamental, à regionalização da produção.

O SR. GERALDO PEREIRA DOS SANTOS (*Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo*) – Obrigado, Sr. Presidente.

Talvez fosse bom arrefecer um pouco os ânimos no Conselho, para que cheguemos a um bom termo e a um bom trabalho, que é o nosso papel aqui. Se for possível; se não for, continue quente.

Professor, fico honrado de ouvi-lo sobre o tema de forma diferente dos seus antecessores, com uma contribuição muito rica para essa questão. Vou fazer uma provocação que já fiz a uma outra especialista, assessora do Congresso, que esteve aqui – agora não me lembro do nome da doutora neste momento –, a respeito de um fenômeno a que estamos assistindo e queria que o senhor comentasse.

Está ocorrendo, de forma intensiva e muito maciça, uma espécie de satisfação ao telespectador pelo trabalho desenvolvido pelas televisões; algumas mais e algumas menos. Algumas, inclusive, usam expedientes um pouco complicados, que chegam um pouco ao assunto que foi tratado pela Conselheira Berenice e pelo Professor, como o espaço da produção independente, da produção fora dos padrões, chamado padrão de qualidade global, que são, no caso, o cinema brasileiro, as produções independentes, que são citadas, em alguns meios, como tendo o seu espaço defendido e respeitado, o que, no mínimo, pode gerar uma discussão.

Eu, na verdade, não vejo o cinema brasileiro como é abordado e difundido diariamente, além de outros temas também – as artes plásticas, a literatura, a pintura. Parece que a história não é bem aquela. Mas outras emissoras estão, sistematicamente, preocupadas. É um fenômeno estranho. Não sei se é o Conselho de Comunicação, não sei se é o projeto da Dr^a Jandira, não sei se é o novo Governo, mas está havendo uma preocupação de dar satisfação à população pelo desempenho, pelo trabalho realizado pelas televisões.

Isso aconteceu em 2002, em 2003 e está acontecendo em 2004. Antes, não havia a menor preocupação com a qualidade ou em dar explicação ou procurar interagir com a população ou coisa desse tipo. Paralelamente a isso, assistimos nesta semana a algumas matérias nos jornais que tratam sobre essa velada guerra do poder de comunicação dos chamados impérios da comunicação, que está em processo de ebulição.

Com todo respeito ao companheiro Roberto Wagner, embora seja sistematicamente afirmado que não existe a concentração e a propriedade cruzada, assinalado com muita propriedade pelo Professor Paulo Machado, penso que a apropriação da cultura e do conhecimento, a apropriação de ser a “boazinha” dos meios de comunicação. É o fim da picada.

Gostaria de ouvir do Professor Paulo Machado alguma opinião a respeito desse fenômeno fantástico que está sendo vivido diariamente, principalmente pelas televisões brasileiras.

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – Sr. Presidente, quero estabelecer alguns pontos que precisam ficar mais claros. Em

primeiro lugar, propus que examinássemos a questão da propriedade cruzada nos meios de comunicação brasileiros, e a proposta foi aprovada por unanimidade, se não me falha a memória. Portanto, não posso ser crucificado a cada reunião. Aliás, me é muito agradável também, diga-se de passagem.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Crucificado, morto e sepultado.

O SR. ALBERTO DINES (*Representante da sociedade civil*) – O Conselheiro Roberto Wagner me trata muito bem. Portanto, não consigo me sentir agredido por isso.

Em segundo lugar, quando fui convocado a apresentar nomes para depor neste Conselho, tive o cuidado de trazer autoridades acadêmicas porque, com minha ignorância e sem titulação acadêmica em minha biografia, respeito muito os acadêmicos. Sugeri a vinda do Professor Vinícius e, depois, do Professor Guilherme Canela. Fico contente de ouvir o Professor César Bolaño. Portanto, o fato de termos aqui uma contribuição acadêmica não é ruim. Ao contrário, é um privilégio e nos coloca em um patamar de fórum que somos. Não considero isso ruim, e a vinda na próxima reunião do Professor Denis Rosenfield será muito honrosa e nos dará uma contribuição de alto nível.

Ao abordar a questão da denominação, falei sobretudo sobre a propriedade cruzada, visível no nível médio e pequeno, local. A questão da concentração é extremamente vaga. Pode ser usada com a bela retórica do companheiro Roberto Wagner, que diz que não temos concentração porque existem seis emissoras e a hegemônica está devendo muito. Esse é um belo raciocínio diante do qual me curvo, mas a propriedade cruzada é uma evidência que não pode ser contestada.

Exemplifico o que digo, sem entrar no mérito político. Na sexta-feira e no sábado, noticiou-se o caso do Waldomiro Diniz. Aparentemente, havia evidências de comprovação, mas o caso foi noticiado pela manhã em um **site** de uma revista, à noite pela emissora proprietária e, no fim de semana, pela própria revista. Ora, isso é, evidentemente... Se o nome não é concentração, se o nome não é propriedade cruzada, não sei, mas é um esforço concentrado que chama atenção. Não estou defendendo o Waldomiro Diniz nem entrando no mérito da questão – porque faço questão de não entrar –, mas se trata de um exemplo de como há certos descontroles na propriedade dos meios de comunicação que podem levar a casos de linchamentos, casos Dreyfus atualizados.

Finalmente, a questão de direito econômico: por que o Cade não examinou até hoje nenhum caso de propriedade cruzada ou de concentração da mídia? Simplesmente porque o Cade não foi acionado e porque tem medo. Já me foi dito, em um programa observatório da imprensa, quando examinamos a combinação entre a **Folha de S.Paulo** e o **Estado de São Paulo** para criar uma distribuidora e eliminar todos os outros processos de distribuição em São Paulo – posso trazer o vídeo aqui –, no qual havia um representante do Cade, que disse: “Não. Temos de

tomar cuidado porque, às vezes, há interesses contrariados”. Evidentemente, o Cade não quer se colocar debaixo do arsenal da mídia. Então, eles têm muito cuidado. Assim me foi confessado – não a mim, mas ao público do observatório da imprensa.

Trago uma solução: temos de pedir ao Cade para vir aqui falar sobre isso e não para apresentar um **case** de concentração ou fazer uma denúncia de propriedade cruzada. É para falar sobre esse fenômeno, que tem provocado debates intensíssimos e interessantíssimos, a fim de que eles possam esclarecer e, a partir daí, ficarem sensibilizados para estudar um problema da maior importância.

Era isso o que eu tinha a dizer.

Obrigado.

O SR. CÉSAR RICARDO SIQUEIRA BOLAÑO – Há uma série de questões interessantes, às quais tentarei responder muito rapidamente.

Primeiro, quanto à concentração, seria interessante limpar o terreno. Estou usando um conceito comum e corrente, como dizem os espanhóis, no mundo da ciência econômica. Concentração sempre há, exceto em uma feira, onde o produto seja perfeitamente homogêneo e cada empresa seja tão pequena, que não tenha capacidade de manipular nenhum tipo de preço. Fora isso, todas as situações, inclusive as normais, de funcionamento de uma economia capitalista, a partir da virada do século XIX, são o oligopólio, que é mais ou menos concentrado. Há sempre concentração em níveis que devem ser discutidos. Precisamos discutir se esses níveis de concentração interferem na estrutura democrática do meio, porque não se trata de uma feira, mas de um meio de comunicação de massa, com implicações importantes.

Por exemplo, a norma de fixação de preços no mercado de televisão brasileiro é a de um oligopólio extremamente concentrado. A líder determina seu preço, e quem vem abaixo aceita e dá os descontos de tabela, é assim que funciona; trata-se de um mercado caracteristicamente oligopólico. Eu gostaria de concordar com a idéia de que...

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – Sr. Presidente, certas afirmações do mundo real não podem... Deve-se dizer: “eu acho que funciona assim”. Dizer “funciona assim” é diferente, porque não funciona assim.

O SR. CÉSAR RICARDO SIQUEIRA BOLAÑO – Não há, de fato, monopólio. Há seis redes nacionais, até mais. Mas não há, em geral, no mundo todo, monopólio no setor de comunicação. Mesmo nos sistemas de monopólio estatal, como no caso europeu, até metade dos anos 80, há uma diversificação, porque esse tipo de produto de mercado exige. Têm-se o primeiro canal, o segundo canal e o terceiro canal, porque são necessários. Então, não são mercados caracteristicamente oligopólicos: são mercados concentrados, o que não é um

fenômeno exclusivamente brasileiro. O problema da concentração oligopolista dos mercados de televisão é internacional e foi mencionado aqui.

Minha questão é um esclarecimento em relação ao fenômeno que estamos tratando especificamente. Estou falando de concentração, e a propriedade cruzada é uma forma de concentração, assim como a concentração vertical. Existem formas diferentes, e isso tem que ser analisado do ponto de vista da democracia. Do ponto de vista da competitividade sistêmica, talvez seja pior a concentração vertical, se bem que, do ponto de vista da estrutura democrática do meio, a propriedade cruzada talvez seja mais nefasta. Quer dizer, isso tem que ser discutido, caso a caso, se é que queremos chegar a uma boa conclusão. Não sei se respondi, mas esse foi um tema.

A outra questão que foi levantada é sobre cinema, produção independente, a preocupação de dar satisfação à população, que também está muito relacionada ao momento da crise. Essas empresas estão passando por uma crise que tem raízes locais, cuja culpa é das próprias empresas. Porém, isso também está relacionado a uma crise internacional de reestruturação fundamental do conjunto da economia da comunicação em nível global. Portanto, as empresas estão sendo fortemente pressionadas, ameaçadas, encontram-se nessa situação de crise e precisam, de fato, dar alguma satisfação.

Com relação especificamente à questão do cinema, isso é verdade. Cito mais a Rede Globo, porque, nesse tipo de estrutura de mercado, a empresa líder é fundamental. Todas as outras precisam ajustar suas estratégias, e a empresa líder tem uma capacidade de ação que as outras não têm. De fato, a Rede Globo tem investido no cinema de forma importante, porque esse setor representa um espaço essencial de acumulação de capital. Entretanto, do meu ponto de vista, não me parece que isso resolva o problema da distribuição do cinema brasileiro. O que a Rede Globo tem feito é difundir a sua própria produção, seguindo uma estratégia de multidifusão muito bem planejada, que garante a maximização dos lucros em relação a cada obra particular com a qual está trabalhando. Não é função da empresa ter uma política de beneficiar o conjunto da produção nacional, e não percebo isso. Essa é uma função do Estado e, justamente nesse momento de crise, talvez seja mais fácil para o Estado ou o Estado talvez tenha maior poder de negociação para expor a essas empresas de que forma é possível realizar efetivamente uma política industrial no setor audiovisual.

O SR. DANIEL KOSLOWSKY HERZ (*Representante da categoria profissional dos jornalistas*) – Em relação à temática do nosso debate, o problema da concentração no Brasil no segmento de mídia, confesso que continuo sem entender. Pelo que ouvi, o Conselheiro Alberto Dines manifestou que havia entendido e até compartilhava do entendimento e da lógica da argumentação do Conselheiro Roberto Wagner. Eu francamente ainda não entendi o fundamento da argumentação que leva a constatar que não existe concentração nesse mercado no Brasil.

Creio que essa última intervenção do Professor Bolaño ajudou a explicitar o conceito de concentração. Até gostaria de entender a argumentação do

Conselheiro Roberto Wagner, porque apenas uma compreensão conjunta desse problema pelo Conselho nos permitirá dar respostas concretas aos questionamentos que estão na mesa. Por exemplo, o problema da regulamentação constitucional, em particular, está em debate, e o Conselho tem o compromisso de apresentar um parecer, inclusive quanto à regionalização.

Falando em números de forma bastante simplificada, dois terços do mercado publicitário no Brasil são destinados ao segmento de televisão. E desse segmento de televisão, dois terços do mercado são absorvidos por uma única empresa. Quando se fala em crise do segmento de mídia, infelizmente começam a aparecer os números, as argumentações e as solicitações que estão sendo feitas aos órgãos estatais, mais especificamente ao BNDES. O jornal **Folha de S.Paulo** de hoje, pela primeira vez, torna pública a visão que fundamentou aquele pleito ao BNDES. Parece que foram distribuídas as matérias publicadas da **Folha de S.Paulo** que dão conta desses números, que, tendo base na realidade, trazem-nos a constatação de que mais de 50% do endividamento de todo o mercado diz respeito a um único grupo empresarial. Então, se isso não é concentração, realmente, nem o dicionário Aurélio consegue traduzir adequadamente uma noção de concentração.

Evidentemente, é impossível caracterizar isso do ponto de vista acadêmico, mas creio que não é aquilo com o que nos estamos defrontando no Conselho. Estamos defrontando-nos no Conselho – a exposição do Prof. Bolaño fez referência ao assunto – não com uma condenação apriorística sequer das decorrências da concentração e da oligopolização que se verificam no mercado brasileiro. Diz respeito a uma necessidade não só de articulação da estruturação do mercado e do papel social que esse segmento empresarial tem requerido do País, como também da própria lógica interna que levou à estruturação desse segmento e que faz, como ressaltou o Sr. Bolaño, que se tenha estabelecido uma lógica implacável de predomínio da televisão, fazendo com que, no entorno das seis redes nacionais de televisão, articule-se cerca de 600 veículos que detêm mais de 95% do mercado de comunicação no Brasil, restando para cerca de 2,5 mil emissoras de rádio AM e FM e para cerca de mil jornais diários que existem no Brasil e que não integram os grupos regionais ligados às redes de televisão pouco mais de 5% do mercado.

Essa é uma realidade que diz respeito não só à economia, mas também à democracia. E o equacionamento dessa questão e a busca de criação de condições de concorrência, de condições para o exercício constitucional do direito de comunicação e expressão necessitam não só de regulamentação ou talvez mais urgentemente de regulamentação, mas também condições de viabilizar-se e realizar-se num mercado que nega a diversidade e a representação da pluralidade.

Comparada à situação que havia há três ou quatro anos, quando existia insistência manifesta dos grandes grupos, em especial da Rede Globo, de atuar partidariamente neste País, creio que temos uma situação bem mais avançada hoje. Isso é inegável, mas ainda é necessário estabelecer condições de representação da pluralidade que existe na sociedade, mas não existe na estruturação da mídia e no mercado de mídia no Brasil.

Então, ressalto que essas questões que têm sido tratadas aqui no Conselho, de forma considerada acadêmica, estão sendo abordadas de forma acadêmica, porque só agora há indicações do segmento empresarial de outras colaborações que possam ajudar o Conselho a equacionar e desvendar esse quadro.

Tratei deste assunto nas abordagens ditas acadêmicas e me solidarizo com o Jornalista e Professor Alberto Dines, segundo o qual não se trata de defeito do processo de debate, mas foi o que esteve ao alcance do Conselho e é o que tem contribuído para desvendar a questão.

A decorrência das exposições anteriores à do Prof. Bolaño é o esboço não só da problematização, mas da fundamentação de respostas que temos que dar a perguntas tais como: qual é a condição de atuação dos meios de comunicação em relação ao desenvolvimento nacional? Qual é a cultura que estamos produzindo no País?

Quando discutimos o papel de um aspecto dessa produção, referente aos chamados programas policiais da televisão, cabe perguntar: qual é a cultura do País que está sendo construída com isso? Qual é a necessidade do País? Qual é o resultado para a construção da cidadania, para a afirmação da autonomia intelectual dos indivíduos, enfim, decorrente desse tipo de atuação da mídia – mais especificamente agora, com essa resposta que o Conselho tem que dar em relação a um aspecto específico, que é a regionalização da produção?

Quando essas perguntas são colocadas concretamente diante do Conselho, ou este se dispõe a equacionar essa realidade, com a profundidade e com a dimensão de interesse público que está sendo suscitada, ou renunciaremos a nossa condição de representantes de segmentos profissionais, de segmentos empresariais e de setores da sociedade civil.

Quando falamos de mercado, não o fazemos com um viés que represente uma oposição entre os que atuam empresarialmente nesse mercado e os que atuam profissionalmente, por exemplo, ou os que são depositários, que constituem o estuário dessa atuação profissional ou empresarial, ou seja, os cidadãos de um modo geral. Estamos tratando de orientação desse mercado, por uma condição ética estabelecida publicamente e uma condição de orientação desse mercado, capaz de contribuir para o desenvolvimento econômico do País e para o desenvolvimento cultural e social, em sentido amplo.

Entendo que essas são as perguntas com que profissionais, empresários, setores empresariais e da sociedade civil estão se defrontando neste Conselho.

O SR. PAULO MACHADO DE CARVALHO NETO (*Representante das empresas de rádio*) – Sr. Presidente, Srs. Conselheiros, procurarei me ater apenas a dois ou três pontos que considero como extremamente importantes nesse processo.

O primeiro deles é que não entendo que o nível de endividamento de uma empresa ou de um grupo seja um fator determinante ou não da concentração. Creio que esse é um fato oriundo de outros aspectos, até como a própria recessão econômica.

O material hoje entregue pelo Conselheiro Daniel Herz diz claramente que o bolo publicitário diminuiu de 9,8 bilhões, em 2000, para 9,6 bilhões, em 2002, em valores sem correção.

O outro aspecto que gostaria de destacar, Sr. Presidente, Srs. Conselheiros, refere-se à informação dada pelo professor Bolaño de que os preços praticados pelo mercado são estabelecidos em função da maior para a menor.

Quero ressaltar que não é isso que de fato ocorre, até porque existe, envolvida nesse processo, uma gama muito grande de publicitários que utiliza uma tecnologia de ponta e que pode efetivamente, por medição estatística, calcular os custos, a quantidade de impactos, enfim, condições mercadológicas que fazem com que todas as emissoras, sejam de rádio ou de televisão, tenham o seu espaço mercadológico e sobrevivam, independentemente de quem estabeleça o preço da maior concorrente. Faço questão de destacar isso porque estaríamos, de alguma forma, prejudicando e denegrindo o trabalho desses profissionais, entre os quais também me incluo, como publicitário, porque entendo que eles são extremamente importantes para a economia deste País.

Outro aspecto, Sr. Presidente e Srs. Conselheiros, que eu queria destacar é que, quando hoje assistimos e ouvimos pelas emissoras de televisão e de rádio a defesa do conteúdo nacional, é importante destacar e retornar a um assunto já levantado neste próprio Conselho, que é o serviço de comunicação multimídia e, agora, o serviço de comunicação digital. Ressalto que mais importante do que qualquer outro aspecto é a preservação do conteúdo nacional, sim, porque, nesses dois serviços, enfrentaremos uma concorrência absolutamente desleal, contrária inclusive aos princípios constitucionais.

É bom que se destaque que as empresas data hoje que puderem vir a operar esse serviço não têm nenhuma obrigação alguma de se sujeitarem aos preceitos constitucionais.

Portanto, entendo que as emissoras de radiodifusão brasileiras, quando defendem a preservação do conteúdo nacional, assim o fazem porque entendem que esse é um serviço do Brasil e pelo Brasil.

A SR^a ASSUNÇÃO H. M. DE ANDRADE (*Representante da sociedade civil*) – Eu também estava com saudades, mas, a partir de agora, estarei presente o tempo todo. Consegui me livrar de algumas atribuições, e minha presença, se Deus quiser, será permanente, porque é um prazer meu usufruir deste Plenário brilhante.

Desanuviando um pouco o clima, quero iniciar com uma piada. Uma senhora, cujo marido, apavorado, não dormia, não comia, não trabalhava, dizia que estava com medo de um jacaré que estava no quarto dele, embaixo da cama. Foi ao

psiquiatra. O psiquiatra o tratou, mas não resolveu. Receitava remédio, não adiantava. O tempo passou, ela foi ao médico, que perguntou: “Resolveu?” Ela disse: “Doutor, o jacaré comeu meu marido”.

A meu ver, a história da concentração é mais ou menos essa. Não existe, não existe, não existe, mas estamos sendo engolidos; e não há remédio que cure, a não ser que apanhemos o jacaré e o domestiquemos.

A verdade é que a concentração não existe quando não interessa; quando interessa, dizem-nos que somos poderosos, que somos fortes, que só nós podemos defender o conteúdo nacional porque somos o máximo. E quando há divisão do **market share** também, por incrível que pareça, a participação de uma das emissoras é de 75%. Como, se não há concentração?

Chega-se, após uma luta inglória, à divisão do bolo oficial, ou seja, do dinheiro do Governo, do dinheiro da sociedade brasileira, que, no mínimo, é 50% para uma das televisões. Entre 50% e 75%. Isso, a meu ver, já é uma concentração, uma vez que os outros seis, sete, estão com o restante, com o saldo; seja de 25%, se estiver certa a postulação de um dos canais, seja de 50%, se for resultado de negociação, e os outros vão ficar com 50%.

Nós, aqui, também estamos indo ao médico, mas o nosso médico já está trazendo a informação: “O jacaré existe. Não adianta dar calmante para o doente porque, se não tomarem cuidado, ele será engolido”.

Devemos observar isso com muita seriedade e tranquilidade. A Academia faz essa intermediação aqui. Ela vem com a análise, com o estudo, com o levantamento de dados, com reflexão e experiências do exterior. E o nosso mestre, se quisesse, diria, por exemplo, que nenhum país do mundo democrático admite que uma rede de televisão tenha mais do que 35% de audiência, porque isso significa deter a formação da opinião nacional. E também teria dito, quando ele começou a questionar – e acho que foi muito importante o que ele disse –, que a televisão é uma emissora, mas, no Brasil, não, ela é emissora, é produtora. E o resto fica por aí pelas beiradas. E, quando vamos nessa poderosa, que não é concentradora, mas que tem 75% ou 50% do poder total de levantar recurso oficial, aí nos dizem: ah, não, diversidade já fazemos aqui, porque estamos espalhados no Brasil todo. Quando pegamos o pessoal do Rio para fazer novela em São Paulo, pedimos para não chiar, tira o “esse” no final, os atores todos fazem um tratamento de não falar o “esse” final, não chiar para ficar meio paulista. Quando vamos fazer o sotaque nordestino, quando vamos lá para fazer um trabalho, eles dizem assim: puxa, onde o pessoal aprendeu aquele sotaque cearense, a gente queria também treinar um pouco. Lá em Fortaleza, eles queriam saber.

Então, essa é a diversidade. Por quê? Porque tem um poder de fogo violento e vai fazer o País todo mesmo.

Além disso, a regionalização, que está na Constituição (art. 221) porque acho que é uma coisa que tínhamos que fazer aqui, neste Conselho: uma frente pela

defesa da implantação do que está previsto na Constituição. Os companheiros da radiodifusão estão muito interessados nesse ponto; eu também estou no art. 221. Quando se fala em regionalização, também a poderosa televisão diz: já regionalizei, já peguei minhas afiliadas, já fiz.

Não é isso, não é esse o princípio da regionalização e da defesa da produção independente.

Então, penso que tem que acabar essa história de querer impingir um conceito no outro de qualquer jeito. Ou seja, concentração não é isso que se está dizendo; regionalização é o que estou fazendo; e, agora, defesa do conteúdo nacional. Estou emocionada de ver o movimento, a carga que tem sido. Todo recurso é empregado para hoje defender o conteúdo brasileiro. Aí, quando vamos perguntar que conteúdo brasileiro é esse, de novo é o conteúdo veiculado pela poderosa concentradora que diz que não concentra.

Então, aqui ninguém é criança, ninguém é bobo. Tenho dois títulos universitários, mas invejo o Dines que não tem nenhum. Quero ser um Dines um dia na vida. Não importa; o título é o de menos. Mas, no mínimo, temos um título universitário ou uma belíssima carreira, um belíssimo conhecimento, como tem o professor Dines.

Então, acho que todos nós aqui devemos tratar tudo como gente grande, temos que olhar de fato embaixo da cama, para ver onde está o jacaré, e deixarmos de tentar nos enganar mutuamente. Há uma Constituição e, se ela serve para um assunto, que é o conteúdo que tem que ser veiculado só pelas empresas brasileiras, ela serve também para que não seja UMA empresa brasileira, porque essa empresa brasileira pode, amanhã ou depois, receber um sobrenome aí meio esquisito e o conteúdo brasileiro virar aquele conteúdo que aquela emissora vai veicular.

Portanto, Sr. Presidente, temos que nos respeitar mesmo aqui dentro. Mas vamos nos respeitar em todos os sentidos, não só no vocabulário, mas que acho que é um começo. Mas devemos respeito ao conhecimento de todos nós e o respeito de encarar a realidade como ela é, porque não há democracia em nenhum país do mundo – todos nós aqui sabemos, quem tem título, quem não tem, quem tem experiência, quem não tem – se não houver comunicações democráticas. Temos que ir por esse caminho. A academia tem que nos ajudar a trilhar esse caminho, evitar os percalços que vão nos levar, amanhã ou depois, a um novo desastre, que é o desastre que vivemos hoje. Porque, além de tudo, o que é muito interessante, é que, apesar de toda essa competência, de toda essa qualidade que fala-se tanto da rádio e da televisão da comunicação, apesar disso, a maioria das empresas está disputando 3% do **market share**. Além disso, estamos com problemas graves de classificar um programa como jornalístico, quando é uma mera encenação, grosseira, violenta e que desrespeita a população brasileira. Então, entendo que isso tem que ser falado de uma vez por todas, tem que ser assumido como verdade aqui dentro, porque ninguém vai enganar ninguém com conceitos do livro tal ou do autor tal. Teremos que chegar à realidade.

Quando falamos que há uma concentração de poder é porque olho os jornais e vejo que para um jornal pede-se 69 milhões de recursos, quando para a maioria são 240, 130, 90. Então, é um poder de fogo extraordinário, que pode chegar um banco nacional de desenvolvimento, que deve aplicar os seus recursos para desenvolver o País para poder tirar do buraco as empresas que se deram ao luxo de concentrar tanto que a dívida está do tamanho que está, por volta de 3 bilhões. Somando tudo, vai dar por volta de 10 bilhões, e se fala em bilhões como se fosse uma coisa que não valesse nada, quando na realidade o País está com a maioria do povo passando fome, em péssimas condições e vendo produtos pela televisão que vão ter que ser bancados um pouco por eles, sem nenhum respeito, sem nenhuma qualidade, como disse o Jorginho Cunha Lima, que são praticamente violências contra a população.

Terminando a minha fala, queria de novo cumprimentar a Mesa por buscar luz, buscar orientação, buscar informação qualificada para esse grupo que já é diferenciado do conjunto pensante do País.

O SR. CÉSAR RICARDO SIQUEIRA BOLAÑO – Vou responder muito rapidamente. Em primeiro lugar, quero falar sobre a questão do Conselheiro Paulo Machado. Quero aceitar a crítica em relação aos descontos e tabelas. Quando falei a esse respeito, quis simplesmente dizer que existe liderança a preço nesse mercado e é uma característica desse tipo de estrutura. Não quis dizer que o cálculo não seja feito — e o mercado publicitário brasileiro é bem competente, a minha pesquisa foi feita no interior desse mercado — que isso não seja feito de acordo com a metodologia amplamente aceita, com base no CPM, variáveis socioeconômicas, etc. Eu só queria dizer que esse tipo de mercado é sujeito a liderança a preço, dada a forte concentração na empresa Líder, apenas isso. Só para esclarecer.

De fato, a questão da preservação do conteúdo nacional talvez seja o nosso ponto em comum. De fato é preciso defender o conteúdo nacional da programação.

Agora, o ponto que defendi aqui é que isso exige diversidade. Não é possível defender o conteúdo nacional e dizer a Globo faz nossa cultura, a cultura brasileira é a telenovela, porque isso não é possível. O que tentei explicitar é que a defesa do conteúdo nacional passa pelo reconhecimento de que a cultura brasileira é muito superior àquilo que a televisão brasileira produz. Na verdade, a televisão brasileira beneficia-se da força da cultura brasileira, da força da tradição cultural dos povos que formaram a nação brasileira. E é nesse sentido que é preciso defender formas de articulação das estruturas de mercado com as estruturas de produção cultural mais íntimas do povo brasileiro.

Num certo sentido, respondendo à última indagação do Conselheiro Roberto Wagner, as condições para que a cultura nacional rompa a falta de recursos — evidentemente não dá para responder à questão — passa justamente pelo reconhecimento da necessidade da mudança estrutural. Não sei se vai um pouco no sentido da cobrança que o senhor me fez no final com muita justeza, mas é reconhecer. O que tentei mostrar aqui foi a questão estrutural e a necessidade de

sua mudança. Então considero o pronunciamento do Conselheiro Daniel Herz, por exemplo, no que diz respeito à regionalização.

Nos Estados Unidos, essas coisas são resolvidas, de uma certa maneira, pelo mercado. É uma tradição deles. Então as **majors** americanas financiam a produção independente. É normal. Em outros países, o Estado entra. O cinema alemão, na época do cinema novo alemão, famoso dos anos 70, foi todo financiado pela televisão. Não existia cinema nacional fora dos Estados Unidos que não fosse financiado de alguma maneira pelos Estados ou pelos meios de comunicação de massa, em particular, a televisão.

A SR^a ASSUNÇÃO H. M. DE ANDRADE (*Representante da sociedade civil*) – É permitido produzir apenas entre 25% e 35%. O resto tem que ser independente, fora da tevê. E esses 25% e 35% são basicamente jornalismo e mais um tipo de programa ou outro.

O SR. CÉSAR RICARDO SIQUEIRA BOLAÑO – Tudo bem, foi um aparte. Eu conheço. Não tenho nenhum problema em relação a isso. Eu estava citando o caso do cinema que tem, de fato, vamos dizer, as empresas que dominam o mercado oligopolizado reconhecem a necessidade, em função das próprias características da produção cultural de edição – eu dizia – no caso cinematográfica, de manter a criatividade e a inovação das empresas independentes, que são as que assumem o risco da inovação. Era esse o exemplo que eu estava dando dos Estados Unidos, e não especificamente o caso da televisão, que é diferente. O que eu quis dizer é que, respondendo a questão do Conselheiro Roberto, é preciso que a televisão se engaje nesse processo e, através das políticas públicas, é possível talvez encontrar uma forma de negociação em que esse tipo de relacionamento seja estimulado pelo próprio Poder Público.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (*Representante das empresas de televisão*) – Quando eu me rebelo com essa discussão da concentração das empresas privadas de tevê aberta, há uma lógica. No início do Governo do Presidente Lula, o Luiz Gushiken cometeu a “estultice” de defender a seguinte tese: a Lei de Audiovisual, enfim, toda a renúncia fiscal do Estado teria que ter uma contrapartida do cinema. Ele achava o seguinte: era razoável que o dinheiro do contribuinte, quando fosse financiar um filme, que esse filme tivesse uma contrapartida social. Toda a classe da indústria do cinema veio fazer a maior pressão no Palácio achando que não. Eu acho que sim. O caso da TV Cultura, das tevês educativas, todas, sem exceção, estão à míngua de recursos. Então, eu acho que o foco aqui, Sr. Presidente, deveria ser também, e sobretudo, forçar uma situação que é real. As emissoras que são do Governo, as educativas, todas estão à míngua. E por qual razão? Por pressão das empresas privadas? Não. A sociedade tem que se organizar e fazer pressão no Estado para que dê condições de o sujeito que está em casa, ao invés de ver novela, assistir a um programa. No entanto, você não pode dizer ao empresário que está colocando uma novela que não a coloque. O Presidente, aqui, diz que a mãe dele, aos 90 anos, está assistindo a um programa e não a tevê dele. É uma indagação. Por que ela, uma senhora de 90 anos – certamente culta, porque o filho é muito culto – está vendo um programa do tipo

jornalístico “policialesco”, e não um programa da cultura? Exatamente porque as emissoras no Brasil de cultura estão absolutamente à míngua.

Sr. Presidente, eu gostaria de deixar bem claro, porque eu me rebelo exatamente porque eu acho que o foco se desloca para uma discussão que não é, no meu entendimento, a mais importante. A mais importante discussão hoje no Brasil é dar condições para essa área cultural nacional possa enfrentar, em igualdade de condições, aquelas que são financiadas pelo poder privado.

O SR. CÉSAR RICARDO SIQUEIRA BOLAÑO – Está tudo bem. Não há problema. Estou um pouco angustiado por conta do tempo. Estou aprendendo muito com o que estou ouvindo. Em particular, a fala do Conselheiro Daniel foi muito esclarecedora de uma série de aspectos que eu deveria ter citado. Creio que S. S^a esclareceu particularmente a questão da concentração. S. S^a deixou bem claro de que fenômeno estamos tratando. Não vou responder à última questão porque não haveria tempo.

Só quero dizer, para não passar em branco, que há necessidade de uma discussão sob o ponto de vista sistêmico. A questão, sob o meu ponto de vista, não é a dívida da **Globo**. Temos de pensar a questão sob um ponto de vista sistêmico. Temos de pensar no sistema comercial, no sistema estatal e no sistema das televisões comunitárias, universitárias e alternativas. Infelizmente, não dá para avançarmos nessa discussão. Quero voltar à questão da regionalização, que foi levantada pelo Conselheiro Daniel, até como exemplo disso. Por exemplo, fico pensando - essa é uma idéia que surgiu agora, peço desculpas - por que não pensar, por exemplo, num sistema de regionalização aliado à política industrial audiovisual que eu havia defendido aqui, como foram as cotas de nacionalização no processo de industrialização por substituição de importações, que foi tão importante para internalizar o progresso tecnológico e para garantir as condições de apropriabilidade do progresso técnico no País.

Então, talvez mais importante do que definir um número e uma porcentagem seja definir uma política e uma trajetória ao longo do tempo. Evidentemente, se você definiu uma porcentagem, vou dizer 20%, agora, vou chutar, tenho certeza de que lá em Sergipe, por exemplo, não vai ser cumprida, porque, para que isso seja cumprido, é necessário que haja investimento público, uma política industrial e principalmente a socialização do conhecimento que é extremamente monopolizado hoje pela empresa líder e pelas outras empresas que dominam o mercado brasileiro de televisão.

Então, essa é uma sugestão que deixo aqui como elemento para começarmos a pensar na mudança estrutural. E não falei aqui disso, porque preferi deixar clara a questão da estrutura e a necessidade de reforma. Acredito que aqui haja gente mais competente do que eu para pensar nisso.

Então, gostaria de agradecer, mais uma vez! Foi um prazer muito grande estar aqui. Creio que tenha aprendido muito com esse debate. Muito obrigado a todos!

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Gostaria de agradecer ao Professor César Bolaño, que deu aqui, mais uma vez, prova de espírito público. Somos-lhe muito gratos!

CONGRESSO NACIONAL CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

2ª REUNIÃO DE 2004

DIA 1º DE MARÇO DE 2004, SEGUNDA-FEIRA, ÀS 14H,
NA SALA Nº 2 DA ALA SENADOR NILO COELHO

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Vamos ouvir a palavra do Professor Denis Lerrer Rosenfield. O Professor Denis Lerrer Rosenfield é Doutor pela Universidade de Paris; Professor Titular da Universidade Federal do Rio Grande do Sul; pesquisador do CNPq; editor da revista **Filosofia Política**; já fez conferências nas Universidades de Stanford, nos Estados Unidos; Munique e Berlim, na Alemanha; Argentina e Portugal. É coordenador da Pós-Graduação em Filosofia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul; é articulista dos jornais o **Estado de S. Paulo** e **O Globo**; colaborador da **Folha de S. Paulo** e do **Correio Braziliense** até um ano atrás, quando ocorreu mudança editorial naquele jornal. Tem vários livros e artigos publicados em Português, Francês e Espanhol; mais de 100 artigos sobre democracia brasileira e análises políticas nos principais jornais do País.

Com a palavra o Dr. Denis Lerrer Rosenfield, que nos falará a respeito do tema “Concentração da Propriedade dos Meios de Comunicação Social no Brasil”.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – Boa-tarde. Primeiramente, Srs. Conselheiros, gostaria de agradecer ao Conselho de Comunicação Social e ao seu Presidente, Sr. José Paulo Cavalcanti Filho, pelo convite. E, dado o exíguo tempo, vou entrar diretamente no ponto.

Passarei à minha exposição: A mídia e a democracia:

I. A questão democrática

Colocação do problema. O Brasil demonstra uma estranha persistência das idéias socialistas que, por todo o mundo, tem dado mostra de um progressivo desaparecimento da cena pública. Aqueles que ainda se reivindicam do socialismo seja se reivindicam da socialdemocracia, seja são os nostálgicos do comunismo ou do “socialismo real”. Os primeiros partem do reconhecimento da sociedade de mercado e das instituições democráticas, sendo, na verdade, o que a tradição marxista e/ou comunista denominava de “reformistas” ou “renegados”. Não se pode, portanto, pensar uma sociedade pautada por um ideário socialdemocrata fora das leis do mercado, baseada no mérito e na concorrência, e fundada na idéia de que a revolução consiste numa quebra da democracia, produzindo opressão e um tipo de violência estatal. Os segundos procuram pura e simplesmente restaurar uma sociedade baseada na violência estatal, no desaparecimento do mercado e no não respeito de instituições democráticas. Para eles, a democracia carece de valor universal, sendo, quando reconhecida, um instrumento de conquista do poder, preâmbulo de sua posterior supressão. O mercado, ao ser destruído, é

preliminarmente considerado como o pior dos males, uma espécie de maldição capitalista que seria assim exorcizada.

Quando da elaboração da idéia marxista de socialismo e de comunismo por Marx e Engels, surge uma proposta que era, então, considerada generosa de transformação da sociedade capitalista, como se essa fosse incapaz de resolver os problemas sociais, estando numa condição cujo percurso anunciava a sua ruína próxima. Temos, portanto, uma idéia, que procurava se identificar à da verdadeira humanidade, uma idéia que os seus defensores diziam científica, e um diagnóstico, que seguiria essa cientificidade, segundo o qual o capitalismo sucumbiria vítima de suas próprias contradições. Ora, a realidade contrariou o diagnóstico, pondo em questão a cientificidade apregoada, que se revestia de expressões como “materialismo histórico” e “materialismo dialético”. O capitalismo não apenas não desapareceu como se fortaleceu, mostrando virtualidades insuspeitas para os seus alcoses mais contundentes. Ademais, como a experiência dos países europeus ocidentais mostra à sociedade, o capitalismo foi igualmente capaz de resolver os problemas sociais que épocas anteriores tinham sido incapazes de fazer. Além disso, desenvolveram instituições democráticas que permitiram resolver os problemas das lutas pelo poder por vias não violentas, instituições essas fortemente apoiadas na cena pública, com a participação cada vez maior do conjunto dos cidadãos.

Esse diagnóstico, no caso o verdadeiro, demorou, porém, a ser feito, dada a influência de intelectuais, partidos políticos, sindicatos e de certos meios de comunicação, que ocultaram, durante décadas, as atrocidades cometidas em nome dessa “generosa” proposta de transformação social. Pense-se em intelectuais do porte de Sartre, nas ações dos partidos comunistas, de seus líderes tidos por heróis, em sindicatos que seguiam ordens comunistas e nos meios de comunicação que se diziam “independentes”, tudo atribuindo a uma maquinação “capitalista” e “americana”. Nesse meio tempo, o Komintern, órgão de relações exteriores do partido comunista da União Soviética, infiltrava seus agentes pelo mundo, afirmando os seus interesses partidários e nacionais como se fossem os verdadeiros interesses universais¹. A realidade foi, no entanto, mais forte e, quando ruiu o muro de Berlim, em 1989, as últimas ilusões foram embora. O que a realidade escancarava, a razão não podia mais não reconhecer. Raymond Aron tivera razão em sua polêmica contra Sartre.

O Brasil e o mundo. Alguns remanescentes, no entanto, permaneceram. Num estranho processo histórico, é como se o Brasil tivesse permanecido à margem desse processo, como se não pertencêssemos à história do mundo ou essa não tivesse nada a nos ensinar. Quando ouvimos discursos de determinados políticos, ficamos com a impressão de que nada aconteceu no mundo, ou como se o “mundo” fizesse parte de um outro “planeta”, por ora desconhecido para nós. Os que reconhecem, pelo menos verbalmente, as atrocidades do “socialismo real”, o fazem apenas para considerá-las um mero acidente de percurso, algo que não atinge o próprio conceito de socialismo ou comunismo. É como se o “socialismo ideal” fosse

¹ Cf. a esse respeito, no Brasil, o livro de William Wack (*Camaradas*. São Paulo, Companhia das Letras, 1993) sobre os comunistas brasileiros e suas vinculações com a então União Soviética.

uma verdade religiosa. Veja-se, entre nós, a persistência de símbolos como Cuba, Fidel Castro e Che Guevara. Tem-se, assim, uma idéia, na verdade do tipo religioso, uma idéia teológica-política, que, em seu caráter absoluto, resiste a qualquer prova de realidade. Os que a defendem aderem religiosamente a ela. Não é casual, neste sentido, que, no Brasil, os seus adeptos provenham, em parte, de meios religiosos.

Ora, Marx e Engels não eram homens religiosos, mas de profundas convicções científicas. Toda a sua contenda com os “socialistas utópicos” estava baseada num determinado corpo teórico que deveria ser verificado pela experiência, pela prática. A própria crítica ao capitalismo fundava-se num minucioso estudo das condições reais desse regime de produção e de seus pensadores mais eminentes. Não esqueçamos que a obra principal de Marx, **O Capital**, tem o subtítulo de “Crítica da economia política”. No confronto com a filosofia de Hegel e com os economistas político clássico nasce o pensamento de Marx e Engels. Para eles, ou uma teoria se verificava por sua experiência ou era equivocada e deveria ser abandonada. No Brasil, porém, só temos os maus discípulos de Marx, pois a religiosidade tomou o lugar da ciência e a adesão incondicional ao socialismo tomou o do pensamento. A idéia de socialismo continua a ser tida por válida e nada se considera seriamente das experiências do socialismo real².

Logo, a idéia de socialismo continua no topo mítico do que deve ser a sociedade, a qual vem acompanhada de um olhar complacente sobre todas as atrocidades em seu nome cometidas, enquanto a democracia é objeto da crítica mais mordaz, como se fosse meramente “formal”, “liberal” e “burguesa”, incapaz de resolver os problemas sociais e políticos e, aí sim, contra toda a evidência histórica. Ou seja, a experiência bem sucedida dos países capitalista-democráticos é simplesmente desconsiderada, e desconsiderada em nome de uma idéia socialista que não vingou em lugar nenhum do mundo. **Mutatis mutandis**, essa posição corresponde a uma postura de tipo religiosa: mede-se o mundo a partir da idéia de uma sociedade perfeita, sem considerar que: 1) as experiências feitas em seu nome foram desastrosas; 2) o ser humano é de natureza desejante e egoísta, precisando dar satisfação a essas suas pulsões vitais.

Clareza intelectual. Talvez uma das mais urgentes tarefas da política brasileira consista no esclarecimento do conceito de democracia, pois agentes de cores partidárias contrapostas dele se utilizam com propósitos completamente distintos, como se não falassem a mesma linguagem, embora suas palavras sejam as mesmas. Será que falam da mesma coisa?

Sartori assinala justamente que de todos os sistemas políticos, “a democracia é o que depende de forma mais crucial da clareza mental”³. Os equívocos dos conceitos, em uma democracia, fazem, evidentemente, parte do jogo

² Emblemáticas, neste sentido, são as declarações de jovens líderes do MST, que defendem claramente a instalação no Brasil de um regime como o de Cuba ou o da extinta União Soviética. Cf. revista *Época*, *MST Eles querem Revolução*. Nº 268, 7 de julho de 2003. Não esqueçamos tampouco que, de uma forma mais velada, a direção do MST compartilha das mesmas idéias.

³Sartori, Giovanni. *A teoria da democracia revisitada. 1. O debate contemporâneo*. São Paulo, Ática, 1994, p. 15.

político, pois cada partido ou organização quer tirar o maior proveito possível do uso que faz das palavras. Logram-se convencer estrategicamente algumas pessoas com palavras, sem nos darmos ao trabalho de explicitar o seu significado, produzir determinados efeitos que nos são proveitosos. Pensando em tais comportamentos e conseqüências numa escalava coletiva, podemos nos dar conta da importância que se deveria conceder ao significado das palavras. Contudo, num certo sentido, podemos considerar que, na esfera pública, essa equivocidade é inevitável, porque estamos situados precisamente no terreno da doxa, da opinião. A política não é o terreno da ciência.

Entretanto, o uso equívoco de certos conceitos, normais numa certa medida, não pode ultrapassar determinados limites que poriam em perigo o próprio uso de conceitos, equívocos ou não. Uma sociedade totalitária, por exemplo, que tudo controla, prescinde desse uso equívoco de conceitos, pois ela está baseada na violência estatal-policial com a conseqüente abolição da cena pública. Se não há opinião pública, não há por que preocupar-se com o uso equívoco dos conceitos. Se uma sociedade democrática funda-se nela e essa, por sua vez, no uso do discurso, tudo o que leva ao esclarecimento de propostas e idéias, por mais duro e penoso que seja, faz parte do seu modo de funcionamento. Devemos, porém, distinguir aqui a ambigüidade no uso corriqueiro e mesmo político dos conceitos da ambigüidade que diz respeito aos princípios do jogo democrático. A democracia, para sobreviver, não pode pactuar com determinadas ações que ponham em questão os princípios mesmos sobre os quais se assenta. Democracia não é libertinagem, muito menos arbítrio em relação a si mesma. Logo, todo comportamento político que conduza a um questionamento dos princípios mesmos da democracia ou, dito de outra maneira, enfraqueça as suas propriedades centrais, termina por ser, na verdade, um comportamento antidemocrático. Eis por que o esclarecimento do conceito de democracia é central para a colocação do problema da mídia e, de uma forma mais geral, para a compreensão dos processos políticos de nosso país.

A democracia é eminentemente um conceito político, que diz respeito ao modo de organização das relações de poder dentro de uma determinada sociedade. Ela não pode, tampouco, ser confundida com outras formas de organização das relações humanas, que prescindem ou não podem estar baseadas no conceito de igualdade política. Por exemplo, uma família não é uma instituição democrática, pois o seu modo de funcionamento está baseado na hierarquia. Os pais, por exemplo, não consultam os filhos para saber se esses devem ir ao médico em caso de doença ou se devem ou não ir à escola. Não há consulta ou assembléia de votantes para determinar se uma pessoa deve ou não ser tratada ou educada. Trata-se de algo hierarquicamente decidido. Da mesma maneira, quando entramos num avião não deliberamos sobre quem deve ser o piloto. Este já se encontra previamente designado por cursos feitos que lhe conferiram uma determinada aptidão, segundo uma forma de organização empresarial. Devemos, pois, evitar transferir um conceito cuja significação é política para esferas em que não funciona esse sentido específico e determinado de igualdade.

Minar os princípios. O questionamento dos princípios democráticos depende de determinadas épocas e do modo particular graças ao qual cada sociedade se representa e organiza as suas relações. Podemos dizer, em linhas

gerais, que, depois das experiências totalitárias, de cunho nazista e comunista, houve, nas sociedades ocidentais, uma valorização da democracia e dos valores e princípios sobre os quais se assenta. Do horror dos genocídios surgiu – ou ressurgiu – uma forma – que se pretende universal – de organização das relações políticas entre os homens. O processo, porém, não foi livre de equívocos, pois os derrotados, em particular os comunistas e afins, no ato mesmo de se inclinarem diante do novo regime, o fizeram com o intuito de miná-lo no futuro. E esse ato de contrição visava a solapar as bases mesmas da democracia e começou a ser feito em nome da mesma democracia e com a utilização dos seus instrumentos⁴. Uma forma de levar a cabo esse trabalho de destruição da democracia consiste em ampliar de tal maneira o seu significado que ele termina por servir a qualquer propósito, inclusive o da supressão do regime que lhe dá sustentação. Ou seja, se o conceito de democracia se dilui, se ele se presta a qualquer finalidade, ele perde o seu significado e, ao perdê-lo, se torna um mero instrumento nas mãos daqueles que procuraram suprimir esse regime político.

Podemos também dizer que o Brasil vive um processo que, em muitos aspectos, pode ser dito de uso ambíguo dos princípios da democracia. Atualmente, por exemplo, muitos dos que eram opositores da ditadura militar sustentam, hoje, que o fizeram em nome da democracia, contra toda evidência histórica⁵. Não há traços de documentos ou propostas partidárias que defendiam a democracia como um valor universal. Pelo contrário, a proposta desses grupos consistia no estabelecimento de uma sociedade comunista no Brasil. Se a democracia veio a ser defendida, ela o foi por razões táticas, ou seja, visando ao estabelecimento de eleições baseadas em processos de livre expressão e de livre organização sindical e partidária. Ela foi valorizada como meio e não como fim em si mesma. Historicamente, pode-se, portanto, dizer que a democracia veio a se construir como um valor universal entre nós, embora determinados atores políticos continuem a fazer dela um uso meramente instrumental. Podemos aqui aduzir um outro exemplo: os atores que vivem reduzindo os processos democráticos à mera questão de números ou apontam para as “imperfeições” da democracia representativa, tida por formal, visando a substituí-la pela democracia participativa, são, na verdade, os que procuram miná-la por dentro. Se a questão do número fosse central na definição da democracia, deveríamos considerar os regimes totalitários como “democráticos”, dado o assentimento popular que produziram. Da mesma maneira, os que criticam o caráter “formal” da democracia ou seu caráter “liberal” são também os que a consideram uma mera forma burguesa de dominação, que deveria ser substituída por uma “outra” forma de democracia, a popular ou “direta”, na verdade dominada por um partido que se apropria do aparelho do Estado.

A força das idéias. Idéias não são produtos neutros, meros reflexos de nossos comportamentos ou de processos sócio-econômicos. Evidentemente, podemos dizer que elas expressam nossos desejos ou estão também a serviço de relações sócio-econômicas ou políticas⁶. Muitas vezes idéias são formas indiretas de

⁴ Ibid.: “A democracia ainda tem inimigos; mas, agora, a melhor forma de evitá-la é fazê-lo em seu nome e com seu próprio nome”, p. 19.

⁵ Cf. Daniel Aarão. Entrevista concedida a Elio Gaspari.

⁶ Marx. *Prefácio à Crítica da economia política*. In: Oeuvres philosophiques. Paris, Gallimard, 1982.

satisfação dos desejos⁷. Elas são, no entanto, mais do que isso, porque conformam nossa visão do mundo. Elas atuam, por sua vez, sobre os desejos e sobre as relações sócio-econômicas. Graças a essas formas de interação, elaboram-se os processos de transformação das relações humanas, que passam a se pautar por outras concepções, idéias e ideais. Na verdade, jamais abordamos o mundo de uma forma direta, entendendo por direta uma abordagem que carecesse de idéias ou que as formasse pela primeira vez nesse contato. Sempre conhecemos a partir de determinadas idéias e concepções, que tanto exprimem nossa forma de vida como a ela conferem um determinado enfoque. Idéias estão enraizadas em nossas formas de vida, fazem dela parte, mas constituem, por assim dizer, a sua parte racional, aquela que é capaz de elaborar justificações e conferir novos cursos às ações. Nosso olhar do mundo é sempre conformado por uma determinada ótica, recortando determinados aspectos e descartando outros, pondo em realce certas propriedades e menosprezando outras. Aquilo que “existe”, o que consideramos como “realidade”, é produto de uma forma de atribuição. Vemos sempre o mundo a partir de uma determinada perspectiva que orienta a nossa ação e fortalece ou não nossas convicções.

A disputa por idéias torna-se central tanto para fazer progredir uma sociedade quanto para obstaculizar o seu desenvolvimento. Idéias orientam a ação num determinado sentido ou num outro. Elas podem seja liberar novos processos, seja impedi-los. Tudo depende do modo graças ao qual são formadas, elaboradas e aceitas. Por exemplo, insistir no valor do “socialismo” ou do “comunismo” pode ser um fator importante no fazer com que uma certa sociedade se imobilize, vítima de suas contradições internas ou de uma certa concepção de que o Estado deve tudo controlar, inclusive a vida particular das pessoas e as relações de mercado. Por outro lado, pensar que as relações entre o Estado e a sociedade civil devem ser redesenhadas pode ser um indicativo de que novas idéias estão sendo geradas, suscetíveis de fazerem com que as funções estatais, privadas e sociais, sejam compreendidas diferentemente, dando lugar, praticamente, a novas formas de organização das relações entre os homens. Se a sociedade e o Estado se apresentam hoje de uma determinada forma, essa configuração é o resultado de um longo processo histórico que terminou por concretizar certas idéias e não outras.

Fundamento normativo da democracia. A democracia tanto pode ser considerada como um conjunto qualquer de regras, contraposto a um outro conjunto de regras, quanto como um conjunto de regras normativamente orientado.

No primeiro caso, poderíamos fazer uso de proposições descritivas, que apresentariam quais são essas regras em uso em determinadas sociedades ocidentais, de tipo capitalista, as quais são colocadas ao lado de outras sociedades de tipo teológico-político, ou de partido único, totalmente controladas pelo Estado, e assim por diante. Extrairíamos da observação certas regras que nos permitiriam definir uma determinada sociedade como democrática⁸ à diferença das demais.

⁷ Hobbes, Thomas. *Leviatã*. Tradução de João Paulo Monteiro e Maria Beatriz Nizza da Silva, Coleção os Pensadores, São Paulo, Editora Abril, 1983, e Freud, S. *Para além do Princípio do Prazer*. Rio de Janeiro, Imago e o *Malestar na Civilização*. Rio de Janeiro, Imago.

⁸ Bobbio, Norberto. *Qual socialismo?* Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983.

Assim, teríamos eleições periódicas, rotatividade do poder, direito das minorias que podem se tornar maioria amanhã e direitos que asseguram essa forma de participação. Entretanto, não poderíamos inferir, dessas propriedades que fazem parte do conceito de democracia assim construído, nenhum juízo de valor, como se essa forma de organização política fosse, de alguma maneira, superior a outras formas de organização política. Por exemplo, não poderíamos, nessa linha de argumentação, dizer que uma sociedade democrática é melhor do que uma sociedade comunista, ambas sendo alternativas igualmente possíveis de disputa pelo poder.

No segundo caso, introduziríamos considerações de ordem valorativa, fundadas na própria idéia democrática, permitindo assim diferenciá-la de outras formas de organização das relações de poder. Assim, dizemos que a democracia está baseada na *Declaração dos Direitos humanos*, o que introduz no fundamento dessas regras uma concepção universal de homem, independentemente de considerações de religião, cor, credo ou sexo. Trabalhada nessa perspectiva, a regra democrática é vista na perspectiva de sua justificação, de tal maneira que, em qualquer situação, cabe sempre a pergunta sobre se uma determinada regra vale apenas para um grupo, para a sociedade como um todo ou para a humanidade no seu conjunto. Enfocada sob essa ótica, a democracia é considerada como tendo um valor universal⁹ e não apenas instrumental. Logo, o conceito de democracia se torna indissociável dos conceitos de liberdade e de igualdade. Liberdade em suas acepções de liberdade política, de pensamento, de expressão, de imprensa, de religião, de organização sindical e partidária. Igualdade em suas acepções de igualdade de todos perante a lei, de oportunidades e de exercício dos direitos de todos.

Em conseqüência, a dificuldade de elaboração e de compreensão da democracia reside em que as regras que a constituem não são valorativamente neutras, mas embutem ideais que foram gradativamente se concretizando nas formas de organização política. Por exemplo, a ninguém ocorreria hoje, numa sociedade democrática, negar o direito de voto às mulheres. Consideramos esse direito como algo perfeitamente “natural”. Ocorre, contudo, que esse “natural” é histórico, produto de um longo percurso que fez com que, politicamente, as mulheres caíssem dentro do conceito de humanidade e dele não fossem alijadas. Se as sociedades democráticas se fundam numa idéia universal de humanidade, uma parte dela não pode, evidentemente, ficar excluída. Logo, esse fato, o direito universal das mulheres, é moldado por uma determinada idéia. Fatos políticos, particularmente os de sociedades democráticas, são “moldados por valores”¹⁰.

Democracia e representatividade. A democracia é fruto de um longo aprendizado histórico¹¹, no qual se concretizaram diferentes experiências políticas, orientadas, genericamente, por um ideal, segundo o qual as lutas pelo poder, inerentes ao ser humano, poderiam ser equacionadas por meios pacíficos, via

⁹ Cf. Coutinho, Carlos Nelson. *A democracia como valor universal*. São Paulo, Livraria Editora Ciências Humanas, 1980. E Rosenfield, Denis L. *O que é democracia*. São Paulo, Brasiliense, 1984.

¹⁰ Sartori, op. cit., p. 13.

¹¹ Ibid, p. 7.

utilização de determinados procedimentos por todos reconhecidos. Remotamente, sempre se utiliza o “modelo” da Atenas clássica, como se esse pudesse ser, de alguma forma, reutilizado no mundo contemporâneo. O que a Atenas clássica nos oferece é uma idéia de regramento dos conflitos políticos, baseada numa assembléia pública que permitia o encontro e o face a face dos cidadãos, e cujas decisões, uma vez tomadas graças ao uso da razão e do discurso, passavam a ser válidas para todos. Observe-se igualmente que a escolha dos dirigentes e governantes era feita por sorteio. Ora, as condições de exercício da democracia ateniense residiam numa pequena comunidade territorial, organizada segundo valores comuns, da filosofia à religião, passando pela arte, e numa forma de estipulação de quem era cidadão. Sob essa ótica, as mulheres, os metecas e os escravos (ou seja, o mundo do trabalho) estavam excluídos da cidadania. Ademais, como se depreende dessa situação, não havia partidos políticos, nem eleições como as conhecemos hoje. Ou seja, a democracia ateniense só pôde vicejar, e por pouco tempo, em uma época completamente diferente da nossa. Hobbes¹², crítico mordaz dessa forma de democracia, identificada por ele como direta e não representativa, atribuía-lhe a instabilidade que vicejava nessa pólis, o seu caráter arbitrário e a responsabilidade por sua curta existência graças às lutas fratricidas que lá se desenvolveram.

A noção de democracia representativa nasce de uma constelação histórica onde confluem:

a) o tamanho do território e a densidade populacional. Como vimos a propósito da democracia ateniense, a sua forma de participação estava baseada num território exíguo, de baixa densidade populacional, o que viabilizava a reunião das pessoas, o conhecimento mútuo e um tipo de discussão que possibilitava o diálogo. Pelas condições físicas, esse tipo de democracia só é viável em pequenas comunidades, de tal maneira que, cessando essas condições, essa forma democrática deixa de existir. Nas condições dos grandes Estados, da dimensão territorial de um Brasil e cuja população soma mais de 150.000.000 de habitantes, coloca-se como uma questão incontornável a representação política, baseada na delegação de poderes. Observe-se ainda que, sob essas condições, não cabe tampouco falar de democracia direta ou participativa em cidades com centenas de milhares de habitantes, quando não de milhões;

b) a separação entre a esfera privada e a pública. Uma democracia de tipo direta ou participativa exige que os indivíduos ocupem-se necessariamente da política, sob pena de se virem alijados das decisões políticas ou de não terem seus interesses mais imediatos satisfeitos. A questão poderia ser colocada de uma outra maneira: por que deveriam os cidadãos se ocupar todo o tempo de problemas políticos? A idéia de uma politização completa da sociedade é uma idéia nova, como se fosse necessária uma revolução das relações sociais, que seria a culminação desse processo de politização. Ou seja, essa idéia vem associada a uma outra, a saber, a sociedade deveria ser submetida a um processo de “revolução cultural” cujo objetivo seria a mudança de mentalidades, condição prévia de uma mudança política

¹² Hobbes, Thomas. *De Cive*. Petrópolis, Vozes, 1993.

mais abrangente. Ora, modernas sociedades de mercado estão baseadas na idéia de que os cidadãos podem escolher participar ou não de assuntos políticos. Para isso, há a representação, onde, mediante delegação de poder, alguns indivíduos, os políticos, têm como função principal tratar da coisa pública. Os demais cidadãos, mediante processos de controle como as eleições, podem se dedicar a seus afazeres privados, tendo como único objetivo a sua satisfação material e particular;

c) o trabalho. Com as sociedades modernas, o trabalho deixa a esfera familiar, como era o caso na pólis grega, e toma conta das relações sociais. O trabalho torna-se uma condição mesma da sobrevivência de todos, e não somente daqueles que tinham nesta sua função única, como era o caso dos escravos. Ou seja, a sobrevivência material e, de uma forma mais abrangente, a vida em geral são consideradas não apenas como condições das relações sociais, mas o seu usufruto depende da livre escolha de cada um. O trabalho toma conta da vida de cada um e coloca-se assim o problema do que fazer com o seu fruto e o da utilização do tempo livre. A jornada de trabalho em todos os países desenvolvidos tende a ser cada vez menor. O entretenimento, por exemplo, é uma opção dos indivíduos que, fora da esfera do trabalho, podem dedicar-se ao que mais lhes aprouver. Se quiserem, por exemplo, escolher, na televisão, um filme, um programa de auditório ou um noticiário, essa escolha permanece estritamente individual e não pode – nem deve – ser regulamentada pelo Estado;

d) a competição. A moderna sociedade de mercado está baseada na competição, no mérito, de tal maneira que as condições de sucesso em muito dependem da persistência, da perseverança, da formação individual e da emulação, sob regras que exigem a atenção constante de todos. Ademais, num mundo globalizado, o patamar de competição adquire um nível mais elevado, de tal maneira que o concorrente não é mais o indivíduo próximo, de certa forma o vizinho, mas uma pessoa ou empresa anônima que influencia as decisões de cada um. E anônima em escala planetária. Sob essas condições, a utilização do tempo das pessoas é deixada ao arbítrio de cada um, a política podendo entrar ou não entre aquelas condições que tornam o emprego do tempo individual mais seguro e mais profíquo. Mesmo as formas ditas de orçamento participativo podem ser vistas sob essa ótica, pois, por exemplo, a limpeza de uma praça x ou a criação de uma nova creche não teriam porque depender da participação dos cidadãos. Para isso elegem prefeitos e vereadores, além de pagarem impostos que mantêm toda uma burocracia estatal;

e) a cena pública. Uma sociedade democrática contemporânea baseia-se em um espaço livre no qual se forma a opinião pública. Disputas partidárias, por exemplo, consistem em lutas regradas pelo poder que têm nos cidadãos os seus árbitros, os que decidirão os vencedores. As opiniões e convicções de todos os atores – e não apenas dos políticos – se formam em um espaço de confrontação e composição que tem na palavra e na imagem os seus elementos de conformação. Elabora-se toda um conjunto de idéias e valores mediante os quais a sociedade se representa, se imagina e, assim, se pensa, tendo como resultado aquilo que viemos a considerar como o senso comum, que é tão comum quanto o denominador comum de diferentes discursos, sentimentos e imagens. Eis por que é tão importante a

conquista da opinião pública, pois graças a ela adesões se constroem e certas ações se fazem possíveis. Pode-se, de certa maneira, dizer que a democracia representativa se caracteriza pelo modo através do qual a consciência de cada um é formada pela opinião pública e como essa se materializa via determinada delegação de poder e desenho das relações entre a sociedade civil e o Estado;

f) a mídia. A disputa pela consciência de cada indivíduo, tanto do ponto de vista político, quanto empresarial, torna-se assim central na perspectiva de estruturação das sociedades contemporâneas. A imprensa, o rádio, a televisão, o celular e a internet mudaram completamente o modo através do qual as pessoas vêem e são vistas, o modo graças ao qual se compreendem e compreendem os demais. O mundo do face à face direto tornou-se um mundo de relações indiretas. Se durante séculos, a imprensa e os livros em geral eram o modo privilegiado de acesso à informação e às formas de vida em geral, com a transmissão rádio-visual e, mais recentemente, com o mundo digital, as formas de escuta e de visão mudaram radicalmente. Em ondas radiofônicas, as pessoas se acostumam a escutar determinados locutores e podem, via telefone, fax ou email, participar de determinados programas, produzindo assim uma forma de interatividade. Na televisão, a imagem aparece com força, tornando-se, inclusive, o “testemunho” de determinados fatos, que terminam por formar a consciência individual, o juízo que cada um faz dos outros. O pensamento estrutura-se aqui pela imagem e a sua conquista torna-se uma meta daqueles que, no Estado, procuram dar forma a certas políticas governamentais. Os grupos econômicos, por sua vez, tanto podem procurar retratar a realidade como induzir certos comportamentos, segundo determinadas estratégias, tudo dependendo do compromisso que tenham com a verdade. Na internet, esses processos são ainda mais potencializados, pois um outro elemento é introduzido: a interatividade, com meios multimidiáticos, graças ao uso do computador. Eis por que a luta pelo controle e regulamentação desses meios de comunicação se torna uma das matérias mais candentes da discussão atual.

Democracia de referendo. O desenvolvimento dos modernos meios de comunicação, sobretudo com a interatividade, recoloca-se a questão de que “muitos” ou “todos” poderiam decidir sobre assuntos concretos se fossem consultados. “O espaço digital” seria aqui um substitutivo do “espaço geográfico”, viabilizando uma outra forma de participação. A democracia de referendo seria um tipo de democracia direta que poderia vir a realizar-se em sociedades contemporâneas, na medida em que ela permite superar a questão geográfica e populacional que impediam uma decisão autônoma do indivíduo no que diz respeito aos problemas centrais da política. O problema, contudo, reside nesse tipo de participação com suas condições específicas, pois não é a mesma coisa, por exemplo, que os cidadãos de um país decidam sobre grandes temas específicos, produtos de uma longa discussão, e a prática por assim dizer usual e cotidiana do referendo, que introduziria outras questões. No primeiro caso, a participação por referendo seria um complemento da democracia representativa em assuntos de alta mobilização e importância, sem que as condições da representação fossem alteradas. No segundo caso, haveria uma completa modificação dessas condições, com a própria transformação, senão abolição, da democracia representativa.

Os problemas aqui residiriam em que: a) a decisão caberia a indivíduos isolados que não interagiriam com os demais, como era o caso da democracia ateniense. Um indivíduo atomizado, confrontado com sua própria máquina, decidiria a partir daquilo que lhe foi colocado ou imposto, sem que houvesse uma troca de opiniões. Não esqueçamos que a troca de opiniões seria uma condição da participação direta. Um indivíduo numa tal posição seria particularmente manipulável por aqueles formadores de opinião que elaborariam as questões a serem decididas e as suas condições. Perde-se o processo da interação, do face a face, capaz de alterar as opiniões individuais, dando lugar a um processo de elaboração coletivo¹³, particularmente sujeito ao controle político-midiático; b) os indivíduos poderiam ser assim facilmente manipuláveis por processos de resposta imediata a impulsos midiáticos, que suprimiriam o tempo necessário à formação do pensamento e à elaboração do juízo. Ademais, com o predomínio da imagem, a realidade vista se sobrepujaria às realidades não vistas, que constituem o terreno próprio da política. Por exemplo, ninguém “vê” a liberdade embora ela seja um princípio que norteia a ação ou deveria norteá-la. Ou seja, poder-se-ia criar um sistema de estímulo/resposta que faria a economia da reflexão, abrindo espaço para uma maior independência da versão sobre os fatos versados. A participação política poderia tornar-se uma espécie de behaviorismo político, reduzindo o comportamento humano a um sistema de estímulo digital que se apresentaria como “livre”; c) a participação individual seria, num grande país, completamente diluída, de tal maneira que os ganhos da relação dita direta seriam contrabalançados por uma menor participação¹⁴, pois a atomização seria levada ao seu extremo. O conjunto dos cidadãos seria um conjunto de indivíduos ainda mais isolados uns dos outros, que perderiam o trabalho da mediação política realizado pelo governo representativo. Não esqueçamos que eleições são o produto de um longo processo de formação da opinião pública que passa por partidos políticos, por instâncias representativas como o parlamento e o judiciário e pelos meios de comunicação. Logo, não se poderia dizer que a democracia de referendo seja participativa nem representativa, por ser suprimida essa forma de intermediação; d) os direitos das minorias terminariam por não ser reconhecidos, na medida em que não se constitui um espaço público, representativo, onde esses direitos poderiam se afirmar. Maioria e minoria seriam apenas nomes que qualificariam “vitoriosos” e “derrotados” virtuais num processo extremamente volátil, que não permitiriam a sua consolidação e superação. Ou seja, perder-se-ia precisamente a forma de constituição dos “direitos” das minorias, pois essas sobrepujariam possivelmente, num segundo momento, a “maioria” anteriormente constituída. Pode-se dizer que uma democracia de referendo seria uma democracia de maiorias voláteis, suscetível de ser controlada diretamente por pequenos grupos que controlariam os meios de comunicação, o que poderia levar, a longo prazo, à supressão da própria competitividade. A “volatilidade” termina por apagar a distinção entre “maioria” e “minorias” com os direitos e instituições a ela relacionados.

Três posições sobre a democracia. Vejamos sucintamente três posições sobre a democracia, para que possamos melhor avaliar o que está em questão:

¹³ Sartori, op. cit., p. 157.

¹⁴ Ibid, p. 159.

1. Aristóteles. Aristóteles¹⁵ dividia os regimes políticos em três tipos, cada um tendo, por sua vez, uma forma degradada. Havia os “bons regimes políticos”, aos quais correspondiam a monarquia, ou governo do melhor, a aristocracia, ou governo dos melhores, e a “politéia” (república seria talvez uma tradução adequada), ou governo da maioria, entendida como os melhores em número muito elevado. A consideração normativa era determinada pela “causa final”, ou seja, a finalidade constitutiva da polis enquanto voltada para a realização do bem-comum, independentemente de que fosse conduzida por um, por alguns ou pela maioria. Em todo caso, a questão dos “melhores” e a da “boa” cidade não poderiam ser escamoteadas, sob pena de que a polis já não mais realizasse a sua finalidade, o que seria equivalente a que os seus membros voltassem a um estágio pré-político, digamos pré-cultural, caracterizado pelo jogo bruto da violência. Assim, as formas degradadas dos “bons” regimes políticos se caracterizavam pelo uso indiscriminado da violência, seja em proveito de um, de alguns ou da maioria, correspondendo, respectivamente, à tirania, à oligarquia e à democracia. Segundo sua formulação, a democracia nada mais seria do que o despotismo da maioria, conduzida por demagogos que em seu nome falam. Ou ainda, a democracia poderia ser também definida como o governo dos demagogos, dos mestres do discurso;

2. Hobbes. Confrontado a essa formulação, Hobbes¹⁶, leitor atento de Aristóteles, a considerou como infundada, pois os regimes políticos não se caracterizam por uma consideração de ordem valorativa, sempre difícil de se determinar. Os regimes políticos se definem apenas por uma questão de nome, envolvendo, descritivamente, o governo de um, o governo de alguns ou o governo de muitos ou da maioria. Desaparece, então, a distinção aristotélica entre “bons” e “maus” regimes, tudo dependendo de um ato de nomeação dos que se sentem, por exemplo, descontentes e empregam, assim, um termo que consideram pejorativos. Por exemplo, os descontentes com o governo de um só o consideram uma “tirania”. Os que lhe são favoráveis o consideram uma monarquia e assim por diante. No entanto, Hobbes introduziu um outro critério de discriminação dos regimes políticos, partindo de uma definição do Estado, cuja finalidade consiste em assegurar a paz pública e em evitar a morte violenta. Se o Estado cumpre essa sua função central, tanto faz que ele seja governado por um, por alguns ou pela maioria. Poderíamos mesmo dizer que essa é uma questão empírica, dependente do modo mediante o qual cada sociedade, segundo sua história e sua forma de representação de si, organiza as suas relações de poder. Em todo caso, sublinhemos que Hobbes, ao tratar da democracia, não visa ao que entendemos por democracia representativa, mas sim à forma ateniense de democracia direta. Para ele, com efeito, a democracia ateniense era um regime político que produzia a instabilidade institucional, sendo essa, na verdade, a causa de sua vida curta. Insistamos sobre esse ponto: a democracia, para Hobbes, corresponde à forma direta, desorganizada e instável da participação, para ele fonte inesgotável de conflitos, e se tornando, portanto, incapaz de assegurar a segurança pública. Em sua concepção, a democracia representativa corresponderia a uma forma de delegação ordenada de poder, com formas estritas

¹⁵ Aristóteles. *Política* I. The Complete Works of Aristotle, The Revised Oxford Translation. Princeton/Bollingen Series LXXXI, 1, 1995. Org. H. Barnes. Cf. também meu livro *Lições de filosofia política*. Porto Alegre, L & PM, 1996.

¹⁶ Hobbes, op. cit.

de controle, que poderiam desembocar seja no governo de um (presidente da república, por exemplo), de alguns (um conselho ou governo parlamentar) ou da maioria (numa modalidade mais complexa de estabelecimento);

3. Hegel. Hegel¹⁷, por sua vez, era claramente partidário de um governo representativo, baseado numa divisão de poderes que convergia na figura do monarca, a quem cabia a decisão final dos assuntos de governo. Na verdade, ele procura apresentar uma forma de organização política do Estado que leve em conta tanto a questão do número, quanto a dos melhores. Eis por que ele atribuirá tanta importância à cultura, à formação do homem. A sociedade deveria se articular ao Estado segundo instâncias representativas, que permeariam as relações sociais e políticas, reservando a cada uma delas funções definidas, sem que uma pudesse usurpar ou se sobrepor às das outras. Ele não aceita a atomização própria da sociedade moderna, que retira o indivíduo do seu grupo familiar, social e profissional. Neste sentido, pode-se dizer que as esferas sociais, jurídicas, policiais e, mais propriamente, de governo guardam as suas esferas próprias de atuação, todas concorrendo à conservação do Estado e da sociedade no seu conjunto. Na esteira de Hobbes, cabe ao Estado assegurar a paz pública, evitando que os homens caiam no estado de natureza, na guerra de todos contra todos, o que pode produzir-se em tempos de guerra civil ou de guerra entre Estados.

Muito se tem dito de sua posição antidemocrática sem que se dê a atenção devida ao que ele entende por democracia. Para ele, democracia significa democracia direta¹⁸, ou seja, a eliminação das formas representativas que instaura uma forma de governo despótico, sem as correspondentes mediações sociais e políticas. Mais especificamente, ele tinha em mente a “ditadura jacobina”, ou seja, o governo do terror sob Robespierre. Logo, a equação era constituída pelos termos democracia, democracia direta e terror jacobino. O descontrole revolucionário era identificado à democracia direta, ou àqueles que falavam em nome do povo e impediam que surgisse um Estado capaz de organizar as relações políticas entre os homens, evitando o uso indiscriminado e arbitrário da violência. Por sua vez, as formas do governo livre eram a monarquia constitucional e a república, baseadas em regras e instituições que estruturavam representativamente as relações sociais e políticas.

O governo do povo. O que pode bem significar essa expressão, senão que ela se apóia sobre uma ficção, uma espécie de operador que nos permite identificar, segundo a concepção vigente, aqueles que “deveriam” governar. Ou seja, segundo uma determinada concepção de povo, viremos a organizar um tipo determinado de “governo”. Isto é mais ou menos equivalente a dizer que o governo do povo é o governo feito a partir de uma certa definição, na verdade um nome, que serve às mais distintas conveniências políticas. Esse equívoco proveniente da palavra “demo” se deve a que nem o percebemos mais, pois há uma certa tendência enraizada em nosso senso comum de que o povo é constituído por uma classe ou grupo social mais desfavorecido. Se explorarmos, porém, o seu significado, veremos que sua definição se torna progressivamente mais problemática, podendo surgir um

¹⁷ Hegel. *Princípios da Filosofia do direito*. Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1971.

¹⁸ Hegel. “Reformbill”. In: *Politische Schriften*. Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1966.

descompasso entre aquilo que consideramos como democracia e uma certa concepção de povo veiculada ao lado ou separadamente dessa consideração¹⁹.

A grande dificuldade consiste em determinar “quem é o povo”²⁰, pois essa palavra abriga uma multiplicidade de conotações, cada uma delas podendo dar lugar a posicionamentos distintos, alguns conduzindo mesmo à negação da democracia. Se tomarmos as acepções correntes de “povo”, veremos que a discordância surge assim que procuramos definir mais precisamente essa palavra. “Povo” pode ser tomado como significando os “trabalhadores”, os “desfavorecidos”, os “excluídos”, ou ainda, a “maioria” de um determinado país.

O significado de “trabalhadores” é difícil de circunscrever. Se um partido se diz “dos trabalhadores”, ao que se visa com tal expressão? Trabalhadores significam apenas trabalhadores manuais, de uma indústria automobilística, por exemplo, ou trabalhadores de um escritório de informática, cujos salários são bem superiores aos de uma indústria como a mencionada? O que os une do ponto de vista de seus interesses? Desempregados, por sua vez, não são “trabalhadores”, senão potencialmente, por estarem excluídos do mercado do trabalho. Neste caso, um partido desse tipo não responderia aos interesses dos “desempregados”? Ou os “trabalhadores” são os funcionários públicos, alguns dos quais têm privilégios corporativos que são recusados a outros trabalhadores. Estamos, então, utilizando o conceito de trabalhadores de uma maneira equívoca. E profissionais liberais, médicos e advogados, por exemplo, são também “trabalhadores”. Se o salário de uns for 100 vezes o salário mínimo de outros, podemos dizer que são “trabalhadores” no mesmo sentido? Empresários seriam ainda considerados “trabalhadores” ou não? O que denota o conceito trabalhador?

Se dissermos que o “povo” é constituído pelos “desfavorecidos” ou “excluídos”, estaremos utilizando essa palavra em uma outra acepção. Diremos que ela representa uma fração da população que excluiria, por sua vez, o conjunto dos funcionários públicos, dos trabalhadores sindicalizados, dos profissionais liberais, de profissionais autônomos, dos professores, dos militantes partidários orgânicos e dos empresários. Ficariamos com uma franja populacional que excluiria uma outra parte da mesma população por esta cair sob uma outra acepção de povo. Poderíamos ter assim um “governo do povo” contra uma ampla parte da população, inclusive de trabalhadores, que não poderia, por definição, fazer parte deste poder. Em suma, uma espécie de “povo” contra “povo”. Os conceitos orientam as formas mediante as quais se estruturam as relações de poder.

Se dissermos que o governo democrático ou governo do povo é o governo da maioria, nos defrontaremos com o problema de determinar como se constitui essa maioria, sem a desvantagem de uma definição que cobriria somente uma parte da população como povo. A constituição dessa maioria poderia, portanto, ter como condição um mero conjunto de indivíduos, que estabeleceria a base possível de um cálculo. Neste caso, coloca-se a questão de como os indivíduos, enquanto indivíduos, podem ser consultados no que diz respeito aos assuntos políticos.

¹⁹ Sartori, op.cit., p. 40-59, sobre o significado da palavra povo.

²⁰ Cf. para uma excelente colocação desse problema, Sartori. Ibid., p. 40-58.

Temos, então, a vantagem de prescindir de uma definição, cujo modo de elaboração poria em marcha aqueles que controlam essa definição e dizem falar em seu nome. Com o recurso do cálculo baseado em individualidades independentes, as eleições se tornam momentos de constituição dessas maiorias, onde se misturam, enquanto indivíduos e não como todos orgânicos, “trabalhadores”, “desfavorecidos”, “excluídos”, “não trabalhadores”, “favorecidos” e “incluídos” em torno de um determinado procedimento de escolha de políticas governamentais e de dirigentes.

Os regimes totalitários foram o exemplo mais claro do que significa um grupo de políticos, organizado em um partido centralizado, falar em nome do todo. Os comunistas, em particular, foram os mestres desta arte de discurso. Em nome de uma abstração, de uma ficção, no caso a de representarem os “proletários” ou, mais usualmente hoje, o “povo” ou os “excluídos”, eles terminaram por usurpar o poder do Estado sem nenhum tipo de controle e voltando, inclusive, a violência contra os mesmos “proletários” ou “povo” que diziam representar. Em sua caminhada para o poder e, depois, no seu exercício, eles vieram a controlar totalmente os meios de comunicação como instrumento mesmo de sua dominação. Os mestres da palavra, os demagogos, viram nos meios de comunicação o modo mais apropriado de conquista e de conservação do poder, pois, assim, controlavam as consciências de todos, impondo-se, simultaneamente, como os “representantes” do povo.

Como estava proibida qualquer meio de verificação dessa “representação auto-outorgada”, a mensagem difundida radiofonicamente, por meio da imprensa e televisamente, com a ajuda de imagens, quando este meio foi criado em alguns países que mantinham ainda um regime totalitário ou aparentado, tornou-se uma condição do exercício deste tipo de poder. Nestes regimes, eleições não eram “necessárias”, pois os dirigentes se diziam ser o povo: eles “eram” o povo. Logo, bastava a eles se consultarem. Na Alemanha nazista havia também um completo controle da população via rádio, de tal maneira que ocorria uma completa identificação entre o “Führer” e o “povo”. Fidel Castro, por sua vez, consulta apenas a si mesmo e aos seus colegas do politburo, alguns parentes seus, como o próprio ministro da Defesa, Raul Castro. Neste sentido ainda mais restrito, a própria “família” pode ser o setor central do povo. O exemplo da Coreia do Norte é particularmente eloqüente neste sentido, pois o poder se transmite hereditariamente lá. As ditaduras direitistas da América Latina seguem um processo do mesmo tipo. Eis por que eles proíbem eleições livres, pois essas romperiam com essa identificação entre “o povo” e a “elite partidária”, introduzindo numa cena feita assim pública novos atores.

Esse tipo de poder apóia-se numa ilimitação, numa ausência de controle, de tal maneira que os seus detentores não são propriamente “representantes”, pois há em curso uma identificação entre o dizer-se poder e o ser poder. Quando um poder se exerce em nome do povo e esse “em nome de” é apropriado por uma elite partidária que se atribui essa forma de dizer, todos os que não fazem parte desse enunciado tornam-se adversários e virtuais inimigos. O poder que se pretende absoluto não admite forma nenhuma de contestação e, menos ainda, aquela que pode minar os seus próprios fundamentos. Se observarmos o dizer daqueles que procuram implantar, em dimensões nacionais, uma forma de “democracia direta”, impossível por definição, como vimos, em países de ampla extensão territorial e

grande densidade populacional, constataremos que eles visam, na verdade, a uma autonomização dessa fala, desse discurso, de tal maneira que possam se apresentar como os verdadeiros democratas, no ato mesmo de eliminação das formas indiretas de representação. “Democratas” contra a democracia.

O “povo”, uma vez abandonada essa forma de consideração, pode ser visto como um conceito que permite adotar uma regra de procedimento para definir uma certa maioria sob certas condições históricas e políticas. A sua condição, no entanto, reside em que se deixe de lado uma formulação unitária de povo, como significando um determinado grupo populacional à exclusão de outros, e se adote uma outra concepção, a saber, a de que o governo do povo é o governo de uma certa maioria constituída por indivíduos que decidem, quais indivíduos, os assuntos políticos em processos eleitorais, que pressupõem determinadas condições de exercício da liberdade. Os indivíduos votam em situações sempre mutáveis, de tal maneira que uma maioria, hoje formada, pode tornar-se minoria amanhã. Faz-se preciso, entretanto, para que esse jogo eleitoral possa ter lugar, regras que assegurem a todos os mesmos direitos para que esse jogo eleitoral possa ter lugar. “Povo” torna-se assim uma regra de procedimento eleitoral, que envolve certas condições como liberdade de expressão, pluralismo de propostas e liberdade de organização política. Eis por que os meios de comunicação não podem ser controlados pelo Estado, embora fiquem a mercê de forças políticas e econômicas que procuram trazer para o seu lado os resultados eleitorais. De qualquer maneira, regras são adotadas com o intuito de permitirem, por mudança de opinião dos indivíduos, a reconstituição de novas majorias via defesa dos direitos de minorias que, amanhã, podem, por exemplo, ganhar uma eleição, alterando a relação de poder vigente.

Logo, chega-se, por essa via, à concepção de um governo representativo, que limite o poder e estabeleça meios de revogação daqueles que o exercem sob as condições de uma maioria estabelecida segundo circunstâncias determinadas. O poder, nessas condições, não pode ser um governo absoluto, pois o seu exercício depende de formas de controle, de regras, que estabelecem, periodicamente, formas de verificação de novas majorias por intermédio da eleição dos mesmos ou de novos representantes. Todo o processo, inclusive nos interstícios eleitorais, consiste, no seu aspecto político, em estabelecer formas de validação ou de contestação dos que, neste momento, exercem o poder, dos que estão em posse – por definição provisória – da representação. Jamais se deve abandonar a concepção de que o povo, organicamente, não passa de uma ficção, a sua função consistindo em uma regra, em um procedimento, apoiada numa idéia aberta à sua reformulação e recontextualização. Por exemplo, numa determinada época, a idéia de povo excluía as mulheres, em outra, as incluiu, o que altera, e decisivamente, uma apuração eleitoral com o comparecimento de outras cidadãs, que são doravante objeto de uma adesão possível, objeto de convencimento de uma determinada proposta política.

Opinião pública e crença. A opinião pode perder a sua volatilidade quando se ancora na crença²¹ e deixa de ser propriamente opinião para ser um conjunto fixo e imutável de valores que não admite contestação. Com efeito, a opinião se distingue da **epistème**, do saber, do conhecimento científico, por carecer de uma comprovação, que é levada a cabo por este último através de provas e demonstrações. No caso da matemática, de uma forma *a priori* e, no caso das ciências experimentais, de uma forma **a posteriori**. Quando se tem uma opinião, não necessariamente esta é ou pode ser objeto de demonstração. Pode-se, portanto, dizer que opiniões são formas fracas de conhecimento, que podem se tornar fortes mediante procedimentos demonstrativos, o que as elevaria a uma forma propriamente dita de conhecimento. No que diz respeito à opinião pública, que se trata de um ente coletivo, não temos o recurso da demonstração ou da prova, pois o que esse ente coletivo se representa como verdade ou realidade é algo exposto a um número virtualmente infinito de fatores que o torna essencialmente mutável. Num mundo digital, essa complexidade é ainda maior, pois as formas de influenciar a opinião pública por intermédio dos meios de comunicação de massa são cada vez maiores. Não é possível falar de opinião pública “científica” ou de conhecimento científico público no que tange à organização política dos homens.

O próprio da opinião pública é ser mutante, não sendo possível eliminar o que é essa sua característica própria, estruturante de uma cena democrática. Num certo sentido, ela compartilha, com o conhecimento científico, a propriedade de mudar, de verificar, de ir atrás da verdade, produzindo a dúvida e o que poderíamos denominar um saudável ceticismo. Se nossas representações são cambiantes, se nossas representações são mutáveis, esses processos poderiam conduzir a uma posição intelectual de cautela diante daquilo que procura se apresentar como definitivo ou como a verdade acabada. A opinião pública poderia preencher precisamente essa função de ser considerada uma forma de sabedoria, a que reluta em acreditar em qualquer coisa, salvo naquela que pode ser cientificamente provada, tendo, portanto, passado por mentes racionais, livres, que exerceram e continuam exercendo o direito de duvidar. Ora, o perigo que ronda a opinião pública é, porém, outro, o das verdades pretensamente definitivas, o dos dogmas, o das crenças indubitáveis, o da eliminação desse seu caráter mutante. Em consequência, quando o político comparece na opinião pública sob a forma de crenças definitivas, quando o religioso em suas formas mundanas toma conta da representação das pessoas, corre-se o risco de que a opinião pública se torne crença pública e a democracia cesse de existir.

Eleições e liberdade de opinião. Acostumamo-nos com o ritual das eleições como fazendo parte de uma regra fundamental de sociedades democráticas. A sua importância é de tal maneira crescente nas sociedades contemporâneas que até regimes ditatoriais se vêem na necessidade de recorrer a ela como forma de legitimação tanto interna quanto externa. Até em Cuba há “eleições”. Esses arremedos de “eleições” se traduzem via de regra por “aprovações” quase unânimes dos ditadores via falsificação de resultados e ausência das condições que fazem com que uma eleição possa ser verdadeiramente

²¹ Sartori, Giovanni. *Homo videns. Televisão e pós-pensamento*. Bauru, Edusc, 2001, p. 53. “Quando, porém, tais opiniões se tornam convicções profundas e profundamente radicadas, então devem ser chamadas de crenças...”.

democrática, a saber, pluralidade de partidos, liberdade de organização política e, sobretudo, direito irrestrito à informação, num livre jogo de formação da opinião pública. “O poder de eleger é per se uma garantia mecânica da democracia; a garantia essencial é constituída pelas condições em que o cidadão obtém as informações e é exposto à pressão dos formadores de opinião”²².

Coloca-se como questão central do exercício da democracia o acesso à informação, a pluralidade de fontes e o direito de cada um de fazer ou não uso de suas prerrogativas políticas. Mais genericamente, a questão reside em que uma sociedade democrática deve estar assentada na liberdade, sob pena de perder progressivamente as propriedades que a caracterizam. E a liberdade em sociedades midiáticas, na era digital, está intimamente associada ao direito de opinião e ao modo em que essa é constituída, onde entram em jogo seus elementos e condições. Entre esses, destacam-se os meios de comunicação, a sua forma de propriedade, a relação da sociedade com o Estado, as fontes de programação e seus modos de regulamentação. A **res publica** contemporânea é uma **res midiática**.

Isto significa que a coisa pública, contemporaneamente, depende ainda mais da maneira mediante a qual ela é dita, vista e ouvida, num fluxo de informações jamais visto na história da humanidade. A coisa pública encontra-se progressivamente suspensa a um modo de dizer, ver e ouvir de extrema volatilidade, configurando o pensamento de múltiplas maneiras e submetendo-o a mudanças incessantes, sem que se saiba ao certo, muitas vezes, do que se está falando. Ou seja, em sociedades midiáticas, o espaço para rumores e versões as mais disparatas é progressivamente maior, tornando difícil confrontar o fato com a versão, pois basta a manipulação de uma imagem para que o olhar se desloque para um outro pensamento. Sociedades midiáticas são muito mais propensas a versões e a manipulações.

A formação da opinião pública. Para caracterizar a formação da opinião pública, Sartori retoma uma imagem de Deutsch, segundo o qual essa formação se faz sob o modelo de uma cascata, constituída de vários níveis que constituem piscinas, onde as opiniões são elaboradas, alteradas, sempre segundo diferentes prismas, até a chegada final nos indivíduos receptores e/ou agentes no processo de dar ou não acolhida ao que foi assim transmitido. Entenda-se a transmissão como alteração, transformação contínua, de cuja variabilidade surge aquilo que denominamos opinião pública. Uma sociedade democrática faz coexistir esses diferentes níveis que interagem a partir dos meios de comunicação de massa. Pode-se, neste sentido, dizer, que os meios de comunicação de massa e os formadores de opinião²³ constituem duas “piscinas” centrais desse sistema de cascata.

Ocorre que essas “piscinas”, num mundo globalizado, operam simultaneamente em vários lugares, de tal modo que se poderia dizer, a escala planetária, que cada uma delas é o desaguadouro de outras piscinas que não fazem necessariamente parte de um mesmo sistema de cascata. Os meios de comunicação em um mundo digital são de propriedade muitas vezes multinacional,

²² Sartori, *Democracia*, p. 124.

²³ Ibid., p. 133

com sistema cruzado de acionistas, refletindo os interesses tanto de um grupo local quanto de outro país ou países, senão os dois simultaneamente. Os formadores de opinião, embora se expressem na língua de um país determinado, lêem, vêem ou escutam notícias em vários idiomas, segundo um sistema que forma a sua própria opinião dentro de uma escolha particular de televisões, rádios, jornais, revistas e internet. Os vasos comunicantes são virtualmente infinitos. Pode-se mesmo falar de um certo abismo da informação, dada a sua enorme potencialidade e diversificação. Se tomarmos, num caso como o Brasil, o sistema de televisão aberto e fechado, nem a língua é única, pois se o português é a língua falada no sistema aberto, o inglês, o espanhol, o francês e o alemão comparecem no fechado. Se expressa aqui um outro enfoque cultural, próprio do feitio de cada um desses idiomas e do modo de vida de cada um desses países. Se hoje, no Brasil, boa parte da discussão se centra na regulamentação da televisão aberta, qualquer decisão nessa área é necessariamente provisória, dado o avanço da televisão fechada. Nos EUA, por exemplo, mais de 85% dos lares têm televisão fechada, enquanto, no Brasil, situa-se em 7,5%, contando Cabo, DTH e MMDS. A TV a Cabo conta com 2.1 milhão de assinantes, com o percentual de 4,5%²⁴.

Assinalemos igualmente que a formação da opinião pública se faz por agentes locais²⁵, que submetem as informações recebidas à sua própria forma de elaboração, visando a um público muito mais próximo e muito menos atomizado. A mídia e os agentes locais estão intimamente associados às comunidades às quais pertencem. Pense-se, por exemplo, na multiplicidade de rádios e jornais locais em pequenas e médias cidades, que obedecem a seus próprios interesses e enfoques. O prisma local não é necessariamente o regional, o nacional e o internacional, o que ajuda a relativizar a onipresença de uma única imagem ou idéia central numa sociedade livre, submetida precisamente à confluência desses diferentes prismas e modos de recebimento.

Piscina universitária. As universidades constituem, por sua vez, piscinas nesse sistema de cascatas que compõe a opinião pública. Elas são, nas sociedades contemporâneas, um dos lugares privilegiados de formação dos formadores de opinião. Dela saem os educadores, que terão papel decisivo na formação das consciências infantis, juvenis e dos próprios estudantes universitários. Da mesma maneira, os profissionais da mídia são, via-de-regra, formados em universidades, seja em escolas de jornalismo, seja em outros institutos e faculdades, onde se forma também uma certa concepção de mundo e da cultura, que virá a orientar a própria atividade jornalística e midiática em geral. E essa formação terá um curso próprio no dia a dia da atividade profissional, independente frequentemente daquela que poderia vir a ser a orientação desejada do proprietário de um meio de comunicação determinado.

Tomemos o caso do Brasil. Nas universidades brasileiras, com particular destaque para as universidades públicas, reina incontestemente um predomínio do que poderíamos qualificar genericamente de idéias de “esquerda”. Políticos em

²⁴ Trata-se de 3,5 milhões de assinantes segundo dados ABTA, setembro de 2003, de um total de 46 milhões de domicílios com TV no país, conforme o IBGE.

²⁵ Ibid., p. 133.

campanha, que não defendem essas posições, raramente se aventuram nos campi universitários. O próprio Ministro da Educação Paulo Renato, do governo FHC, não visitava as universidades, o que é bastante revelador do clima então instaurado. A irradiação universitária tem sido tão importante que ela chega, inclusive, a contrarrestar o que poderia ser a opinião, por exemplo, dos proprietários dos meios de comunicação. Tomemos o caso das últimas eleições presidenciais, com a vitória de Lula. Digamos, como é “denunciado” por intelectuais de esquerda, que os grandes proprietários da mídia foram contra o candidato do PT e admitamos uma condição dessa “denúncia”, a saber, que esses proprietários não seriam apenas uma piscina desse sistema de cascata, mas um grande lago no qual desaguiariam todas as piscinas. Se essa formulação fosse correta, jamais Lula teria sido eleito presidente da república. Há, portanto, uma autonomia dessa piscina no processo de formação da opinião pública que a torna independente de uma outra piscina, a dos proprietários dos meios de comunicação.

Ora, o que temos observado é que a piscina universitária tem sido fortemente influenciada por posições partidárias, o que termina também repercutindo nas salas de redação da mídia em geral, ou seja, essas salas de redação sofrem uma forte influência de partidos políticos, à revelia, digamos, das posições próprias dos proprietários desses mesmos meios de comunicação. A questão que se poderia, por sua vez, colocar é a de se a universidade não perde uma de suas funções básicas ao se perfilar majoritariamente a uma postura partidária particular. Sabemos que a tarefa fundamental da universidade consiste em voltar-se para o conhecimento, e um tipo de conhecimento determinado, cuja característica básica é a sua pretensão de validade universal.

A doutrinação educacional. As escolas de ensino básico e médio, público e privado, seguem normalmente livros textos, didáticos e para-didáticos, que moldam a mente de nossas crianças e jovens. Neles, termina por se plasmar uma determinada concepção da história, do mundo, das relações humanas, da cultura, da sociedade e da política. Muito daquilo que hoje “vemos”, é produto dessas visões que nos foram inculcadas. Um olhar, mesmo superficial, desses textos mostra um claro viés doutrinário, privilegiando o marxismo em geral, aí incluindo as suas formas vulgarizadas, tais como correspondem à decadência teórica dessa concepção no transcurso do século XX. O Brasil, curiosamente, coloca como novidade interpretativa o que, nos países em que a influência comunista foi mais importante, como a França, é hoje considerado ultrapassado como visão da história ou da educação. Pode-se dizer que a educação brasileira é permeada por um forte viés de esquerda, particularmente presente entre os professores de pedagogia e história²⁶. Os primeiros, repetidores de Paulo Freire e tendo feito como esse uma “escolha” pelo “oprimidos”, terminaram por produzir um comprometimento doutrinário e partidário nas escolas brasileiras. Em nome da liberação, procuram sufocar a liberdade. Faculdades de pedagogia se desenvolvem pelo país afora segundo um mesmo modelo doutrinário dominante, o que explica em boa medida a simpatia que o MST encontra no magistério e nos estudantes. Os segundos são responsáveis por livros textos de forte conotação marxista, que privilegiam essa abordagem em todos

²⁶ Cf. Hayek, F. “History and Politics” in *Capitalism and the Historians*. The University of Chicago Press, 1954, p. 3-29. “The Intellectuals and Socialism”, in *Studies in Philosophy, Politics and Economics*, 1949, p. 178-194.

os períodos históricos apresentados. Até a revolução inglesa, de conotação fundamentalmente político-religiosa, é “explicada” em termos “econômicos”. É nítida a postura de posições anticapitalistas que estruturam a maior parte desses textos, o que termina reforçando o caráter doutrinário e não livre da educação. Neste sentido, pode-se dizer que a educação brasileira já se faz enviesada doutrinariamente, a que tem repercussões decisivas na formação da opinião pública.

Estrutura dos meios de comunicação. Sartori assinala justamente que as “condições que permitem uma opinião pública relativamente autônoma podem ser resumidas em dois títulos: a) um sistema de educação que não seja um sistema de doutrinação; e b) uma estrutura global de centros de influência e informação plurais e diversos”²⁷. A diversidade de enfoques e abordagens nos diferentes meios de comunicação é uma condição central de uma opinião pública autônoma, confrontada à pluralidade das influências. Isto implica a boa formação de jornalistas e uma pluralidade de proprietários, o que não significa necessariamente a diluição da propriedade, sobretudo numa sociedade capitalista estruturada segundo a acumulação de capital, que obedece inclusive a imperativos tecnológicos. No que diz respeito à formação de jornalistas, defrontamo-nos aqui com uma questão de cultura, de formação, que não pode ficar limitada, como é o caso ainda no Brasil, à formação obrigatória desses profissionais em escolas de jornalismo. Um bom jornalista econômico se forma numa escola de jornalismo ou em uma faculdade de economia? Ademais, devemos ter presente a doutrinação existente em boa parte desses centros de formação, tendo como resultado comprometimentos ideológicos em redações, que deveriam ter uma maior fidelidade à verdade, aos fatos. Análises deveriam ser mais imparciais ou, pelo menos, permeadas por confrontações baseadas em outros enfoques. No que diz respeito à pluralidade de proprietários, deveria haver entre esses uma competição semelhante à dada pelas condições do mercado²⁸, onde se faça a luta por audiência, publicidade, segundo o desempenho de cada empresa ou meio de comunicação. Pode-se, neste sentido, dizer que não há sociedade livre sem economia de mercado e, mais precisamente, não há comunicação livre sem o mercado da comunicação. A competição estabelece formas públicas de controle e favorece a pluralidade. Dito isto, deve-se evitar dois escolhos: o de pensar que a democracia coincide com a fragmentação e diluição da propriedade, o que acarretaria a dissolução dos grupos existentes e a sua recomposição por influências políticas ou por grandes grupos internacionais que não deixariam de intervir numa situação deste tipo; e o de pensar que a excessiva concentração coincide com uma sociedade de mercado na medida em que termina por aboli-la.

Uma visão pessimista do “homo videns”. Sociedades de massa são fortemente influenciadas pelos meios de comunicação, em particular pela televisão, pelo vídeo, que termina por impor uma preponderância da imagem sobre a palavra e, em particular, sobre a palavra escrita. Uma tal transformação é uma novidade histórica, que alteraria os termos de formação da cultura, mudando, inclusive, o homem tal como hoje o conhecemos. O homem de Gutenberg estaria sendo substituído pelo homem televisivo, que seria um novo tipo antropológico. Sartori

²⁷ Sartori, op.cit., p. 139.

²⁸ Ibid., p. 139.

suscita uma questão de fundo: o que acontece quando a imagem toma o lugar da palavra escrita? O que sucede quando o mundo visível, através de televisão e computadores, toma o lugar do livro? Ou ainda, o que sucede quando essa forma de realidade visível é considerada como sendo a realidade *tout court*, quando sabemos que o domínio do real é bem mais amplo do que esse recorte “televisivo” e sua forma de produção?²⁹ A sua tese consiste em que o “vídeo está transformando o homo sapiens produzido pela cultura escrita em um *homo videns*, no qual a palavra vem sendo destronada pela imagem”³⁰. Logo, uma análise do mundo contemporâneo deveria centrar-se numa pesquisa sobre o instrumento em si, sobre o tipo de mensagem que vem a formar a opinião de cada um. A sua formulação é marcada, aliás, por um forte pessimismo, pois o predomínio do visível sobre o inteligível conduziria a um empobrecimento do pensamento, na medida em que a televisão propiciaria um “ver sem entender”, ou seja, destruiria mais saber e entender do que os transmitiria³¹.

Sartori retoma uma formulação de Cassirer, quando esse assinala que a melhor caracterização do homem é a que o define como “homem simbólico”, pois essa definição é mais abrangente do que a de “homo sapiens”, recortando todo o espectro da vida cultural do homem. Com efeito, ela daria melhor conta da religião, da arte e da política, que são formas culturais em que se faz expressamente presente o elemento simbólico. A comunicação, ao se fazer por sons, imagens e signos, produz um tipo de mensagem que estrutura tanto sapiencialmente como simbolicamente o homem, tudo dependendo, então, da forma de elaboração dessa mensagem. Se pegarmos a definição corrente da televisão como sistema de radiodifusão por sons e imagens, observaremos mais detidamente o peso que o simbólico vai ter por intermédio da mensagem televisiva, que sempre produz um impacto sobre o telespectador, o impacto visual que tende a tomar conta de nosso pensamento. Ora, sabemos que o “visual” é apenas uma forma de acesso à realidade, e muitas vezes a mais superficial. Ademais, quando vemos uma realidade por intermédio de imagens, sabemos ou podemos saber que ela é produto de um determinado recorte, de um certo enfoque que foi privilegiado. Pensemos aqui tanto na edição de um filme quanto na escolha das imagens que irão ao ar num noticioso televisivo. Ao escolher certas imagens, um diretor opta por aquilo que vai aparecer como uma determinada “realidade”. As palavras que acompanham essas imagens vão, por sua vez, enfatizar o que foi intencionalmente escolhido para ser visto e ouvido, conformando o pensamento desta maneira. E quando toda uma sociedade começa a se organizar apenas sob essa forma sonora e imagética, surge precisamente a questão de qual “realidade” será vista e em torno de qual pensamento se estruturará a opinião pública.

No limite, a formulação de Sartori reside em que, num mundo essencialmente televisivo, as imagens e as palavras que as acompanham seriam meramente denotativas, estando no lugar de coisas concretas, visíveis. Neste sentido, desapareceria a questão mais claramente conotativa, relativa ao significado das palavras, e, mais especificamente ainda, aos conceitos abstratos, que não

²⁹ Sartori, *Homo videns*, p. 7-8.

³⁰ Ibid., p. 7-8.

³¹ Ibid., p. 8-9.

podem ser vistos (nação, Estado, liberdade, por exemplo). É como se o mundo contemporâneo estivesse regredindo para uma etapa pré-inteligível, eminentemente visual, a do mundo sensível, imediato, em detrimento do mundo inteligível. Poderíamos, também no limite, pensar numa língua carente de conceitos abstratos, guiados somente pela relação imagem/coisa representada, onde, a rigor, só deveriam entrar nomes individuais ou nomes de pouco alcance geral. Nesta perspectiva, não se poderia tampouco falar de nomes ou conceitos universais.

Se é bem verdade que estamos aqui diante de um novo fenômeno, que pode apresentar aspectos ameaçadores ao que se considerava cultura até então, uma análise do instrumento em si, do vídeo, poderia também sinalizar outras formas de desenvolvimento, tributárias elas mesmas do tipo de televisão que se introduz. Ou ainda, num mundo multimidiático, com interação entre diferentes “instrumentos”, como já é o caso da internet, pode-se também suscitar a questão de se essa nova mudança tecnológica não poderia afetar esse domínio da imagem. A internet e sua conjunção futura com a televisão inclusive permitem recuperar a palavra escrita através de notícias, artigos de diferente complexidade e livros. Estudos recentes apontam que crianças acostumadas com a internet desenvolvem uma propensão à leitura e à sociabilidade, diminuindo o seu tempo de exposição à televisão. Deve-se ademais assinalar o perigo de tudo atribuir à televisão, pois a formação dos homens é amplamente tributária da educação, a qual ensina a cada um disciplinar as suas ocupações, sinalizando um tipo determinado de formação cultural. Uma criança que desenvolva, por exemplo, o hábito de leitura na escola poderá perfeitamente contrabalançar outros tipos de influência.

Visibilidade e existência. A televisão potencializa um processo visual que constatamos diariamente em nossas vidas. O ato de ver cobra uma relevância especial. Tendemos por uma inclinação natural a atribuir evidência àquilo que vemos, de tal maneira que a nossa noção de realidade é tributária, de certa maneira, de uma soma desses veres, como se tudo o mais não existisse ³². Graças a essa nossa inclinação, viemos a atribuir existência a determinados “fatos” e não a outros, estabelecendo, assim, as bases sobre as quais elaboraremos nossos juízos de valor, dizendo de uma determinada ação ou política que ela é “boa” ou “má”, “justa” ou “injusta”³³. Também somos mais chocados por uma imagem vista do que por uma mensagem transmitida por rádio ou jornal, o que modula diferentemente nossas reações, emoções e sentimentos. A imagem de um acidente automobilístico pode nos chocar muito mais do que o genocídio em Ruanda, pois esse último “interessa” menos os meios de comunicação e a opinião pública ocidental. Ou, talvez, porque não há ninguém lá filmando essas atrocidades quando ocorrem. E a questão da imagem se transmuta em qual tipo de imagem segundo uma forma determinada de escolha – ou de não escolha -, pois sociedades livres, baseadas na competição e na pluralidade, possibilitam que um número virtualmente infinito de coisas possa ser mostrado, entrando em pauta uma multiplicidade dos fatores, dos jornalistas aos proprietários dos meios de comunicação, passando pela cultura de uma nação e sua forma específica de cena pública. De qualquer maneira, o jogo do mostrar não está

³² Sartori, Homo videns: “Para o homem diante da televisão é suficiente o que vê, e aquilo que não é visto não existe”, 71.

³³ Rosenfield, Denis Lerrer. *Retratos do mal*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2003.

previamente delimitado, como ocorre em sociedades totalitárias ou ditatoriais, que partem de posições dogmáticas previamente assumidas e que não podem ser contestadas. Surge, então, um fenômeno paradoxal, segundo o qual sociedades livres se punem de certa maneira por aquilo que mostram de si mesmas, enquanto sociedades fechadas podem, para o exterior, fazer o jogo de que nada de anormal lá está acontecendo. Pense-se na experiência comunista no século XX, onde o fechamento interno era idealizado externamente como prova de uma melhor sociedade. E intelectuais de peso fizeram esse jogo mortífero. “Mesmo de maneira involuntária (mas sem se preocupar com esse fato) a televisão penaliza os países livres e protege implicitamente os países que não gozam de liberdade, onde na realidade as ditaduras governam matando”³⁴. Se mortes não são vistas, é como se não existissem. Eis por que também os regimes totalitários ou ditatoriais não permitem a filmagem de seus atos. Alguém já viu uma transmissão televisiva dos fuzilamentos em Cuba?

Mídia televisiva e partidos. A televisão não apenas retrata o mundo segundo um prisma determinado, como induz comportamentos e produz realidades conforme aquilo que é mostrado. Nela, os fatos são, por assim dizer, ainda mais diluídos, pois ela persegue o caráter cambiante da opinião pública, tanto do ponto de vista publicitário quanto do ponto de vista político. Tomemos esse último como exemplo a propósito das pesquisas de opinião quando das eleições. A pesquisa, ao atuar como uma espécie de medida de um determinado posicionamento em curso, interage com o que foi medido, influenciando-o, e às vezes decisivamente. Ou seja, a televisão apresentaria “mudanças que em larga escala ela própria promove e inspira”³⁵. A própria noção de voto útil é derivada de uma certa forma de mensuração de disputas políticas que, assim fixadas em determinados candidatos ou partidos, induz o eleitor a fazer uma opção que não seria necessariamente a sua se não tivesse sido objeto deste tipo de influência. Fica assim difícil, sobretudo em momentos eleitorais, de alta combustão, distinguir o elemento descritivo do performativo, pois grande parte dos cidadãos se deixa influenciar por pesquisas de opinião, fazendo sua o que é, na verdade, uma opinião alheia. O que o povo pensa pode se tornar o que os meios de comunicação induzem a pensar, transferindo assim uma parcela expressiva de poder a esses últimos.

Esse processo, no entanto, não depende apenas do papel da televisão abstratamente considerado, mas de contextos culturais nos quais ele está inscrito. A influência política da televisão depende dos costumes políticos, do modo mediante o qual uma determinada sociedade se encena, se põe televisivamente em cena. Sartori sugere uma interessante correlação entre a influência televisiva e a maior ou menor estruturação dos partidos políticos. Assim, nos EUA, onde o sistema partidário é fraco, a influência da televisão é muito grande, personalizando nos candidatos a força desse meio de comunicação, logo, a sua imagem. Na Inglaterra, onde o sistema partidário é forte, a influência da televisão é bem menor³⁶. A personalização política seria uma variável de uma maior ou menor estruturação do sistema partidário, que favoreceria, então, uma maior ou menor influência da

³⁴ Sartori, *Homo videns*, p. 75.

³⁵ Ibid., p. 57.

³⁶ Ibid., p. 94.

televisão na formação político-eleitoral da opinião pública. Outras variáveis políticas também interfeririam nesse processo, como o modo do sistema eleitoral e os sistemas presidencialista ou parlamentarista de governo. Para o nosso propósito atual, convém assinalar que a presença maior ou menor da televisão depende de outras variáveis, partidárias e eleitorais, que potencializam ou não a sua influência ou mesmo a restringem.

No caso brasileiro, onde temos um regime presidencialista e um sistema partidário pouco estruturado, com base programática precária na sua maior parte e uma extrema mutabilidade de parlamentares, que trocam freqüentemente de partido ao sabor de interesses meramente particulares, a influência da televisão tende a ser muito maior. Logo, não basta assinalar, como tem sido feito entre nós, que a influência política da televisão é muito grande se os problemas da reforma política não forem abordados seriamente. Ou seja, a constituição de uma cena pública democrática é o resultado de um balanceamento de vários fatores, dos midiáticos aos políticos, passando pelos sociais, econômicos e culturais. Neste sentido, de nada adiantam as diatribes contra uma pretensa oligopolização ou monopolização dos meios de comunicação se os problemas de fundo do sistema partidário brasileiro não forem enfrentados.

II. Empresas, mídia e concentração

A discussão sobre o caráter específico das empresas de mídia envolve questões econômicas e tecnológicas, nacionais e internacionais, atinentes ao modo de organização de sociedades democráticas. O debate vem então a centrar-se no pluralismo da comunicação e na característica propriamente pública dessas empresas, pois, de um lado, elas são empresas como quaisquer outras, obedecendo à sua lógica específica e, de outro lado, elas têm uma influência decisiva sobre a consciência das pessoas, sobre o modo de formação da opinião pública. Mais recentemente, essa discussão tem tornado-se pública a partir de uma comparação com o que acontece nos EUA, em particular no que diz respeito aos problemas da propriedade cruzada. Começemos, portanto, por esse ponto.

EUA e Brasil. Contextos diferentes. Ressaltemos, preliminarmente, que os meios de comunicação no Brasil nasceram privados, ao contrário, por exemplo, do que ocorreu em boa parte da Europa, como na França e na Itália, por exemplo, onde essas empresas eram estatais. Nesses países, o contexto da discussão e, logo, da regulamentação, foi determinado por essa passagem do público ao privado, com as questões atinentes à história e aos costumes de cada país. Fica, portanto, difícil extrapolar a experiência desses países, na medida em que ela possui esse contorno específico. Os problemas de transição de empresas estatais para privadas envolvem um conjunto de regras muito distinto dos que provém de uma regulamentação de empresas voltadas para o mercado. Ademais, naqueles países, a pluralidade não estava assegurada por esse monopólio estatal, enquanto, entre nós, ela vigorava, desde o início, pela competição. A **Record**, os **Diários Associados**, a **Globo**, **Band**, **SBT**, **Rede TV**, **CNT** e **Gazeta** foram desde sempre empresas privadas, o que conferiu a nosso país uma lógica específica, a de empresas baseadas no mercado e usufruindo uma concessão pública. O primeiro

movimento estatal ocorre com a encampação da **Rádio Nacional** pelo Estado Novo. Depois, durante o regime militar, uma série de emissoras públicas foi criada³⁷. É, portanto, digno de nota essa tradição empresarial privada nos meios de comunicação, pois ela destoa da tradição brasileira, fortemente marcada por empresas estatais e pela ingerência do Estado nos assuntos econômicos. Ou seja, trata-se de algo a ser valorizado e não desprezado.

Neste sentido, é necessário contextualizar a discussão sobre a questão da regulamentação ou desregulamentação dos meios de comunicação em função da analogia freqüentemente feita em relação aos EUA³⁸. Evidentemente, podemos e devemos sempre aprender com a experiência alheia, porém devemos igualmente estar atento a nossas diferenças. Ressaltemos que os EUA têm uma forte tradição de independência da economia de mercado, de defesa dos direitos civis, de uma sociedade civil organizada e, sobretudo, seguindo a tradição liberal inglesa, de separação das atividades governamentais das sociais e econômicas. Ou seja, a tradição americana é uma tradição de defesa da sociedade contra o Estado e de não ingerência deste nos assuntos daquela. Logo, se surge nos EUA a questão da regulamentação, ela pode ser vista sob o prisma de que as grandes empresas, em sua liberdade, terminaram por se fortalecer em demasia, pondo em risco determinadas liberdades civis, como a da pluralidade de opiniões. Desta maneira, o Estado teria sido levado a rediscutir a questão da regulamentação ou da desregulamentação, seguindo seja as forças econômicas, seja determinadas associações civis. Importa realçar que essa discussão se faz no interior do princípio de não ingerência do Estado nos meios de comunicação, da televisão aos jornais, passando por rádios e pela internet.

Ora, o caso brasileiro parte de um outro contexto, a saber, o da ingerência do Estado nos assuntos da sociedade civil e nos das empresas e dos grupos econômicos em geral. Coloca-se aqui a questão da ausência de uma tradição no sentido do liberalismo político, que guardaria a sociedade e os cidadãos em geral ao abrigo de certas atitudes estatais. Nem os grupos econômicos são suficientemente fortes – como nos EUA – a ponto de se imporem, por si sós, junto ao Estado. Inclusive, o processo de privatização de empresas estatais é recente em nosso país e o atual partido governante era, até pouco tempo atrás, contrário a essas privatizações, embora a sua posição a respeito esteja se modificando. Realcemos, então, que uma regulamentação/desregulamentação dos meios de comunicação pode ter efeitos diversos, produtos de histórias e contextos também diferentes. Uma regulamentação dos meios de comunicação nos EUA, por exemplo, poderia visar a um maior controle das empresas que estariam reduzindo o espaço da sociedade civil, sem que surgisse a suspeita de que o governo estaria usurpando funções econômicas ou imiscuindo-se no controle da opinião, o que seria ainda mais grave na tradição liberal americana. Ora, uma regulamentação dos meios de comunicação no Brasil poderia, por sua vez, ser vista como uma ingerência do governo, qualquer que seja, sobre a opinião pública visando a controlá-la, pois a nossa tradição é a de uma preponderância do Estado sobre a sociedade civil e sobre as empresas. Numa

³⁷ Camargo, Paulo Tonet. *As comunicações no Brasil – Considerações*. Documento.

³⁸ Cf., numa perspectiva crítica em relação à desregulamentação nos EUA, American Review: FCC on Media Ownership, 25/06/03.

tradição fortemente marcada pela presença estatal, dever-se-ia olhar com cautela uma maior presença do Estado nos meios de comunicação, inclusive sob a forma aparentemente benigna de uma regulamentação com o objetivo de pretensamente assegurar a pluralidade de opiniões. Essa pode ser o nome de um outro tipo de ingerência estatal, num ambiente, aliás, particularmente propício, visto o endividamento de boa parte dessas empresas e a tendência estatizante do partido no poder.

Os limites do Estado. A sociedade brasileira está por demais acostumada a tudo pedir ao Estado, como se esse fosse capaz de suprir a todas as suas demandas. O curioso é que, ao mesmo tempo, o Estado tem sido historicamente incapaz de preencher as suas funções principais, como a segurança, a educação e a saúde, apesar de termos uma das maiores cargas tributárias do planeta. Arrecadamos como um país de primeiro mundo e oferecemos um serviço de terceiro. Portanto, há algo errado aqui na medida em que existe um descompasso entre os recursos arrecadados e os serviços oferecidos, e esse algo errado reside na inoperância da máquina estatal, ineficiente e constituída por favorecimentos e corrupções das mais diferentes espécies. Logo, poderíamos perfeitamente colocar a questão de onde provém a pressuposição de que o Estado seria capaz de oferecer a “boa” regulamentação, principalmente em um domínio que concerne à consciência de cada um, podendo ter repercussões evidentes do ponto de vista eleitoral. Qualquer mexida na regulamentação existente deveria ter no horizonte o contexto no qual ela é feita.

Se olharmos a experiência totalitária do século XX, devemos estar atentos ao que significa formar o “bom” cidadão, pois essa foi a idéia reitora das experiências comunistas. O nome hoje caiu em desuso, como se tivesse sido abandonado, porém não devemos confundir o desaparecimento da atualidade de uma palavra com o desaparecimento de seu significado, que pode permanecer com outros nomes e roupagens. É necessária essa observação, pois, numa sociedade livre, devemos deixar ao cidadão, inclusive na sua condição de consumidor, o direito de escolher qual canal de televisão quer ver, qual rádio escutar, qual jornal ler, sem que seja conduzido por uma idéia de que deveria estar voltado para assuntos políticos. Há uma certa tendência da cena partidária de tudo politizar, esquecendo que é igualmente um direito do cidadão a escolha pelo entretenimento ou pelo silêncio, desligando um determinado aparelho.

Se suscitarmos a questão da venda do espectro eletromagnético ou a sua concessão surgirá o problema de se esse “bem” é um mero bem mercantil, próprio de uma sociedade de mercado, ou de se esse “bem” deve ser objeto de uma outra leitura, relativa ao que deve ser a sociedade. Para além dos princípios democráticos, baseados na liberdade em suas mais diferentes acepções, é perigoso determinar o que seja um “bem público”, pois se coloca imediatamente a pergunta de “quem” determina o que é esse “bem público”. Por exemplo, quem diz quem representa a sociedade civil? Na determinação do interesse público, dever-se-ia dar direitos radiofônicos ou televisivos a determinados movimentos sociais³⁹ ou a partidos sem

³⁹ Uma posição desse tipo é defendida pela Fitert – Federação Interestadual de Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão, em sua Plenária Nacional de 22 a 24/08/03, em Minas Gerais. Em sua proposta, em

expressão em nome da sociedade civil? Tenderia a dizer que o problema consiste principalmente num redesenho das ações do Estado, na sua circunscrição, deixando uma maior latitude ao desenvolvimento de uma sociedade de mercado, com os direitos e liberdades que lhe são inerentes. Mais do que limitar o mercado, creio ser necessária uma maior limitação da esfera de atuação estatal.

Competição e audiência. O Brasil possui um sistema nacional, competitivo, entre cinco grandes redes nacionais, um número expressivo de emissoras de televisão educativas e redes nacionais religiosas, católicas e evangélicas. Pode-se, neste sentido, dizer que o pluralismo é constitutivo de nosso sistema televisivo. A maior ou menor audiência dessas redes é o resultado da livre competição, não podendo ser um critério para determinar um eventual “monopólio”, com vista, por exemplo, à penalização de determinadas empresas ou emissoras. A esse respeito, não podemos esquecer um número muito apreciável de televisões públicas que preenchem ou deveriam preencher uma função mais cultural, competindo, inclusive, com as empresas privadas. A competição é um elemento central de uma sociedade de mercado, de uma sociedade livre. O que não pode ocorrer, porém, é que as empresas privadas sejam punidas por seus maiores índices de audiência ou por dependerem da publicidade para o equilíbrio de suas contas e para o seu lucro. Não se garantirá a pluralidade cerceando as empresas privadas num país que conta com uma expressiva rede privada, pública, educativa e religiosa. A questão poderia ser colocada de uma outra maneira: por que os governos estaduais e federal não disponibilizam às televisões públicas mais recursos para que essas preencham melhor as suas funções? Um fortalecimento da rede pública televisiva poderia ser um importante fator para o fortalecimento da pluralidade dos meios de comunicação no Brasil, sem a desvantagem que nasceria de um controle por demais estrito das empresas privadas. Deveriam, portanto, essas empresas partir para a conquista de audiência e obrigando, por sua qualidade digamos, que as próprias empresas privadas melhorem a qualidade de seus programas pela competição assim estabelecida. Devemos aqui mais atribuir ao mercado e menos aos pretensos benefícios do controle estatal.

Ideologização. A ideologização tem tomado conta de nosso debate nacional, a partir de uma posição que poderíamos situar como anti-capitalista ou anti-empresarial. Assim, autores como Venício A de Lima ou Denis Moraes pretendem, na verdade, via um argumento que chamaria “redução ideológica ao absurdo”, fazer valer escolhas socialistas pré-determinadas que balizam suas “análises”. Assim, o primeiro chega a dizer em seu depoimento ao Senado⁴⁰ que a crítica que o mundo capitalista fazia ao mundo socialista – “a de que este contava com um único meio de comunicação, estatal – perde sentido, pois o controle privado

nome de uma pretensa “democratização”, ela defende uma maior participação sindical nos fóruns sobre a “democratização dos meios de comunicação”, no Conselho de Comunicação Social e investe pesadamente, seguindo o ideário esquerdizante, contra os grandes grupos de comunicação e contra a “política neoliberal”. A sua posição é claramente anti-empresarial ao defender, por exemplo, a exclusão das empresas privadas dos assentos da sociedade civil no CCS. Ademais, ela advoga por um controle anual da contabilidade das empresas num inciso que trata dos critérios de concessão e de renovação das emissoras de rádio e de tv, vinculando-os. Controle social dos meios de comunicação significa, então, sindicalização e partidarização dos meios de comunicação, com ingerência na vida das empresas.

⁴⁰ Venício De Lima – depoimento ao Senado Federal, 02/03/2003, p. 11.

tem avançado sobre um número que se torna cada vez menor de meios de comunicação”. Ora, o autor parece desconhecer completamente o que significa uma sociedade democrática fundada na tradição liberal, que tem sabido preservar os seus valores democráticos e a liberdade na qual se assenta. Aliás, é significativo que esse autor, nos agradecimentos de seu livro **Mídia, Teoria e Política**, faça uma referência direta à Universidade de Havana, em Cuba. Segundo suas próprias palavras, “onde estive como professor visitante e convidado em diferentes ocasiões, sempre encontrei ambiente acolhedor e propício à pesquisa acadêmica”⁴¹, quando são notórias as restrições da ilha de Fidel à liberdade de expressão, comunicação e de imprensa. Na verdade, ocorre hoje, no Brasil, algo semelhante ao que acontecia na Europa, antes da queda do muro de Berlim, onde a crítica à mídia “capitalista” silenciava sobre o que acontecia atrás da cortina de ferro, criando o mito de uma alternativa não-capitalista. Naquele então, “os críticos mais notórios da imprensa ocidental (Herbert Schiller, Kaarle Nordenstreng, Ted Smythe, Armand Mattelard etc.) mantiveram-se totalmente calados em relação à mídia soviética e não ofereceram uma terceira solução, então se deu a impressão de que o modelo marxista era uma opção aceitável”⁴².

Do ponto de vista teórico⁴³, conceito de “comunicação participativa” está baseado na obra de Paulo Freire, *Pedagogia do Oprimido*, que sustenta as posições de boa parte dos pedagogos desse país, com particular relevância para a teologia da libertação e para o MST. Trata-se de uma ideologização da juventude brasileira e, em particular, dos mais pobres, na medida em que são alfabetizados segundo essa cartilha. De fato, a distinção entre “comunicação manipulatória” e “participativa” obedece a uma necessidade do tipo ideológica, não científica, de estabelecer a “boa” e a “má” forma de comunicação, possibilitando aos que fazem e acatam essa distinção estabelecer quem são os amigos e os inimigos da “verdadeira” comunicação.

Paulo Freire. Observe-se, a propósito da formulação de Paulo Freire, que a “comunicação é definida como sendo ‘um encontro entre homens, mediados pela palavra, a fim de dar nome ao mundo’”⁴⁴, o que é condição para que diga que esse ato de nomear é o ato de “dizer a palavra verdadeira”⁴⁵. O tipo de encontro ideologicamente estabelecido e o ato de nomeação são orientados segundo uma concepção que se diz em posse da verdade, como se esse dizer fosse um dizer definitivo, leia-se absoluto. Nessa perspectiva, esse dizer está inscrito dentro de uma “ação cultural-revolucionária”, orientada por seu “catolicismo de esquerda”, o que esclarece suficientemente que essa ação dita “comunicacional” serve um propósito político dos que se dizem, precisamente, os portadores da “boa” palavra, do pensamento “autêntico”, do discurso “verdadeiro”, desembocando religiosamente no

⁴¹ Venício A de Lima. *Mídia. Teoria e política*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2001, p. 17.

⁴² Bertrand, Claude-Jean. *O arsenal da democracia*. Bauru, SP, Edusc, 2002, p. 481.

⁴³ Como modelo teórico de sua análise, De Lima toma como baliza de seu trabalho a obra de Paulo Freire e a de Antonio Gramsci, particularmente no que diz respeito à “democratização das comunicações, desde que controladas pelos movimentos e grupos populares”, op.cit., p. 51. Meios de comunicação controlados pela CUT e pelo MST?

⁴⁴ De Lima, op. cit., p. 65.

⁴⁵ Ibid, p. 65.

controle das consciências. Ou seja, ela tem um claro propósito “manipulatório”. Trata-se, portanto, de uma abordagem da mídia que tem como preocupação política central o controle dos meios de comunicações, que, nessa perspectiva, deveriam se tornar veículos da “verdadeira” comunicação, a participativa. Voltamos aqui, com outros nomes, às propostas comunistas do século XX, centradas no controle das consciências e na transmissão, chamada aqui comunicação, da palavra “verdadeira”.

Observemos que os conceitos utilizados por Paulo Freire são os do jovem Marx, sobretudo dos *Manuscritos econômico-filosóficos*. Neste trabalho, Marx elabora os conceitos de alienação, humanismo, desumanização, mundo alienado e trabalho, desembocando na crítica do capitalismo e visando à emancipação do homem. Em seus discípulos brasileiros, que o assumem numa perspectiva nitidamente religiosa, o capitalismo é um mal a ser extirpado por aqueles que se propõem a “corrigir”, pela educação, a consciência dos alienados, os que vivem submersos na “distorção imposta à palavra amor pelo mundo capitalista”⁴⁶. Ou seja, “Freire prega uma veemente teologia da libertação, emergindo de uma Igreja profética”⁴⁷. Assinalemos, *en passant*, que os teólogos da libertação defendem posições marxistas, não cansam de elogiar Cuba, tomando inclusive esse país como modelo, e são fervorosos adeptos do MST e de suas ações.

Essa posição marxista é assumida politicamente por P. Freire, e retomada por De Lima⁴⁸, quando escreve que não pode haver harmonia no antagonismo de classes, que opõe opressores e oprimidos. “Freire está dizendo que o diálogo não é possível entre classes sociais que são, por definição, antagônicas”⁴⁹. Colocando-se, neste sentido, contra uma posição socialdemocrata ou trabalhista, que foi construída na Europa a partir das oposições de uma sociedade de classes, antagônica, e visando à sua conciliação, nossos autores defendem a idéia de que os oprimidos, uma vez que tomem o poder dos opressores, num processo revolucionário, eliminariam a diferença de classe. O que fazer então com os opressores, eis a questão por eles colocada? A resposta seria: eles devem ser educados e as limitações e imposições que se fazem a eles não devem ser chamadas de opressão⁵⁰. Ou seja, com outros nomes, porém com o mesmo significado, estamos diante da concepção comunista de que o homem, particularmente o burguês, o empresário, porém também o homem em geral, deve ser “educado”. Não apenas o opressor deve ser educado, mas igualmente o oprimido, pois é necessário “desconfiar do opressor que se ‘hospeda’ nele”⁵¹. Os campos de trabalho forçado,

⁴⁶ Paulo Freire, *Pedagogia do Oprimido*, p. 94, nota de rodapé, apud De Lima, p. 68.

⁴⁷ De Lima, p. 84

⁴⁸ Mais especificamente, esse autor adota uma posição gramsciana em sua análise dos meios de comunicação, em particular em seu capítulo dedicado à Rede Globo, op. cit., p. 141-73: “Neste texto, busca-se uma compreensão alternativa das relações da mídia com a política, a partir da visão gramsciana”, p. 142. Outra formulação semelhante, na página 178, nota 3. Todo o capítulo 7, p. 175-212 é também uma aplicação das formulações de Gramsci, mais especificamente o seu conceito de hegemonia.

⁴⁹ Ibid., p. 79.

⁵⁰ Freire, PO, p. 46-7, apud, De Lima, p. 75.

⁵¹ Ibid, p. 80.

nos países comunistas, eram considerados campos de educação! É essa a proposta de um novo “modelo” para a mídia brasileira?

Concentração da mídia. Não se pode pensar o processo atual de concentração das empresas de mídia sem inscrevê-lo nas grandes transformações do capitalismo em escala global, onde entram em linha de consideração tanto os aspectos financeiros como tecnológicos. Vejamos esses elementos:

1. a revolução digital. Com a revolução digital, está ocorrendo uma dissolução das fronteiras entre as telecomunicações, os meios de comunicação de massa e a informática, onde não está distante o dia em que aparelhos de televisão servirão de computadores e os computadores de aparelhos de televisão, apenas para mencionar um dos tantos efeitos que se perfilam no horizonte. Aquilo que conhecemos, inclusive na legislação, como sendo o produto de empresas outrora separadas ou de tecnologias que possuíam um desenvolvimento independente é, na verdade, apenas o resultado provisório de um processo que ganha hoje dimensões há 10 anos insuspeitadas. As tecnologias de cada empresa midiática estão cada vez mais interconectadas entre si, o que se traduz por processos econômicos de fusão e de compra de empresas. Por exemplo, a separação entre empresas de telecomunicação e de comunicação, estabelecida na legislação brasileira, é cada vez menos operante em nível internacional e, mesmo em nosso país, empresas de telecomunicação são proprietárias de empresas de internet, que são de comunicação, pois transmitem conteúdos;

2. ciência, tecnologia e informação. Esse processo vem acompanhado de inovações tecnológicas historicamente inauditas, baseadas em pesquisas que consomem bilhões de dólares. Os produtos daí resultantes exigem enormes investimentos, que se situam acima das capacidades de empresas pequenas ou mesmo médias ou, inclusive, de países com limitadas capacidades de investimento. No mundo atual, o espaço individual das empresas se vê restringido por um processo que as ultrapassa. Logo, há uma necessidade tecnológica de grandes investimentos que se encontra na base da concentração de empresas via fusões e parcerias dos mais diferentes tipos⁵².

O controle das ondas, dos satélites e da informação em geral é um dos grandes embates do século XXI. Os países e empresas que investirem pesadamente no conhecimento são os que partirão na frente e se fortalecerão no transcurso desse grande embate. Já vivemos um mundo de posições consolidadas que só poderá ser alterado por investimentos maciços de países emergentes em conhecimento e em educação. Não há regulamentação que possa alterar esse fenômeno planetário. O que sim pode alterar essa correlação é a priorização a ser dada à ciência e à tecnologia em suas relações com o mundo empresarial, sem o que teríamos um mundo universitário fechado ao seu entorno. Ditos de outra maneira, necessitam, de um lado, investimentos em conhecimento com reforma de

⁵² Esse processo ocorre praticamente em todas as áreas empresariais, segundo as suas necessidades específicas. Por exemplo, na área farmacêutica, os investimentos em pesquisa ao ascenderem a bilhões de dólares tornaram necessários processos de fusão e de associação. Cf. Nepi Notícias, “Glaxo investe US\$ 2 bilhões”, 06/11/2003 e Jornal do Comércio, Novartis defende fusão com a Roche, 06/11/2003.

nossa estrutura educacional e, de outro, um maior relacionamento das universidades com as empresas. Necessitamos que a pesquisa seja também feita nas próprias empresas com recursos públicos e privados, dentro de uma dinâmica capitalista que priorize os ganhos resultantes dessas associações e desses investimentos. Necessitamos igualmente um sistema educacional e universitário que não se caracterize pela reprodução incessante, a volumes cada vez maiores, de cursos de direito e pedagogia, por exemplo, mas de cursos científicos e tecnológicos. Se isso não ocorrer ficaremos apenas na lamentação e, politicamente, em posições ideológicas ditas “anti-imperialistas”. Honraremos o atraso e evitaremos o progresso;

3. as grandes empresas. O capitalismo contemporâneo, em seu legítimo processo de expansão e lucratividade, se caracteriza, em todos os setores de atividade, pela concentração, de tal maneira que as empresas que conquistam os mercados nacionais, em um processo de intensa globalização, são empresas cujo porte as tornam competitivas nessa luta. Ou seja, o capitalismo contemporâneo está baseado em grandes empresas que tendem a dominar os seus campos respectivos de atuação⁵³. Isto ocorre tanto no sistema bancário, quanto no industrial, passando pelo comercial e pelo de serviços. Podemos pensar tanto em montadoras de automóveis ou de aviões, em grandes bancos, em alimentação⁵⁴, quanto, também, nas empresas da mídia. Trata-se, neste sentido, de um traço essencial e diria irreversível do capitalismo, que pode ser controlado em alguns de seus efeitos, porém não extinto enquanto fenômeno. Observemos, nesta perspectiva, que devemos partir da análise de um fenômeno num processo similar ao de análise de um fenômeno natural. Por exemplo, podemos prever, graças a modernos sismógrafos, um terremoto ou a irrupção de um vulcão, certas medidas podendo ser tomadas do ponto de vista do controle ou da minimização de algumas de suas consequências. Não podemos, porém, impedir que um fenômeno ocorra, nem considerá-lo como inexistente ou reversível. O problema que se coloca, então, é o dos limites de uma regulamentação ou mesmo de sua eficácia se não houver o reconhecimento prévio do fenômeno em questão;

4. fortalecimento de empresas nacionais. Sob essa ótica, caberia aos Estados nacionais o fortalecimento de suas empresas em geral e de suas empresas de mídia em particular dentro de um contexto globalizado de competição. Ademais, todo o processo econômico brasileiro na década de 90 caracterizou-se por um poderoso movimento de privatização de empresas estatais e de concentração das empresas privadas nacionais, com forte participação de capitais internacionais⁵⁵. Qualquer nova medida governamental deveria levar em consideração o aprendizado da década passada, sem se inscrever, porém, contra os processos capitalistas de expansão e lucratividade. Logo, não deveria ser política de Estado o enfraquecimento das empresas de comunicação mediante, por exemplo, a proibição

⁵³ Cf. Cyro Franklin de Andrade. *Os dez anos que mudaram o Brasil*. Valor on line. 06/11/2003.

⁵⁴ O setor de supermercados, por exemplo, foi objeto de um grande processo de concentração, envolvendo empresas nacionais e estrangeiras. Alguns grupos tornaram-se estrangeiros (Sonae e Jerônimo Martins), outros grupos se instalaram no Brasil (Wal-Mart) e empresas predominantemente nacionais também se fortaleceram (Pão de Açúcar). Cf. William Geroge Lopes Saab, com a colaboração de Luiz Carlos Perez Gimenez e Rodrigo Martins Ribeiro. *Supermercados no Brasil. O movimento das grandes empresas*. Dezembro de 2000.

⁵⁵ Ibid., p. 3: “Na década de 90, o mercado brasileiro tornou-se, em definitivo, parte de mercados globalizados”.

de propriedades cruzadas, o que se traduziria por uma queda de competitividade, pondo em risco a saúde mesma dessas empresas, aliás, em sua maior parte, abalada. Ou seja, deveria ser uma política de Estado evitar qualquer medida que, de uma ou outra maneira, debilitasse essas empresas, pois um processo deste tipo poderia, de um lado, se traduzir por uma maior ingerência do Estado no mercado midiático e, de outro lado, paradoxalmente, poderia criar condições para uma maior presença em território nacional dos grandes grupos internacionais. Dependendo do tipo de regulamentação, não mais precisariam eles se associar a grupos nacionais ou poderiam comprar essas empresas por valores abaixo dos de mercado. Em nosso entender, uma política de Estado deveria consistir no fortalecimento das empresas nacionais, deixando-as em condições de uma maior competitividade tanto no mercado interno quanto externo.

Neste sentido, o documento do PT, produto da reunião do Diretório Nacional de dezembro de 2003, é esclarecedor: em sua página 9, é postulado o esforço que deve ser feito no sentido de uma multinacionalização de empresas brasileiras, o que se enquadra perfeitamente para as empresas de mídia: “Outro aspecto importante do aumento da presença do Brasil na economia mundial deve consistir no esforço de multinacionalização de empresas brasileiras, a exemplo do que vem ocorrendo com a Petrobrás e de algumas outras poucas empresas privadas. Essa perspectiva, historicamente negligenciada por governos e empresários, deve se tornar ponto permanente das agendas de desenvolvimento, de comércio exterior e da política externa. A multinacionalização de empresas constitui um dos aspectos fundamentais do sucesso de um país no comércio internacional. Hoje, com as economias globalizadas, há evidências crescentes de que o desenvolvimento interno de um país está condicionado pelo êxito de seu esforço”. exportador”;

5. Global players. Poderia mesmo ocorrer que uma política bem conduzida poderia tornar algumas de nossas empresas competitivas no nível internacional. Exemplos no mundo não faltam. Se for bem-verdade que há uma incessante concentração de empresas entre os globais **players** midiáticos, não é menos verdadeiro que eles não se concentram apenas entre os americanos, nem que não haja espaço para a entrada de novos concorrentes. A Telefônica de Espanha, privatizada no final do governo do primeiro ministro socialista Felipe González, é hoje uma empresa multinacional com forte presença na América Latina e nos EUA. Trata-se de um conglomerado formado por mais de 33 empresas que abrange os mais diferentes campos de atuação, da telefonia à televisão a cabo, passando por televisão aberta, comércio eletrônico, editor e outras atividades, em sociedade com outros grandes grupos internacionais. Interessa-nos particularmente o “case”, pois se trata de um país até recentemente periférico no capitalismo internacional e que tem hoje uma presença empresarial em todo o mundo.

EUA e regulamentação: O processo de desregulamentação da mídia nos EUA está dando lugar a um amplo debate, na medida em que propiciou uma ampla reorganização das empresas que atuam nesse setor, as quais puderam ampliar o seu espectro de atuação. Ao mesmo tempo, as liberdades civis voltaram ao centro desse debate, pois se colocou a questão de se a concentração das empresas

mediáticas não reduziria o pluralismo tão necessário numa sociedade democrática. “Três medidas de liberalização, aprovadas pelo Congresso norte-americano, contribuíram para o reordenamento da indústria de mídia: a) a revogação do número-limite de concessões de canais de radiodifusão a grupos privados; b) a supressão do dispositivo que impedia os grupos de comunicação de possuírem emissoras em mais de 25% do território nacional; c) fim das restrições à livre comercialização das cadeias de rádio e televisão”⁵⁶.

Observemos, para os nossos propósitos, que essas medidas de liberalização deflagraram um processo que já produziu efeitos tanto do ponto de vista da concentração da mídia quanto do estupendo desenvolvimento dessa indústria essencialmente moderna. Ressaltemos que se trata de um processo em franco andamento, o que equivale a dizer que, num país periférico como o Brasil, qualquer tentativa individual de contrarrestar esse processo está fadada ao fracasso. Ou seja, esse fenômeno de globalização das empresas de mídia, na perspectiva de um país que não se encontra no centro das decisões planetárias, deve ser encarado como um fato a ser enfrentado, e um fato irreversível na nossa ótica. Se o Congresso americano viesse a tomar uma outra atitude, aí sim as repercussões poderiam ser outras. Mas uma decisão desse tipo não se encontra ao nosso alcance. Devemos, portanto, lidar com aquilo que nos é possível, isto é, extrair desse processo lições que possam ser benéficas do ponto de vista de nossas empresas, para que tenham melhores condições de competitividade. Eventuais regulamentações que obstaculizem esse desenvolvimento deveriam ser evitadas. Não se pode desconsiderar esse lado propriamente empresarial das empresas de mídia, sob pena de as inviabilizarmos.

É preciso extrair as conseqüências desse processo visando à adequação aos novos tempos, pois o que está em questão é o progresso desses países. A União Européia empreendeu igualmente uma política de desregulamentação⁵⁷. O seu objetivo foi o de fazer com que suas empresas pudessem competir com os grandes grupos empresariais americanos. O documento que norteia essa decisão sublinha a “necessidade de suprimir barreiras para criar ‘um clima favorável à inovação e ao investimento’...Eles propõem que as medidas disciplinadoras se limitem ‘ao estritamente necessário’, evitando que ‘uma desregulamentação excessiva ou inapropriada numa região provoque transferência de uma atividade econômica a outros lugares, com conseqüências nefastas para o desenvolvimento da sociedade da informação’”⁵⁸. Ou seja, levando em consideração as especificidades regionais e nacionais, a liberalização do mercado midiático deveria ser feita do ponto de vista da expansão das empresas européias. Em um mundo que muda incessantemente, nasce a obrigação dos estados nacionais e suas empresas acompanharem esse processo, sob pena de ficarem numa posição nitidamente secundária. Observemos igualmente que essas medidas se fazem sob a égide de uma união de países que reagrupam governos das mais diferentes tendências políticas, da direita à esquerda. Trata-se, portanto, de uma política de Estado, no caso, supranacional.

⁵⁶ Moraes, Dênis de. *Planeta Mídia*. Campo Grande, Letra livre, 1998, p. 64.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 86.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 87.

Defesa dos interesses nacionais. Devemos distinguir a defesa dos interesses nacionais, própria de um Estado, da ideologização contra o capitalismo ou contra os EUA. É perfeitamente legítima, como é feito por todos os países, a começar pelos próprios EUA, a defesa de uma produção cultural autônoma, a defesa das empresas nacionais e a elaboração de uma regulamentação que atenda a esses interesses. Um país que não defende as suas empresas, por exemplo, é um país que termina por relegá-las a uma posição secundária na competição internacional. Ora, uma tal defesa não deve ser a ocasião de dar vazão a posições anticapitalistas, como se empresas nacionais devessem ser desmembradas ou enfraquecidas, nem tampouco ser a oportunidade de fechar culturalmente o país, como se tudo “Made in América” devesse ser objeto de restrições. Defender os interesses nacionais não se confunde com um nacionalismo cultural e empresarial que venha a fechar o país para tudo o que ocorre no mundo. A lei da informática já mostrou no passado os seus efeitos perniciosos, não criando uma indústria nacional forte, nem favorecendo o nosso desenvolvimento econômico com a informatização de outros setores industriais e de serviços.

O ponto em questão é essencialmente empresarial, voltado para as condições de competitividade, contemplando entre essas as regulamentações as que restrinjam a entrada em força desses capitais internacionais no mercado nacional. Ou seja, a questão reside em como fazer face a esses grandes grupos tanto do ponto de vista financeiro, tecnológico, gerencial e operacional quanto do ponto de vista da programação, pois essa é objeto de pouca ou nenhuma regulamentação. Com efeito, o Brasil é o maior mercado da América Latina, sendo, assim, um objeto de disputa. O problema é como os grupos nacionais vão fazer parte desse processo sem perder as suas características próprias. Partamos, porém, de uma constatação que nasce de um reconhecimento factual, a saber, não há como lutar contra essa lógica da concentração capitalista, pois isso significaria uma ruptura com o capitalismo enquanto tal, com todos os perigos daí decorrentes. O século XX é pródigo de seus exemplos malignos. A luta entre empresas se dá, então, dentro da lógica capitalista, com os papéis reservados aos Estados nacionais, que têm condições de favorecer às suas próprias empresas.

A maior empresa brasileira de comunicação, a **Rede Globo**, teve como receita bruta em 1999 em torno de US\$ 6 bilhões, o que equivalia então a 40% do faturamento da **Viacom**, quinta colocada no ranking⁵⁹. Dado o agravamento da situação financeira dessa empresa hoje e a desvalorização cambial, a proporção deve ser bem menor. Embora a posição da **Rede Globo** seja inferior a dos grandes conglomerados internacionais, ela ocupa uma posição importante, muito acima da maior parte das empresas de outros países, que estão numa posição nitidamente secundária e subalterna. A exemplo da **TV Globo**, as empresas brasileiras teriam condições de se tornar grandes **players** internacionais.

⁵⁹ Moraes, artigo, “A hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global”, Universidade Federal Fluminense, Brasil, junho de 2000, p. 3. Mesmo dado em seu livro *Planeta Mídia*.

Trata-se, portanto, do estabelecimento de uma forma de regulamentação que permita uma maior defesa das empresas nacionais de comunicação, estipulando formas de sociedade, contemplando a programação e não somente a propriedade das empresas midiáticas. Defender as empresas nacionais deveria significar conferir a essas condições melhores de competitividade e não abolir a competição em nome de um pretenso interesse nacional. Observemos igualmente que esse tipo de regulamentação deveria obedecer a um espírito democrático-capitalista e não ideológico-partidário, que poderia se traduzir pelo controle dos meios de comunicação por sindicatos, movimentos ditos sociais e partidos políticos.

Aliás, autores como De Lima e Moraes⁶⁰ assinalam que a sociedade civil não tem sido ouvida nesse processo de desregulamentação das empresas de mídia, inclusive na sua abertura ao capital estrangeiro. Esquecem de frisar que esses processos têm sido objeto de discussões e deliberações no Congresso Nacional, que é, numa sociedade republicana, o fórum adequado para esse tipo de discussão. Vale ressaltar que na aprovação da emenda constitucional que permitiu a entrada de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão, houve consenso de todos os partidos, salvo o PDT. Enfatizemos também que os partidos políticos, no Congresso, deliberam depois de sofrerem os mais diferentes tipos de pressão, tanto de sindicatos quanto de grandes grupos econômicos. Logo, não se pode falar de uma ausência de escuta. O problema, no meu entender, reside no que se entende por consulta à sociedade civil e como essa é entendida. A sociedade civil, para eles, seria constituída por “sindicatos, associações profissionais, Organizações Não-Governamentais”⁶¹.

A propriedade cruzada e a concentração. Neste contexto, coloca-se a questão da elaboração de regras que regulem esse processo de competição, favorecendo as empresas nacionais, de modo que essas tenham melhores condições de competitividade. Nessa perspectiva, a atividade legislativa deveria centrar-se na produção de um marco regulatório que defendesse o interesse dessas empresas nacionais. Normalmente, a discussão tem girado em torno da identificação entre propriedade cruzada (rádio/televisão/jornais) e monopólio, como se o problema fosse o descruzamento, com o objetivo de assegurar o pluralismo. O problema está, em meu entender, mal colocado, pois não se pode confundir esse tipo de propriedade cruzada com monopólio, pois ela propicia precisamente a competição numa escala maior, assegurando, desta maneira, o pluralismo. Contudo, há também em pauta um problema ainda maior e pouco discutido, e que diz respeito a um outro tipo de propriedade cruzada. Em vez de o Legislativo focar-se exclusivamente na propriedade cruzada de rádio/televisão/jornal, ele deveria atentar para uma outra forma de propriedade cruzada, a de telecomunicações e internet, que, controladas por empresas estrangeiras, estão progressivamente cada vez mais presentes.

Vejamos os elementos desse processo de “propriedade cruzada” (rádio/televisão/jornais):

⁶⁰ Moraes, *Planeta Mídia*, p. 105.

⁶¹ *Ibid.*, p. 105.

1. Propriedade cruzada e competição. As empresas⁶² envolvidas nesse processo, numa competição extremamente acirrada, são obrigadas não apenas a parcerias, mas a cruzarem suas atividades, via fusões de empresas televisivas, radiofônicas, de jornalismo, de edição, de telecomunicações, de satélites, de TV a Cabo, de internet, de programação, de computadores, de software e outras. Temos, assim, dois processos: o de fusão de empresas e o de fusão de atividades, que terminam produzindo processos de concentração que se encontram hoje no centro das discussões sobre a propriedade da mídia. A propriedade cruzada tem, portanto, uma base econômica e tecnológica, inscrita que está numa lógica de sociedade.

A propósito da experiência americana, sobretudo recente, muito tem se falado contra a propriedade cruzada, como se uma mesma empresa não devesse ser simultaneamente proprietária de jornal, rádio e televisão, como se a pluralidade dependesse de uma desvinculação, de um descruzamento dessa forma de propriedade. A discussão, pertinente para os EUA, deveria ser colocada em outros termos para o Brasil, na medida em que, em nosso país, a pluralidade nasce, nos grandes centros urbanos e, em menor medida nos demais, de uma competição entre grupos econômicos, cada um dos quais tendo “propriedades cruzadas”. Ou seja, a pluralidade e a competição estão asseguradas por uma disputa entre grupos que detém, individualmente, o controle de jornais, rádios e televisões.

Quanto à propriedade cruzada rádio/televisão/jornal, ela é indevidamente confundida com monopólio, pois, nas grandes capitais brasileiras, há efetivamente uma competição entre empresas “cruzadas”, que disputam entre si o mercado. O mercado nacional se caracteriza por uma forma de competição entre esses grupos que tem dado a feição própria da presente situação. Inclusive grupos que não têm essa forma de cruzamento desenvolvem-se com outros (internet, por exemplo) ou com a restrição de algum desses elementos (televisão e rádio ou jornal e rádio). Podemos pensar aqui em diferentes combinações segundo particularidades regionais.

Começemos por Porto Alegre. A **RBS** possui uma grande audiência e um número expressivo de leitores, porém, daí não se segue qualquer “monopólio”. Ninguém vai penalizar a GM por vender muitos automóveis, nem a AMBEV pela cerveja. O desempenho das empresas é uma questão exclusivamente empresarial. O Estado possui três grupos “cruzados”: a **RBS**, a **Rede Pampa** e o **Grupo Guaíba**, todos três sendo proprietários de jornais (**ZH**, **Diário Gaúcho**, **O Sul** e **Correio do Povo**), rádios e televisões (**TV Gaúcha**, **Tvcom**, **TV Pampa** e **TV Guaíba**)⁶³. Ademais, o **SBT** está presente na TV, a **Band** com rádio e TV e o **Estado** com a **TVE**. Em São Paulo, temos a TV e **rádio Cultura**, estatal, a **Gazeta**, com TV e

⁶² Até um autor afinado com posições mais à esquerda, como Moraes, afirma: “As pretensões de auto-suficiência desfazem-se diante da exigência de vultosos recursos para sustentar a capacitação tecnológica, a diversificação produtiva, a pesquisa sistemática de inovações, a acirrada competição em mercados internacionalizados e o marketing global. Estes itens requerem integração de circuitos e equipamentos, de métodos de gestão e de interconexões de sistemas operativos.”, op. cit, p. 60.

⁶³ Cf. Paulo Tonet Camargo. *As comunicações no Brasil – Considerações*. Documento.

Rádio, a **Globo** com TV Aberta e por assinatura, rádio e jornal, o **Estado** com jornal, rádio e agência, a **Folha**, com jornal, agência e **UOL**, a **Record**, com rádio e TV, a **Band**, com rádio e TV, a **Jovem Pam** com rádios, **Abril** com revista, TV Aberta e por assinatura. No Rio de Janeiro, a **Globo** possui TV Aberta e por assinatura, jornal, rádio, revistas, editora, provedor, a **Band**, TV e rádio, o **SBT**, televisão, a **Record**, TV, a **Rede TV!**, TV, **Jornal do Brasil**, jornal, agência e rádio, **O Dia**, jornal e rádio, **CNT**, TV. Em Belo Horizonte, a **Globo** possui TV Aberta e por assinatura, rádio, os **Diários Associados**, TV, rádio, jornal e provedor, a **Record**, TV e rádio, **Rede TV!**, TV, **Atalaia**, rádio. Em Brasília, a **Globo** possui TV, os **Diários Associados**, jornal, rádio e provedor, a **Band**, TV, a **Record TV**, **Organização Jaime Câmara**, jornal, rádio e emissoras de TV em Goiás e no Tocantins, a **Rede TV!**, TV. Em Salvador, a **Rede Bahia** possui TV Aberta e por assinatura, rádio e jornal, o Grupo **A Tarde**, jornal, rádio e provedor, a **Band**, TV e rádio, a **TV Aratu**, TV. Em Recife, a **Globo** possui TV Aberta e por assinatura e rádio, o **Sistema JC de comunicação**, TV, rádio e jornal, o **Grupo Nassau**, TV e rádio, a **Rede TV!**, TV, os **Diários Associados**, TV, jornal e rádio. Em Fortaleza, o **Grupo Edson Queiroz** possui TV, jornal e provedor, o **Jangadeiro**, TV Aberta e por assinatura e rádio, o **Jornal O Povo**, jornal, rádio e editora, a **Rede TV!**, TV, a **Record**, TV, a **Rede União**, TV e rádio. Em Belém, a **Liberal** possui TV Aberta e por assinatura, rádio e jornal, a **RBA**, TV e rádio, a **TV Guarujá**, TV e rádio, a **Marajoara**, TV, o **SBT**, TV. Temos assim uma grande diversidade em cada capital, assegurando, desta maneira, a pluralidade da comunicação.

Não podemos esquecer que as economias modernas funcionam em grande escala, essa podendo ser dita inclusive uma condição de sobrevivência das empresas. Qualquer tentativa de reduzir, no Brasil, o tamanho das empresas “descruzando-as”, propiciaria condições para que empresas internacionais viessem a comprar em melhores condições as empresas assim divididas, cujo valor seria irrisório para os grandes grupos midiáticos. Em perspectiva global, os grandes grupos nacionais são “pequenos” e podem ser facilmente comprados por outros grupos internacionais. Devemos ter em vista essa perspectiva para que possamos melhor entender o escopo de medidas que deveriam ser tomadas. Poder-se-ia dizer que as tentativas de “descruzamento”, vindas, digamos, de posições de “esquerda”, fariam o jogo da “direita”, das grandes empresas multinacionais.

Os estudos e intervenções no sentido desse “descruzamento” denotam um certo ranço ideológico, confundindo audiência com monopólio e veiculando um preconceito anticapitalista e antiempresarial. A audiência é fruto da competência, de uma gestão eficaz, de estudos da opinião pública e de outros fatores que não podem ser confundidos com o monopólio. Isto seria o equivalente a punir os bem sucedidos, como se isso fosse um pecado. É como se fosse um vício ser uma grande empresa e, perversão maior ainda, fortalecê-la e ampliá-la. Ora, o que observamos em todos os ramos empresariais é uma forte concentração, que corresponde a essa fase do capitalismo, de tal maneira que só as maiores sobrevivem e se tornam competitivas. Isto é válido da produção de cerveja à siderurgia, passando pelo petróleo, extração mineral e todos os outros ramos de produção. No campo midiático, em particular, seis ou sete grandes empresas multinacionais controlam todo o mercado global,

nascidas de um processo que tem se incrementado nos últimos anos e que não dá sinais de arrefecer.

Numa economia de escala, haveria espaço para que outras empresas nacionais conquistassem essa posição. Internamente, temos observado a constituição de grandes redes nacionais que aumentaram a competição entre si, estabelecendo outras proporções relativas no que diz respeito, por exemplo, à audiência. Estaria, portanto, tentado a dizer que o ranço ideológico em questão decorre de estar vinculado a uma etapa quase vencida da revolução digital, que lança outros “produtos” a partir de outros cruzamentos ainda mais importantes e que marcarão as próximas décadas, se é que décadas não é também um padrão de medida também vencido pela extrema velocidade das transformações atuais. Como a consolidação democrática é recente em nosso país, há uma sensibilidade ainda maior em relação aos tradicionais meios de comunicação, tendo em vista o papel preponderante que tiveram em nossa história, sobretudo a mais recente;

2. um novo tipo de propriedade cruzada que progride rapidamente no Brasil – além de estar operante em todo o mundo em escala ainda maior – é o das empresas de telecomunicações e de internet, quase todas sob controle estrangeiro. Internacionalmente, elas incluem, ademais, redes de televisão aberta e paga, rádios, jornais, revistas, produção cinematográfica, editoras, produção musical e outras atividades afins. Velhos e novos atores se disputam febrilmente esse mercado. Associações entre empresas não cessam de ocorrer. Estabelecem-se assim, em nosso país, condições especiais para o desenvolvimento dessas companhias⁶⁴ que, não regulamentadas, progridem no cruzamento digital, financeiro e tecnológico, relegando as empresas nacionais a uma posição secundária. São conglomerados cuja plataforma oferece condições particulares de competitividade para as empresas de internet. Atentemos que, segundo a lei, empresas de comunicação não poderiam veicular conteúdo, programas, informação. Ora, é isso que é precisamente feito com a internet. Da mesma maneira, notícias serão transmitidas por telefones celulares. Num futuro próximo, computadores poderão ter acesso a televisões abertas e pagas no Brasil e em todo o mundo. Esse mudará de face nos próximos anos e uma regulamentação deveria estar preocupada com nossa posição em um mundo globalizado.

Tomemos, então, o nosso caso. A Brasil Telecom tem como empresa de internet a iBest, a Telemar, a iG, e a Telefônica, o portal Terra. Estabelece-se assim um cruzamento entre empresas de telecomunicação e de comunicação. Essas empresas cruzadas, seguindo a tendência global, tendem a se tornar grupos multimídia, aumentando a sua área de atividade, e ingressando ainda mais diretamente na produção e transmissão de conteúdo. Os grandes grupos nacionais ficariam em uma situação de inferioridade. Não é supérfluo reiterar que os Estados normalmente defendem os interesses de suas empresas. Os EUA são o melhor exemplo disto. A União Européia e o Japão não ficam tampouco atrás;

⁶⁴ Cf. Nicolaewsky, Luiz. *Uma reflexão sobre concentração nos meios de Comunicação Social Brasileiros*. 06/11/2003. Documento.

3. a elaboração de um marco regulatório deveria estar, sobretudo, voltada para as atividades e cruzamentos que se desenham no horizonte, estando já particularmente presentes. Um marco regulatório, em meu entender, deveria antecipar o que vai acontecer, o futuro, a partir das sinalizações atuais. Não deveria voltar-se, senão para aperfeiçoamento e correção de distorções, para situações consolidadas em nosso passado, como é o caso da propriedade cruzada rádio/televisão/jornais. Um marco regulatório que descruzasse as empresas de rádio/televisão/jornais significaria uma intervenção num mercado que funciona competitivamente entre grupos “cruzados”, propiciando o pluralismo e uma economia de escala, ambos necessários para o desenvolvimento de uma sociedade e economia modernas. Uma interferência aqui, em um processo amplamente consolidado e que corresponde às nossas tradições e história, poderia causar uma profunda desorganização. Ela criaria um campo particularmente propício para ingerências governamentais e partidárias de um lado, e, de outro, engendraria condições de absorção dessas empresas por grandes conglomerados internacionais, que assimilariam esse processo sem maiores dificuldades, pois suas operações de escala pelo mundo suportam perfeitamente essa absorção. Essas empresas multinacionais permaneceriam cada vez mais cruzadas no campo internacional e, ademais, se aproveitariam do descruzamento nacional. Paradoxalmente, os grandes grupos internacionais “cruzados” seriam os grandes beneficiários do “descruzamento” das empresas de rádio, de televisão e de jornais. Mexer com um processo deste tipo pode ser fonte de graves perturbações.

Por outro lado, há todo um processo em curso, apenas iniciado e pouco consolidado, e que diz respeito às vinculações cruzadas entre empresas de telecomunicações e de internet, que podem rapidamente evoluir para outros ramos da atividade midiática. O cruzamento em questão diz respeito às empresas de telecomunicação e de comunicação, digamos entre empresas de “forma” e de “conteúdo”, pois as primeiras seriam as que oferecem as condições “formais” de comunicação, plataformas e satélites, e as segundas o seu “conteúdo”, programas e o que é comunicado. Reiteremos que esse processo já se encontra bastante adiantado em escala planetária, sendo pouco estudado no Brasil e, menos ainda, regulamentado.

A internet é a mídia do futuro, onde ocorrerá provavelmente com maior força a convergência digital. Se empresas de telecomunicações controlarem, sem nenhuma regulamentação, os satélites, as plataformas e a produção de conteúdos, poderemos ter, aí sim, uma situação de monopólio, exercido de fora, e afetando decisivamente a opinião pública nacional. A identidade nacional se caracteriza por uma comunidade de costumes, condutas e valores que remonta à nossa própria história. Cada país preserva a sua própria identidade, seja ele o Brasil, a Inglaterra, a França, o Japão ou os EUA. E os meios de comunicação são um fator central desse processo. Ressaltemos que estamos no começo desse processo, nada de definitivo estando pelo momento configurado, de tal maneira que uma regulamentação, nesse domínio, poderia ter conseqüências benéficas tanto do ponto de vista do pluralismo da comunicação quanto do desenvolvimento das empresas nacionais em condições de competitividade. Aliás, se tivermos que enfocar a questão da regulamentação do ponto de vista do interesse nacional, deveríamos

suscitar o problema de que a Embratel linca as redes televisivas nacional, públicas e privadas. Ela o faz via satélite que são de propriedade estrangeira. Inclusive uma fala presidencial se faz em “ondas estrangeiras”. O mesmo vale para as comunicações militares. Trata-se de um problema nacional que deverá ser enfrentado;

Competição e pluralismo. A competição pelo mercado tem se traduzido, ao contrário do que é normalmente apregoado, por uma situação de crescimento de empresas privadas, educativas, culturais e religiosas, cujo efeito é um maior pluralismo em nossa mídia. A lógica do mercado tem, com efeito, propiciado uma maior expansão de emissoras e de retransmissoras. O pluralismo é, hoje, certamente muito maior do que foi no passado. Cada rede aumenta o número de suas emissoras e retransmissoras, ocupando um espaço cada vez maior do mercado, sem que se estabeleça uma situação de monopólio. As redes privadas competem entre si, as redes religiosas, católicas e evangélicas, estabelecem o mesmo tipo de competição, enquanto o número de geradoras educativas e culturais aumentou significativamente. Neste sentido, a história de nossa mídia deve ser distinguida, por exemplo, da americana, pois o pluralismo tem se consolidado entre nós. O nosso mercado não produziu o efeito paradoxal de fechar-se, como acontece em alguns países ou ramos industriais. Indubitavelmente, o número de redes privadas, educativas, culturais e religiosas, com suas retransmissoras, é hoje muito maior do que no passado, cobrindo todo o território nacional. Vejamos:

1. Competição entre as grandes redes televisivas nacionais. Segundo dados de outubro de 2003, as cinco maiores redes de televisão, **Globo**, **SBT**, **Band**, **Record** e **Rede TV!**, estão em uma franca relação de competição, com clara preponderância da **Rede Globo** sobre as demais, sem que se possa, no entanto, dizer que tenhamos uma situação de monopólio. Se for bem-verdade que, no passado, a posição da **Globo** já foi de uma maior predominância, influiu decisivamente na política do país, hoje temos um mercado competitivo, que se traduz pelos números abaixo:

	Globo	Rede TV	Band	Record	SBT
TV	92	30	11	36	46
RTV	1369	481	167	409	669

Somando as redes **Band**, **Rede TV!**, **Record** e **SBT**, temos um total de 123 emissoras e 1726 retransmissoras, superando o número individual da **Rede Globo**, o que mostra que essa empresa já não detém hoje a mesma posição que usufruía. Ocorre, nesse setor, o mesmo que em outras atividades empresariais, com algumas empresas de ponta liderando o mercado, sem prejuízo de que outras atuem da mesma maneira. Se tomarmos a relação entre a primeira e a segunda empresa, **Globo** e **SBT**, veremos que essa última, sozinha, tem 50% do número de emissoras em relação à primeira e, no que diz respeito ao número de RTV, 48%. O próprio então Ministro das Comunicações, Deputado Miro Teixeira, declarou, numa audiência pública na Comissão de Ciência Tecnologia Comunicação e Informática da Câmara, em 4/11/2003, que no “Brasil, já houve, mas não existe mais,

concentração na mídia. E as cinco maiores geradoras nacionais de tevê aberta competem em condições equivalentes”⁶⁵.

A cobertura dos lares brasileiros é, por sua vez, nas grandes redes, a seguinte⁶⁶:

Globo – 99,59%
SBT – 97,34%
Bandeirantes – 88%
Record – 73,01%
CNT – 35,46%
RedeTV! – 80,88%.

Esse dado mostra a situação praticamente de igualdade entre a **Rede Globo** e o **SBT** do ponto de vista da cobertura, vindo a **Bandeirantes** logo atrás, com a **Rede TV** e a **Record**. Neste sentido, não se pode falar tampouco de um monopólio, nem de um oligopólio, pois essas redes se encontram num processo de franca competição, aumentando os seus meios tecnológicos visando a atingir a todos os lares brasileiros que possuem televisão. Ademais, ao utilizarmos o conceito de rede, o fizemos com o intuito de sublinharmos um tipo de cobertura nacional, de conteúdo, distinguindo-o da propriedade dos meios de comunicação. Com efeito, no interior de cada rede temos uma segmentação e divisão da propriedade, pois um número expressivo de proprietários regionais e municipais compra direitos de retransmissão. Devemos, pois, distinguir a propriedade de uma empresa cabeça da rede da propriedade das empresas que retransmitem uma mesma programação;

1.1. retransmissoras. Se tomarmos o número de retransmissoras no período 1997-2000, constataremos que a maior rede é seguida de perto pela segunda, que somada com a terceira ultrapassam o número de retransmissoras da primeira. Se os números são tão próximos, fica difícil afirmar uma situação qualquer de monopólio. Observemos igualmente que a soma das RTVs educativas e culturais perfaz 120 retransmissoras, colocando-as entre a terceira e a quarta rede privada. Logo, não podemos dizer que tenha havido um encolhimento das retransmissoras educativas e culturais. Da mesma maneira, houve um crescimento das retransmissoras religiosas, que somam 184 (166 católicas e 18 evangélicas).

⁶⁵ Samuel Possebon, Carta Capital nº 244.

⁶⁶ Fonte: Midia dados - 2003 (Grupo de Mídia de São Paulo).

	1997	1998	1999	2000	Total
GLOBO	112	4	117	109	342
SBT	99	29	89	54	271
RECORD	26	10	51	43	130
BAND	77	8	17	8	110
REDE VIDA	6	29	41	15	91
TVE	20	-	42	17	79
MANCHETE	64	3	-	-	67
FPA	-	-	41	21	62
CARISMÁTICA	-	-	17	42	59
CBI	36	-	13	-	49
CULTURA	41	-	-	-	41
CNT	11	-	21	7	39
GAZETA	-	1	23	10	34
MTV	11	-	2	3	16
REDE MULHER	-	-	13	1	14
SHOP TOUR	-	-	6	4	10
REDE TV!	-	-	7	2	9
REDE 21	-	-	-	5	5
Outras	2	3	4	1	10
Total	505	87	504	342	1.438

2. competição entre empresas educativas, culturais e privadas de televisão. Devemos frisar que o Brasil possui uma importante rede de televisões educativas e culturais que se espalham por todos os estados da União. O seu número é importante, embora desproporcional em relação às retransmissoras, que não acompanham proporcionalmente o seu número. A razão dessa desproporção deve provavelmente residir na falta de investimentos e nas carências crônicas do poder público brasileiro. Não se trata, portanto, de um oligopólio de empresas privadas em detrimento das públicas, mas do não comprometimento dos entes federativos com suas respectivas empresas de comunicação. Darei alguns exemplos de sua importância: **a)** em Minas Gerais, há 41 TV educativas contra 10 da **Rede Globo**. Em uns cálculos globais, englobando todas as outras emissoras, as TV educativas respondem por 63%; **b)** em São Paulo, há 22 TV educativas contra 11 da **Rede Globo**. O percentual em relação a todas as empresas televisivas ascende a 30%; **c)** no Paraná, há 16 TV educativas contra 8 da **Globo**. O percentual global é 35 %; **d)** no RJ, há 5 TV educativas contra 4 da **Globo**. O percentual global é 27%; **d)** no Rio Grande do Sul, há 6 TV educativas contra 12 da **Rede Globo**. O percentual total é 14%; **e)** em Pernambuco, há 3 TV educativas contra 3 da **Globo**. O percentual global ascende a 27%; **f)** na Bahia, há 3 TV educativas contra 6 da **Globo**. O percentual global é 20%; **g)** no Pará, há 2 TV educativas contra 2 da **Globo**. O percentual total é 16%.

Usei a **Rede Globo** como sistema de referência por ser a maior rede nacional, o que torna esses números mais elucidativos. Talvez uma tarefa que se imponha aos estados e mesmo à União seria o fortalecimento de suas TV educativas via maiores recursos, uma maior profissionalização e uma qualificação

correspondente de seu pessoal, de modo que elas possam melhor preencher as suas funções e aumentar a sua audiência.

O Brasil, segundo dados de outubro de 2003, possui um total de 445 emissoras, das quais 141 são educativas e 6 religiosas (segundo outros cálculos, teríamos 8 TV confessionais). Tratando-se de uma mesma tabela, utilizarei 6 como número de referência, para que possamos ter um referencial mais preciso. Logo, o número de emissoras privadas é 298, o que faz com que as emissoras educativas ocupem um percentual de 47% de toda a plataforma nacional de geradoras. Diante desses dados, fica difícil caracterizar a rede privada comercial como ocupando uma posição de oligopólio. A conclusão que se imporia é a de que temos hoje no país, mais do que no passado, um mercado concorrencial que assegura o pluralismo da informação.

2.1. geradoras educativas. Observemos o significativo aumento de emissoras educativas no período 2000-2001, perfazendo um total de 112 TV, contrastando com todo o período anterior, que soma apenas 24 emissoras. Há, portanto, aqui uma forte expansão da rede estatal, que cresce 466%.

	Desc onhe cido	1966	1971	1972	1974	1975	1980	1982	1983	1984	1985	1986	1988	1993	1998	1999	2000	2001	2002	Total
AC																		1		1
AL					1													1		2
AM														1						1
AP																				0
BA								1											2	3
CE									1									1	2	4
DF						1											2			3
ES									1								1	3	2	7
GO	1																	2	1	4
MA																	1		1	2
MG			1							1			1				3	21	14	41
MS													1					2		3
MT																		1		1
PA											1						1			2
PB																	1			1
PE		1																		1
PI	1											1						1		3
PR													1	1			3	5	3	13
RJ													1				1	3	1	6
RN				1																1
RO																				0
RR																				0
RS								1									1	2		4
SC																1	2	2	1	6
SE										1										1
SP							1								1		4	12	7	25
TO																	1			1
Total	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	4	2	1	1	21	57	34	136

3. as redes religiosas. As emissoras religiosas e suas retransmissoras configuram um outro terreno em que o pluralismo da comunicação se realiza em nosso país. Elas disputam com as outras TV a opinião pública, sob a forma da consciência religiosa. Ao contrário das TV educativas, o seu número é pequeno, enquanto o de suas RTV é grande. Segundo dados de outubro de 2003, o número de emissoras confessionais é 8, distribuídas entre 4 católicas e 4 evangélicas. Chama atenção o número reduzido de TV, o que se explica pelo conteúdo transmitido, pois as coisas religiosas, tratando do absoluto, não carecem de uma multiplicidade de emissoras. Basta um centro transmissor da mensagem religiosa que é difundida pelas RTV. Isto implica uma redução de custos, menor programação e uma maior visibilidade nacional, graças à constituição dessa forma de rede. Para elas, o mais importante é o número de retransmissoras: 282. Elas estão assim distribuídas:

Família – **Record/Universal**. Emissoras de TV: 2, RTV: 10.

Século XXI – **Católica de Campinas**. TV: 1, RTVs: 14.

João Paulo II – **Católica de Cachoeiro Paulista**. TVs: 2, RTV: 208.

RIT – Do **R.R Soares**. TV: 1, RTV: 50.

Mulher – **Record/Universal**⁶⁷: TV: 1, RTV: 41.

Vida – **Católica**: TV: 1, RTV: 427.

Observamos por esses dados uma clara preponderância da religião católica em relação às evangélicas no que diz respeito ao número de RTV: 649 contra 101. Se, no entanto, considerarmos a transmissão de programas religiosos em emissoras comerciais, algumas de propriedade de evangélicos, constataremos o crescimento de uma programação evangélica na TV brasileira⁶⁸.

Logo, as formulações de De Lima terminam por ser também parcial do ponto de vista religioso, pois, segundo o critério utilizado, haverá ou não uma preponderância das Igrejas evangélicas. Aliás, é muito salutar que se estabeleça, também no campo religioso, o pluralismo, embora cada religião em particular tenha a pretensão do absoluto e da palavra verdadeira. Tal não é, no entanto, a função do Estado democrático, voltado para o pluralismo em todos os setores da consciência. Parece que estamos diante não de um conceito, mas de um pré-conceito. Com efeito, esse autor, ao se posicionar contra o atual processo de concentração de propriedade dos meios de comunicação no Brasil, tem como alvo a “entrada de um novo e poderoso ator nacional no setor: as igrejas, sobretudo, as evangélicas”⁶⁹. O argumento, pelo que acabamos de expor, não deixa de ser curioso, pois se se tratasse de uma igreja que compartilhasse o credo da “teologia da libertação”, a sua

⁶⁷ A programação dessa rede não é totalmente religiosa. A Rede Record não é incluída entre as emissoras religiosas, embora seja de propriedade da Igreja Universal, por ser a sua programação essencialmente comercial.

⁶⁸ Caberia aqui ressaltar a distinção entre a titularidade e a programação no que diz respeito às igrejas, pois da titularidade de uma emissora comercial, não se segue que sua programação seja preponderantemente religiosa como é, por exemplo, o caso da Record. Ou ainda, a titularidade da Band não é religiosa, porém ela tem um horário religioso.

⁶⁹ De Lima, op. cit., p. 96.

posição seria provavelmente outra. Ademais, e esse é o traço irônico da questão, o “governo Lula distribuiu poucos canais em 2003 – e quase todos para Igrejas”⁷⁰.

No novo governo, em 2003, incluindo os dados relativos a **TV Nazaré** de janeiro de 2004, foram outorgadas 78 retransmissoras em 2003, assim distribuídas:

71 para a **Fundação Nazaré** (Católica de Belém)

3 para a **Boas Novas** (evangélicos): Rio de Janeiro, São Paulo e Campinas

4 para emissoras comerciais.

Observa-se aqui um nítido privilegiamento de outorga de retransmissoras para as redes religiosas em detrimento das privadas e, dentre as religiosas, dois pontos merecem ser considerados: **a) a Fundação Nazaré** surge como uma rede já forte, cobrindo as principais capitais da região Norte, além de cinco do Maranhão (incluindo São Luís)⁷¹; **b) a rede Boas Novas**, embora o seu número de RTV seja aparentemente pequeno, tem um amplo raio de cobertura por abranger as duas maiores cidades brasileiras, São Paulo e Rio, além de Campinas;

Posição do telespectador e direito ao lazer. A posição do espectador, do ouvinte ou do agente de uma relação digital interativa não é necessariamente a de um cidadão e, menos ainda, a de um indivíduo partidariamente ativo. Boa parte das análises dos fenômenos midiáticos e digitais insiste na apatia e no desinteresse que seriam produzidos por nossos meios de comunicação. Devemos, porém, partir de uma singela pergunta: por que os telespectadores, os ouvintes e os agentes interativos deveriam ter uma posição política ou necessariamente deveriam se preocupar com os assuntos considerados por políticos ou formadores de opinião como de interesse público? Não poderiam eles se preocupar com o seu entretenimento, depois de um dia de trabalho ou simplesmente porque gostam de ouvir um espetáculo musical, ver uma telenovela ou um filme? Trata-se de um direito do indivíduo em sua vida privada que, para efeito de nossa análise, poderia ser denominado de direito ao lazer ou ao entretenimento.

Em relação às diferentes alternativas que se oferecem ao telespectador, devemos sempre ter presente ao espírito que a liberdade de escolha pertence àquele que pode perfeitamente escolher um outro canal. Assim, se o telespectador se encontra só com programas de variedades, cria-se a exigência de um programa de maior qualidade, que pode ser perfeitamente suprido por um outro canal privado ou público. A competição se dá por programas que atraiam a atenção e não sejam mal feitos, como acontece frequentemente, no Brasil, com os canais privados ou públicos. Esses últimos, por sua vez, se caracterizam, na maior parte dos casos, por suas monótonas repetições de posições governamentais. Como escreve Michel Souchon: “...uma parte não negligenciável do público pode muito bem escolher um programa mais exigente, com a condição de que ele seja capaz de atrair a sua atenção, comover, abrir seus horizontes”⁷².

⁷⁰ Daniel Castro, Folha on Line, 30/12/2003.

⁷¹ Daniel Castro, Folha de São Paulo, Ilustrada, E4, 27 de janeiro de 2004.

⁷² Souchon, Michel. “A pesquisa e o aperfeiçoamento da mídia”. IN: Bertrand, op. cit., p. 340.

O viés ideológico na crítica da “miscelânea cultural” é particularmente presente em alguns autores que procuram nela ancorar uma posição antiamericana que é, na verdade, preparatória a uma crítica ao padrão cultural da TV brasileira. Assim, essa “miscelânea cultural” é identificada à expansão dos **fast-food** pelo planeta, da qual nem “a Cuba socialista estaria imune”⁷³. A presença da cadeia McDonald’s é considerada como um exemplo do mesmo tipo daquele que ocorre com a mídia, como se os indivíduos estivessem compelidos, obrigada, a comer Bic Mac. Podemos optar por um bauru, por um misto quente, por um cachorro quente, por uma feijoada, por um churrasco, por comida alemã, francesa, chinesa, japonesa, tailandesa e assim indefinidamente. E se um empresário quiser fazer uma grande rede internacional de feijoada é algo que diz respeito exclusivamente à sua capacidade de iniciativa e de empreendimento. Que alguém queira ou não comer um *cheeseburger* tipo americano é algo que concerne tão e exclusivamente a essa pessoa, não cabendo ao Estado estabelecer nenhum tipo de regulamentação. Trata-se da liberdade de escolha que deve ser preservada enquanto tal. Ou cabe ao Estado determinar o que vou comer?

A TV paga está, por sua vez, cada vez mais voltada para o atendimento do lazer da população em geral numa escala planetária, procurando preencher nichos determinados de mercado. Assim, temos canais infantis, para as mulheres, para os que gostam de documentários, para os que gostam de filmes, etc. As necessidades de mercado, por assim dizer, balizarão esse processo, que se caracteriza por uma uniformização cultural, onde o geograficamente distante se torna digitalmente próximo. Ocorre, contudo, que os gostos não se uniformizam dessa maneira, e cria-se, inclusive por razões publicitárias, a necessidade de que gostos particulares sejam regionalmente satisfeitos. Isto ocorre também na regionalização de sinais na TV por Assinatura, de tal maneira que uma rede nacional pode transmitir uma publicidade particular que responda aos interesses de uma região determinada e, mesmo, contemplar um programa regional. Há, portanto, em curso, uma diversificação cultural que é a contra-parte de uma centralização da propriedade dos meios de comunicação. A massificação cultural tem igualmente como contrapartida uma segmentação e diversificação culturais. A MTV brasileira, por exemplo, dedica boa parte de sua programação à música brasileira, correspondente a nossos gostos culturais.

Identidade nacional. Não podemos esquecer que somos um grande país, inserido em um continente de língua espanhola, cuja parte norte é de língua inglesa. Os EUA são o maior produtor audiovisual do mundo e a Espanha se tornou o país com maior investimento de capital no país a partir de 2000. O Brasil, por sua vez, é o maior produtor cultural em língua portuguesa no mundo. O interesse que grandes investidores e grupos econômicos têm pelo nosso país coloca também um problema de ordem cultural, relativo à nossa própria identidade. Cada grande grupo midiático tende, naturalmente, a impor os seus próprios padrões culturais, quando mais não seja por familiaridade ou por economia. Vivemos em um mundo que desconhece as fronteiras geográficas. Num mundo digital, as formas de preservação

⁷³ Moraes. *Planeta Mídia*, p. 17.

de identidades nacionais derivam de identidades culturais e de empresas nacionais, onde a concorrência impera. Já não é possível fechar fronteiras, como o mundo estava acostumado a fazer até o século XX. O século XXI se abre sob a égide de uma completa alteração daquilo que entendíamos por fronteira. Trata-se, agora, de propiciar e de desenvolver formas de identidade cultural, enraizadas em nossa história e confrontadas com um mundo globalizado presente em nosso dia a dia, na rádio, na televisão, nos jornais e na internet. Estabelece-se um processo de intercâmbio, de absorção ou de mútua interação, dependendo de como cada país põe em cena seus próprios valores e suas empresas. Há hoje uma vinculação necessária entre empresas e cultura ou identidade nacional, pois o mundo digital possui uma lógica própria que interliga a economia, a sociedade, a nação e a cultura.

A produção de conteúdos é fundamental do ponto de vista do desenvolvimento da cultura nacional. Quanto mais o Brasil produzir os seus próprios programas, menos ficará ele dependente de modelos culturais importados. Se olharmos a nossa própria história, veremos que a nossa teledramaturgia, nos anos 50/60, propiciou uma representação de nossa própria identidade a partir de nossos próprios valores. Nos anos 70, o processo foi de outro tipo, com a importação de programação feita em outros países, sobretudo nos EUA, tendo como consequência, a generalização, entre nós, do modo de vida americano. Se recuperarmos agora nossa própria dramaturgia, teremos como efeito a valorização de nossos costumes, criando cultura nacional e produzindo produtos que poderiam suprir tanto o mercado nacional, como o internacional.

Estamos particularmente bem posicionados neste processo se considerarmos que possuímos uma televisão de alta qualidade e somos produtores de cultura, cobrindo, com essa produção, todo o território nacional e o unificando segundo um determinado padrão. Estamos, portanto, diante da tarefa de empreendermos o fortalecimento de uma cultura nacional num mundo globalizado. Trata-se da preservação de nossas características através de uma produção artística de qualidade em língua portuguesa. Se não o fizermos, outros padrões tenderão a se impor, sem que nenhum ato governamental possa fazer qualquer coisa contra isso, pois, nesse novo mundo, o poder dos Estados nacionais tornou-se mais reduzido. Salvo, evidentemente, se um país optar por fechar completamente as suas fronteiras, voltando a uma era pré-capitalista, com todo o seu cortejo de mortandades, como foi amplamente mostrado pela experiência comunista, com seus descendentes ainda vivos.

Um país se reconhece em suas ficções, em suas encenações de si, tais como aparecem em obras literárias, artísticas, filosóficas e científicas. Neste processo de reconhecimento, se opera uma forma de identificação que é apropriada por cada um. Com o advento e desenvolvimento da radiodifusão e, especialmente, da televisão, as imagens começaram a ganhar uma posição preponderante em relação à palavra escrita e mesmo sonora se essa não vier acompanhada das imagens correspondentes. Passamos a viver num mundo também imagético, onde a presença visual comparece como uma forma mesma da verdade. Tendemos, por assim dizer, naturalmente, a crer mais numa imagem do que num testemunho verbal

ou mesmo numa palavra escrita. Logo, ficções como telenovelas ou notícias televisivas tendem a ter um impacto e importância crescente, pois esse processo de reconhecimento se torna menos “literário” e mais “visual”. Impõe-se, portanto, que empresas, privadas e estatais, guardem um controle nacional, incluindo a produção de programas, de modo que possamos enriquecer a nossa cultura neste processo que inclui a assimilação de programas feitos nos grandes centros internacionais. Ou seja, para que o intercâmbio seja frutífero e a competição eficaz, devemos ter empresas nacionais fortes que se imponham por sua própria capacidade. É tarefa do Estado contribuir para que empresas nacionais sejam bem sucedidas em seus empreendimentos.

Por último, ressaltamos que o artigo 221 da Constituição Federal traz as linhas mestras de como deve ser o conteúdo da radiodifusão brasileira. O cidadão deve receber informações de caráter internacional, nacional, regional e local. Qualquer modelo que inviabilize o cumprimento dessa diretriz estará prestando um desserviço à cidadania. Portanto, o que se tem de verificar não é a questão da propriedade dos meios de comunicação ou a sua propriedade cruzada, mas a obediência às suas finalidades constitucionais. O modelo atual propicia esse cumprimento, pois as empresas cabeças de rede têm propriedade distinta das empresas regionais que asseguram a pluralidade e a diversidade da informação.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) –Agradeço a bela conferência do Dr. Denis Rosenfield. Vou começar a ouvir os senhores conselheiros, mas antes quero referir-me ao pensador alemão Max Weber que dizia ter certa hesitação consciente no uso de palavras polissêmicas. Como: ambiente, povo e democracia. Vou pegar emprestada uma dessas a que ele se referiu, que é democracia, e colocar uma outra, que é mercado. Mercado também é serviço, hoje, outra palavra a que Weber não se referiria, não viveu o suficiente para ver a opulência dos mercados.

Vou pedir, depois, que V. Ex^a faça um complemento de reflexão, que é o seguinte: parece evidente ao Conselho que há duas situações qualitativamente distintas. Ou seja, de alguma maneira, há preocupação em garantir que os grandes grupos brasileiros possam ser **players** no jogo internacional, porque meio de comunicação é soberania. É evidente que se deve fazer isso sem reproduzir os modelos deletérios que contaminaram a nossa trajetória histórica. É preciso apoiar, tendo como referência o interesse coletivo, mas penso que, em todos nós, há a preocupação de compreender os meios de comunicação a partir dessa visão da sua conexão com a soberania, garantirem que as grandes corporações brasileiras possam competir no cenário internacional. Queremos tudo, menos ver o horário nobre brasileiro sendo pasto das grandes corporações americanas aqui dentro.

Por outro lado, também preocupa muitos de nós, Professor Denis, o ambiente em pequenas localidades, os ambientes micro. Nas últimas legislações da Itália, a partir de 1991, está toda a legislação contaminada com a preocupação dos efeitos que os conglomerados de comunicação têm nas pequenas localidades e como interferem na democracia.

Na Normativa da FCC (Federal Communications Commission), de 2 de junho, se nota a preocupação em garantir que as grandes corporações americanas possam competir, mas também a preocupação com a afirmação da democracia nas pequenas localidades.

Penso que essa visão, essa diferença, às vezes pode significar grandes diferenças... Ou seja, é possível dotar as grandes corporações dos meios pelos quais elas poderão competir no mercado internacional, ao mesmo tempo garantindo que a participação dessas redes na democracia, nas pequenas localidades, possa se fazer no sentido de garantir o pluralismo e a independência? Isso é possível ou isso é uma contradição? Eu diria que esse é o centro das nossas preocupações.

O senhor falou no Rio Grande do Sul, eu falo em Pernambuco. Há uma cidade que tem quatro rádios e uma televisão na mão de um mesmo grupo familiar. Isso é bom ou é ruim para a democracia? Em que isso interfere na competição das grandes redes com as emissoras norte-americanas? Interfere em alguma coisa? Para que as grandes corporações brasileiras possam competir no mercado internacional é necessário que nas pequenas localidades a presença seja tão hegemônica a ponto de impedir que redes possam competir entre si? Essa é uma angulação que, espero ver no seu trabalho.

Ouçó os Srs. Conselheiros.

O SR. FRANCISCO PEREIRA DA SILVA (Representante da categoria profissional dos radialistas) – Não sei se o Professor Denis traz a posição dele ou se é uma leitura, uma constatação do que está posto, porque curiosamente, na sua fala, nunca ouvi, a menos que eu tenha falhado aqui, as palavras “sociedade”, “povo”. É sempre “mercado”, a lógica do mercado, e as pessoas hoje têm uma saída de defender a lógica do mercado tão-somente – e aí não sei se o senhor está defendendo ou fazendo uma constatação científica do que está posto, quer dizer, a lógica do mercado no mundo é essa, etc. O senhor diz, pelo que entendi, que o livre mercado é sinônimo de democracia. Então, colocado o livre mercado, estando tudo funcionando, se é bom para o mercado, é bom para o povo, por consequência.

Não entendo assim e não tenho nenhuma preocupação de, por exemplo, não querer colocar o mínimo de ideologia nisso, porque o mundo também se constitui da coragem de se pensar sob o ponto de vista ideológico.

Hoje as pessoas dizem o seguinte: “Não vamos politizar nem idealizar a discussão”. Essa é uma forma de calar a boca, de dizerem: “Calem-se, porque esse papo político...” Até o PT está nessa onda.

O senhor falou inteligentemente sobre um produto da discussão política. Falo com tranquilidade sobre esse assunto, até porque sou membro do PT regional do Distrito Federal, campeão de candidaturas e campeão de suplência pelo Partido; por isso, posso falar com tranquilidade. O senhor inteligentemente pinçou o pensamento do campo majoritário do Partido dos Trabalhadores, que fortalece essa lógica.

Nem tanto ao céu, nem tanto à terra – novamente estou falando do céu e da terra. É verdade que devemos abraçar nossas empresas, mas é verdade também que não podemos deixar escoar, em nome do mercado, o sonho, o pensamento e a liberdade.

Com relação à concentração da propriedade, usa-se do casuísmo seguinte: não existe propriedade, porque a rádio e a TV do Piauí não são do mesmo grupo. Porém, devo falar um pouco sobre a ideologia. Todos sabem que, quando falamos da concentração da propriedade, da propriedade cruzada e de outros assuntos correlatos, estamos ressaltando exatamente o conteúdo. Não estou somando as garrafinhas para saber quem é dono de quê. Sob esse ponto de vista, quero abraçar as empresas. Não sou um herói a ponto de virar Lampião – apesar de ser do Piauí, não quero ser um Lampião –, mas também não posso concordar e admitir o mercado como faz a minha mãe. Não quero que seja assim.

Considero fantástica a constatação feita pelo orador sobre o que está posto. Não é o caso de dizer que o senhor está errado ou está certo. Eu gostaria de ouvir, com igual peso, alguém discutir sobre a questão sob outro prisma, porque, pela forma espetacular e honesta como o senhor aborda o assunto, quase chega a me convencer. Quero tomar mais antídotos para não cair nessa conversa.

Obrigado.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço ao Conselheiro Chico Pereira, mas quero dizer ao companheiro que não se pode queixar de ouvir conferencistas com outras versões, pois, até agora, todos os conferencistas que convidamos pensavam de forma diferente do professor, tanto que, para que o nosso livro seja equilibrado, eu não quis reunir os debates antes de ouvir alguém que pensasse diferentemente. Ao contrário. O professor foi solitário em seu pensamento.

O SR. FRANCISCO PEREIRA DA SILVA (Representante da categoria profissional dos radialistas) – Deixe-me falar. Prof. Denis Rosenfield, não fiz qualquer observação de ordem pessoal. O senhor é uma pessoa muito simpática e abordou a questão de forma espetacular, científica, muito bem equilibrada. Não faço nenhuma crítica à sua postura, à sua análise.

A SRA. ASSUNÇÃO HERNANDES MORAES DE ANDRADE (Representante da sociedade civil) – Quero dizer que entendo a televisão como uma transmissora de conteúdo; portanto, na concessão em que deveria prevalecer o papel de transmissor de conteúdo, em que os produtores de conteúdo – quanto a isso, o companheiro Daniel, na última reunião, fez uma exposição brilhante, que incorporei ao meu discurso –, enquanto a TV é ligada à questão mercado, à questão lucro, o produtor independente estará ligado à questão criativa e à questão artística. No entanto, a televisão brasileira, pelo fato de não poder ser regulamentada, pois o art. 221 da Constituição é o que há mais tempo é bombardeado para não ser regulamentado, onde se fala, ali sim, em regionalização da programação, em

produção independente, o olhar diversificado, o olhar efetivamente democrático, num país continental, de 180 milhões de pessoas, de classes sociais, de origens diferentes e culturais diferentes e também produtivas diferentemente, onde há 27 estados, acho que o número de repetidoras só aumenta a pobreza e a concentração, porque ela é bastante diversificada e numerosa, mas o conteúdo é o mesmo, a pronúncia é a mesma dos grupos que prevalecem no Sul. E, quando faz um conteúdo paulista, recomenda-se que, por favor, tirem o “s” final para os paulistas se identificarem. E quando fala a pronúncia nordestina, nortista, e temos contatos com esses povos depois, eles perguntam onde conseguiram aquela pronúncia do Ceará, de Belém, que eles também querem aprender. Vi a novela de Goiás, e quando ia para lá, onde eu produzia cinema, as pessoas me perguntavam onde as pessoas conseguiram aquele linguajar do goiano, que não era deles.

Então, aí está a multiplicidade, a diversidade, a democracia. Do ponto de vista quantitativo, que, aliás, me remete a outra análise. À medida que os concessionários, na maioria, estão no Parlamento, naqueles que fazem as leis e dão as concessões, a quem assessoramos hoje, mas este Conselho aqui levou 13 anos para ser instalado, perdendo parte dos objetivos e características que tinha inicialmente, porque não interessava também que tivesse este Conselho, as emissoras que, digamos, são democráticas, variadas, impediram até quando precisaram aprovar a entrada do capital estrangeiro, de 30% a 40%, queriam mais, ficou 30%, e que houve um acordo político porque, para poder ir rápido, eles ganhariam de qualquer forma, porque seria votado, tínhamos a lista dos votantes a favor, porque nós, produtores independentes, como o senhor recomenda, achávamos que não devia entrar capital estrangeiro, até para mantê-los genuinamente brasileiros, mas quem quis que entrasse o capital estrangeiro foram as empresas de mídia. Nós, produtores independentes, que queremos sim a diversidade, a democracia, dizemos: não, não pode. À medida que eles já tinham o número de votos suficientes para aprovar, o que podíamos fazer era postergar. Como era ano eleitoral, se postergasse, cairia no segundo semestre eleitoral, portanto, iria para outro ano, que era o nosso objetivo, já que não queríamos que houvesse capital estrangeiro nas nossas empresas de mídia. Nós, não os concessionários, nós, os produtores independentes, os criadores, os artistas. E foi aí que houve o grande acerto, de que não podemos tratar neste momento, porque estamos no ar. E vieram instruções para que se votasse, sim, no primeiro semestre, pois, no segundo, não aconteceria, e não poderia atrasar – eles já tinham os votos. Como atrasaríamos o processo, o acordo foi feito apenas para que isso não ocorresse no Parlamento, onde eles têm maioria de votos.

O que aconteceu? Num ato magnânimo do Congresso, eles concederam, em troca – já que iríamos perder, que haveria capital estrangeiro na televisão, mesmo contra a nossa vontade –, que fosse instalado o Conselho de Comunicação Social e regulado o art. 221 da Constituição, que fala em regionalização e em produção independente.

Na realidade, o que houve? Conseguimos instalá-lo – tanto que, nesse processo, sou conselheira –, depois dos treze anos que a Constituição pedia, e por duas, três, quatro, cinco vezes todas as entidades se reuniram e levaram os nomes

consensuais para o Conselho. Mas virávamos as costas, algo acontecia e sumia no ar. Tinha que voltar toda a organização; eram mais dois, três anos. Essa é a democracia que estamos vendo aqui.

Quando saiu o Conselho de Comunicação Social, não saiu a regulação do art. 221, porque o Congresso disse: o Conselho vai nos orientar, ajudar e vamos regular. E o que aconteceu? Ficamos dois anos com o projetinho na Câmara Federal para poder passar da regulação do art. 221, que já estava há quinze anos parado. Em 2003, conseguimos votar, num esforço, em troca de deixar entrar o capital estrangeiro nas empresas de mídia – esse que o senhor e nós não queremos que entre, mas as empresas de mídia queriam.

Vejam que interessante a contradição. Durante dois anos, essas forças que acordaram conosco sobre o Conselho de Comunicação Social e a regulação do art. 221, fizeram o **lobby** tradicional, que já faziam há treze, quinze anos, para não sair o artigo, para não sair a regulação. E fizemos um esforço extraordinário, porque nunca temos dinheiro por não conseguirmos trabalhar, porque os concessionários fazem tudo – a produção independente, a transmissão – e não sobra nada para o criador, para o produtor independente. Mas o que aconteceu? Conseguimos trazer boa representação de criadores, artistas, etc., até das concessionárias. Eles vieram porque entenderam que a questão da democracia e da regionalização era importante para a democracia do País.

Graças a esse trabalho de pressão, entregamos todos os anéis – o que sobrou é o mínimo do mínimo do mínimo, mas dissemos: é o mínimo que pode regular, sim, o art. 221 da Constituição. Por que só não esse artigo? Por que o art. 224 foi regulado e transformado em uma PEC? Teve até de se modificar a Constituição! E por que o art. 221, que fala em produção independente e regionalização, que é a democracia, não podia? Porque o art. 224, sobre a interferência feita de entrada de capital estrangeiro não é em favor da democracia da empresa brasileira, como o senhor apresenta e também defendo. Isso é interessante e deve complicar um pouquinho a análise desses dados.

Mas há outras coisas que também gostaria de apresentar: por que as TV educativas vivem miseravelmente? Por que estão sempre na miséria? Será que também tem a ver com o fato de que as leis são feitas por esses legislativos que não querem competição da tevê educativa para o seu **marketing share**? Vamos considerar. O número é interessante. Vamos pegar o dinheiro, até dinheiro do Governo, da Secom, dinheiro que agora o Luiz Gushiken distribui. Vão 75 ou 78 para uma única emissora de televisão e pouco mais de 20 para as demais que o senhor enumerou aqui.

É muito interessante também. O senhor tem esse dado, e eu gostaria de tê-los; vou até consultar seu documento. Mas quanto vai da Secom para essas empresas particulares de radiodifusão, e, no Orçamento do Governo, para as TV educativas? Esse é também um bom elemento para refletirmos.

Vamos ver que não há interesse algum em fazer com que, aos poucos, a população brasileira consiga ligar-se ao conteúdo que elevará a sua alma, o seu espírito, a sua cultura. Audiência também se faz pelo que se oferece. Se eu reduzo a condição de uma TV premiadíssima como a TV Cultura, que ganhou inúmeros prêmios com programas infantis de alta qualidade, de respeito à criança e à família, se essa TV não tinha dinheiro nem para consertar a caixa d'água, será que o conteúdo que ofereço para a população brasileira não a leva a querer ver aquele nível de programa que é oferecido?

Conheço um curta-metragem, premiado à exaustão no exterior, chamado “Ilha das Flores”. Acho que vou trazê-lo, que tem 15 minutos, é brilhante, divino, maravilhoso, de um diretor famosíssimo que trabalha nas televisões hoje. Esse curta-metragem, para mim, esclarece muito a questão da audiência, pois mostra um depósito de lixo, onde, prioritariamente, os porcos do dono do terreno do lixo se alimentam. Daí, quando os porcos estão satisfeitos, eles são retirados daquele terreno e a população, em fila, está esperando; quando os porcos saem, ela entra para retirar o resto que sobrou. Considero que a audiência da televisão brasileira é esse lixo e a população não tem opção: ou vai nele ou morre de fome. E o seu espírito também tem fome. E ela vai e consome. Faz até fila, compra e paga a TV para ver o lixo. Isso explica, para mim, quando dizem: “Como e por que ver?” É por isto: ela tem de ver alguma coisa, ela tem de comer. Então, os porcos entram, limpam tudo e aí vem a população e pega o resto do resto do lixo.

Outra coisa que eu queria mencionar também é essa questão que acho fundamental, de ver por que as TV educativas não crescem se, quando trabalham, os produtos são de grande qualidade. Acho que essa é uma preocupação que o intelectual deveria ter para analisar e nos passar.

Finalmente, eu queria mencionar que, quando o senhor diz que temos de fortalecer as empresas nacionais – concordo e repito, já disse umas quatro vezes que é para não dar a impressão que é este grupo que quer; não, eu quero –, quero fortalecer o produtor independente, o empresário também. Sou empresária há 40 anos e não consigo colocar o meu produto na telinha. Sabem quantos de produção independente – independente é de quem trabalha fora, é a criação, não é o transmissor –, a televisão maior, hegemônica, leva ao ar por ano? Um por cento da programação. Esse é o pedaço das empresas produtoras independentes do audiovisual.

Acho, Sr. Presidente, que devemos cuidar, trabalhar para que essas empresas que sobrevivem no sacrifício, mas que não estão no vermelho, e fazem esses filmes – o senhor conhece muito bem, porque é do Sul, da resistência do cinema brasileiro, essas têm de ser fortalecidas mesmo, para evitar que continue esse conteúdo nas nossas salas de cinema. Desculpe-me se me alonguei, mas esse assunto me é muito caro, não no sentido monetário.

O SR. RICARDO MORETZSOHN (Representante da sociedade civil) – Obrigado, Sr. Presidente. Eu parabeno a bela exposição e o belo trabalho desenvolvido pelo Professor Rosenfield. Sem dúvida, foi um discurso muito bem

articulado, muito competente. No entanto, eu gostaria de suscitar algumas questões sobre o lugar que ocupo neste Conselho. De que lugar estou falando? Eu falo do segmento da sociedade civil. Nesse sentido, eu gostaria de ir um pouco além do que foi tratado pelo companheiro Chico Pereira.

Eu sou um brasileiro preocupado com as questões sociais, políticas e culturais, etc, do meu País. Entendo perfeitamente que um país como o Brasil, como qualquer país, deva defender intransigentemente suas empresas, principalmente nesse mundo, hoje, com essa globalização a que somos submetidos. Entendo e defendo isso, o que penso ser fundamental nos diversos segmentos e áreas econômicas.

Quando se coloca essa questão que o senhor nos traz, do dilema entre as empresas nacionais versus a entrada de empresas estrangeiras, como uma questão de soberania nacional na comunicação social, eu acredito que há um diferenciador na comunicação social. Essa é a minha grande dificuldade, talvez por não pertencer organicamente à área da comunicação social; ela não é o meu negócio, o meu trabalho. Assim, tenho dificuldade de entender como isso é tratado, por vezes, somente como uma questão de **business**. Nesse sentido, penso que, quando o senhor nos põe nessa encruzilhada, não é sua fala – eu já a conheço de outros carnavais –, fico pensando se não é uma maneira de colocar a sociedade como refém de uma situação para a qual não tem saída. É evidente que se sou consumidor, e não cidadão – no caso em que o senhor estava dizendo, que podemos ser cidadãos ou consumidores.

No caso, eu, como cidadão, recuso-me a ser refém dessa situação. Eu, na condição de cidadão, não tenho nada a ver no sentido de negócios. Tenho a ver no sentido da soberania do meu País.

Estou querendo fazer uma provocação para o senhor, no seguinte sentido: qual a possibilidade de saída para a população, qual a possibilidade de saída para a sociedade em uma questão que diz respeito substancialmente às suas vidas? Posso entrar com outras categorias de análise, como falar de subjetividade, da fundação da subjetividade, que se dá na relação com a cultura, com o social, enfim, e como a mídia nos atravessa nessa questão.

Então, se isso é abordado como um problema – eu o estou dizendo e queria que o senhor depois falasse um pouco sobre isso, como pensa – para a sociedade, qual a forma, como posso anunciar o meu projeto de vida?

Já que o senhor falou na cena pública, trata-se de uma cena pública que diz respeito a empresas multinacionais **versus** empresas nacionais. Como eu, na condição de cidadão, membro da sociedade, sem empresa, anuncio o meu projeto de vida? Como tenho acesso à palavra, para dizer o que quero ou o que não quero, se se trata de negócios?

Eu, Ricardo Moretzsohn, posso, neste momento, estar aqui, por uma condição especial, tendo acesso à palavra num espaço público. Mas quero saber como é que a população pode opinar sobre isso?

Quando o senhor fala dos programas religiosos, que os católicos têm mais retransmissoras, mas os evangélicos compram mais, isso não se resume a uma questão de evangélicos **versus** católico. E se eu for umbandista, se eu for espírita? E se eu for mulçumano, que espaço tenho? Como é que posso anunciar isso? Quer dizer, que eqüidade temos?

Então, é realmente uma questão de negócios, é uma questão empresarial, de quem pode e detém o poder econômico ou não.

Estamos falando de algo – que me contaram e aprendi – que trata de concessão pública, e o disposto na Constituição é que deve ser o caráter dela ou seus objetivos.

Por fim, eu gostaria que o senhor nos dissesse, talvez, na seqüência disso, quais as possibilidades políticas para a comunicação social no Brasil – não sei nem se eu diria de uma política pública. O que poderia ser uma política pública para a comunicação social no Brasil?

Tenho experiência de participar de organismos de controle social em outras políticas públicas, como, por exemplo, na saúde, na educação. O senhor, na sua fala, disse que o País, apesar de arrecadar tributos brutalmente, não dá conta de questões básicas e citou inclusive saúde e educação. Mas creio que temos avançado muito, tanto na saúde quanto na educação, principalmente a partir do momento em que, nessas políticas públicas, a sociedade se fez presente e começou a dizer o que quer e o que não quer, onde e como gastar o dinheiro. E no sentido da comunicação social, qual a possibilidade que o senhor vê nisso?

Por fim, o meu alento, Professor, é que o senhor possa nos dar um indicativo em relação a isso. Realmente, essa situação de ficar refém, de ficar nessa encruzilhada entre o capital nacional e o capital estrangeiro, para o cidadão, também talvez até para o consumidor, não seja prioritária. Obrigado.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – Responder todas as questões que me foram colocadas, seria como se eu fizesse uma outra exposição. Então, vocês vão me desculpar a brevidade nas respostas, para que possamos ter uma boa discussão.

Vamos começar, então, pelo útil. Não cabe ao filósofo dar alento; é uma coisa que aprendi na universidade. A função maior do filósofo, do intelectual, no meu caso, seria apresentar o problema e equacioná-lo.

O SR. RICARDO MORETZSOHN (Representante da sociedade civil) – E perseguir a verdade.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – E perseguir a verdade. Portanto, essa seria a questão fundamental.

Mas, vamos situar alguns pontos que são muito importantes e interessantes, colocados por vocês. Em relação ao que você coloca sobre as outras

religiões. Nada impede que outras religiões pleiteiem também uma concessão para exploração de uma emissora de televisão. Quer dizer, se uma sociedade de umbanda se organiza nesse sentido, de minha parte, não haveria nenhuma dificuldade. Estou me referindo ao fato de que hoje temos emissoras evangélicas e emissoras católicas que são as mais organizadas do País. Isso faz parte da competição, faz parte, eu diria, tanto de uma sociedade de mercado, quanto da luta política, quanto da luta no que diz respeito à disputa pela consciência religiosa. Ou seja, a organização da sociedade se faz por grupos organizados.

Você sabe que, recentemente, a CUT comprou um tempo de televisão, ela entrou no debate. Acho legítimo que a CUT compre um tempo de televisão para transmitir a sua mensagem. Isso faz parte da sociedade democrática. Portanto, a sociedade democrática se organiza na medida em que as pessoas fazem valer seus direitos. Tanto que vimos, na esfera salarial, funcionários públicos são funcionários que têm benefícios, muitas vezes, maiores – sou funcionário público, também, sou professor universitário –, do que a outra parte da população. Por quê? Porque são mais organizados, entre outras razões. Isso é absolutamente central.

Segundo ponto que vai retomar a questões também de outro colega. Não acho – e vou dizer o que penso – que haja saída para as sociedades democráticas fora de sociedades de mercado. Ou seja, as experiências nos mostram que as sociedades de mercado desenvolvidas foram as sociedades que produziram a democracia. Agora, daí não se segue que a defesa da sociedade de mercado se traduza pela defesa de um único modelo. Essa é uma outra questão. O modelo sueco não é o mesmo do modelo americano. As duas são sociedades de mercado. O modelo francês não é o mesmo do modelo americano, pelo contrário, tem diferenças enormes. Então, são as sociedades que conseguiram resolver questões de bem-estar social, conseguiram resolver questões de educação, conseguiram resolver questões de saúde, entraram em diferentes tipos de interação, no que diz respeito à função do Estado, e no que diz respeito à função da sociedade.

Então, quando entramos nessa discussão, não significa dizer que, se temos tal modelo de mercado, no Brasil, ele seja o único modelo de mercado possível. Quer dizer, essa é a questão que está sendo mal colocada, pois, quando se pensa em sociedade de mercado, se diz que a sociedade de mercado é apenas aquela sociedade. Não. A Suécia é um país de bem-estar social, não? Não há miséria lá. É uma sociedade de mercado? É. É uma sociedade de grandes empresas? É, estão até disputando aqui o mercado da FAB, a Volvo. E podemos dar outros exemplos. A França é uma sociedade de mercado? É. É uma sociedade onde o estado é forte? É, também.

Então, acho que a disputa é uma disputa interna a uma sociedade de mercado, não é uma disputa externa à sociedade de mercado. Ou seja, todos os projetos políticos que se situaram numa alternativa de eliminação do mercado, foram aquelas sociedades que se traduziram por experiências totalitárias ou por experiências altamente autoritárias, dependendo do modelo que poderíamos discutir. Sobre isso gostaria de dizer que, uma sociedade de mercado, uma sociedade capitalista oferece várias formas de organização social e política. E é a

democracia precisamente o regime que possibilita a discussão sobre essas diferentes formas e alternativas.

No que diz respeito à entrada de empresas estrangeiras no mercado, como o senhor aborda, não tenho nada contra. Trinta por cento das empresas nacionais têm capital estrangeiro. O problema é o controle. Não é simplesmente a questão da entrada. O fato me chama muito a atenção, porque a emenda constitucional que possibilitou a entrada do capital estrangeiro na mídia foi aprovada por todos os partidos políticos, salvo o PDT. Então, foi uma posição que não sei se foi o campo majoritário ou minoritário. Não entraria na discussão específica. Mas todos os partidos a aprovaram.

Quanto ao que o senhor mencionou sobre as TV educativas, há uma questão que gostaria de extinguir. Há TV educativas privadas e públicas. Estou de acordo com V. Ex^a, quando elogia a TV Cultura de São Paulo. Mas isso não é um problema das empresas privadas. É um problema do Poder Público no Brasil. Não se fortalece empresa pública brigando com empresa privada. Pode-se fortalecer a empresa pública por uma política de empresas públicas estatais. O problema é que os Estados brasileiros – refiro-me às Unidades da Federação – muitas vezes não privilegiam as suas empresas estaduais, que são as estatais, no caso das tevês, por exemplo, que seriam excelente mercado para os produtores independentes.

É o problema do destino dos recursos, da disputa pelos recursos. O problema é que, quando há discussão sobre uma TV, parece que isso fica na rabeira, como se diz. É o último problema e as migalhas no Orçamento. Ora, cabe precisamente à sociedade organizada disputar esses recursos ou inclusive exigir maior compromisso de seus candidatos do ponto de vista do fortalecimento das televisões públicas estatais.

A questão das educativas privadas também poderia ser objeto de discussão. Mas não é um problema da regulamentação que decide isso, embora possamos ter uma determinada cota no que diz respeito à regionalização. O Brasil é um País extremamente díspar. Ou seja, o que vale para o Nordeste não vale para o Sudeste, o que vale para o Sudeste não vale para o Sul. Então, é realmente muito difícil estabelecer – é uma questão de estudo empírico – que a produção regional possa ser também fortalecida.

Mas o que temos são empresas regionais. Falamos de redes e empresas no interior de cada rede. Nada impede que as empresas privadas no interior de cada rede desenvolvam maior programação regional. Isso é perfeitamente possível. No meu Estado, isso ocorre em várias emissoras. Ocorre na Guaíba, na RBS, no Grupo Pampa. Também ocorre em alguns Estados como São Paulo e no Rio de Janeiro. Então, é difícil fazer uma legislação que contemple aqueles que nada fazem a esse respeito e aqueles que tudo fazem. Logo, que se estabeleça algum tipo de marco regulatório que também contemple aqueles que já têm produção nesse sentido.

O SR. GERALDO PEREIRA DOS SANTOS (Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo) – Obrigado, Sr. Presidente. Antes de

tudo, parablenzo a palestra do professor e filósofo Ricardo, muito bem estruturada. Mas eu faria algumas provocações e algumas considerações. A primeira é deixar claro para nós, adultos, maduros e vacinados, que devemos desmistificar a questão do tratamento político e ideológico do assunto. A questão, professor, é ideológica, sim. E é política também. A Constituição Federal de 1988 previu a implantação deste Conselho. E as dificuldades que o Conselho enfrenta, muitas vezes, para desempenhar seu papel, são questões ideológicas e políticas, verdadeiramente. Os assuntos aqui tratados têm a ver com informação e com comunicação de massa, e estão constantemente em tensão. Radiodifusão comunitária, TV comunitária, liberações de novas concessões e renovações.

Há pouco tempo, disse na última reunião, assistimos a troca de editais em jornais de grande circulação no País acerca do assunto, resgatando inclusive questões históricas de televisões e da comunicação social no Brasil como um todo. E observamos isso principalmente com um diferencial. Qual o produto gerado pelos meios de comunicação social, seja escrita, radiofônica, televisiva, as novas mídias, como V. S^a colocou? Que produto é esse? É um copo? É um parafuso? É um carro? Pode ser comparado com alguns desses produtos? É evidente que não. E quando V. S^a colocou que vários países – seu antecessor, o Professor Alexandre, também lembrou o fato – muito mais democráticos e desenvolvidos do que o nosso possuem instrumentos e políticas específicas apontadas para o setor de comunicação social, é evidente que também precisamos de um tratamento específico para isso, o que não significa a destruição de nossas empresas. Ao contrário, pretendemos fortificá-las. Mas levando em conta o produto fabricado, gerado por empresas jornalísticas, de rádio, imprensa televisiva, não importa, qualquer uma delas, que é o diferencial. Qual é o impacto, qual é o resultado desse produto? É eu pegar esta xícara e beber o café? É eu dirigir meu carro? É completamente diferente, V. S^a sabe. E não estamos colocando aqui que V. S^a não tenha noção disso ou não tenha colocado de forma enfática em sua fala. Colocou. Mas, a fim de que fique claro, precisamos esclarecer, até para quem está nos assistindo, que o produto gerado pelos meios de comunicação deve receber um tratamento diferenciado. É questão de interesse nacional, de segurança nacional. Definitivamente. A informação e a comunicação são questões de segurança nacional em qualquer país que se preze. Em qualquer um dos que V. S^a citou e em muitos outros.

Com relação aos dados colocados por V. S^a, com todo respeito, a Matemática é exata e não há como questionar os números. Estão aí. Acredito, não vou duvidar, são reais. Posteriormente, veremos o restante de seu trabalho. Podem, a meu ver, dependendo da perspectiva, de uma ou outra interpretação em relação a concentração, propriedade cruzada, trazer benefício ou não à sociedade. Dependendo do prisma e da perspectiva em que se olha e se analisa, existe um resultado ou outro para a sociedade. No campo mercadológico, de que estamos aqui tratando, o interessado é o consumidor, o usuário. O que compra o jornal, o que liga o rádio, o que compra a revista, o que liga a televisão, o que acessa a Internet, compra o computador. Esse é o usuário, o final de tudo. É o cidadão, que em algum momento de sua fala V. S^a colocou.

Assim sendo, com todo respeito, repito, não acredito que os dados estatísticos reais, 2001, 2002 e 2003, venham a nos tirar da consciência essa aflição de que temos no Brasil uma situação complicada de concentração de mídia e de propriedade cruzada que não vem sendo, ao longo da história, um benefício para a sociedade. Na verdade, não é uma conclusão definitiva, é apenas uma impressão pessoal, com todo respeito aos seus dados e à sua explanação.

Antes de fechar, Presidente, permita-me, só para deixar bem claro. Precisamos, definitivamente, neste Conselho principalmente, identificar esse diferencial que coloquei: o produto da informação da comunicação é completamente diferente de qualquer outro produto de qualquer outra empresa que se fabrique neste País. E, aliás, outros mercados, outros segmentos produtivos são muito bem cuidados pelos governos, este e os anteriores: reduções de impostos, estão lá brigando para acabar, dizimar barreiras de impostos e de entradas de produtos mercadológicos e de variados tipos e funções no País.

Evidentemente, concordamos com o senhor quando coloca, porque não, também a nossa informação, nosso mercado de comunicação, sim, mas não podemos confundir isso com uma completa desregulamentação, ou deixar que façam o que querem fazer. Não é assim, é questão de segurança nacional, de interesse nacional. O Governo, o Estado, de forma habilidosa e inteligente, precisa interferir e intervir de forma construtiva, não destrutiva, não censura, vamos dizer assim. Mas, é um meio, uma situação de mercado, um segmento produtivo que é um poder, melhor dizendo, e, por ser um poder, tem repercussões inimagináveis e imensuráveis para toda a população. Obrigado.

O SR. PAULO MACHADO DE CARVALHO NETO (Representante das empresas de rádio) – Sr. Presidente, eu gostaria de cumprimentar o Professor Denis Rosenfield, pela magnífica exposição que nos fez, pela veracidade dos dados que nos apresentou, e pedir a atenção aos companheiros de que entendam as coisas à luz da razão, e não que possamos de alguma forma conduzir o assunto de uma maneira preconcebida. Entendo que a função deste Conselho de Comunicação é analisar todos os fatos e as colocações das pessoas aqui convidadas para que possam aqui se manifestar.

É evidente, Sr. Presidente, que eu não poderia deixar passar essa oportunidade sem, com todo carinho, com toda a delicadeza, poder responder à Conselheira Assunção de que não fazemos um mau produto, fazemos um excelente produto. A televisão e o rádio brasileiros são de excelente qualidade. E lhe digo isso, Conselheira, até para defender a profissão que tenho há 42 anos. Sou radialista profissional há 42 anos.

Tenho uma preocupação muito grande, Sr. Presidente e Srs. Conselheiros, quando aqui ouço falar em segurança nacional e interesse nacional. Isso me causa uma certa espécie, porque, ao longo da minha vida profissional, lamentavelmente fui obrigado a ouvir algumas vezes que isso ou aquilo era de interesse ou de segurança nacional. Então, vamos tentar trocar eventualmente

essas palavras, porque acho que, de alguma forma, elas ferem aqueles que, como eu, viveram essa época.

Quero ressaltar também, Sr. Presidente, que certamente não foram as empresas de radiodifusão responsáveis pela não-implementação do Conselho de Comunicação Social. Entendo que este é um assunto privativo do Congresso Nacional e pudéramos ter a força, Conselheira, que V. S^a imagina que temos. Gostaríamos de poder ter.

Quero ressaltar mais um aspecto que acho importante: enquanto as empresas de radiodifusão têm 30%, ou podem ter até 30%, do seu capital na mão de capital estrangeiro, é importante que se ressalte que a produção independente não exige qualquer tipo de restrição. Qualquer empresa estrangeira pode sediar-se neste País com mão-de-obra estrangeira, com orientação estrangeira e produzir o que quiser aqui sem qualquer tipo de restrição. Então, se amanhã, neste País, os grandes conglomerados produtores de conteúdos internacionais aqui vierem a se instalar, certamente, Conselheiro, irão concorrer com os seus 40 anos de trabalho, mas com uma tecnologia e um poder de capital que certamente será muito difícil combater.

Então, eu gostaria de deixar muito claro que as empresas de radiodifusão brasileiras possuem, sim, uma limitação de até 30%. Porém, a produção independente, não. É importante que se ressalte isso não só para conhecimento de alguns conselheiros, mas, como se diz sempre, para o grande público que nos acompanha.

É isso, Sr. Presidente.

A SRA. BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Boa-tarde a todos! Professor Denis, eu gostaria de lhe agradecer e parabenizar a sua disposição de vir aqui conversar conosco nesta tarde e dizer que é sempre um prazer poder ouvir e mais ainda conversar com um filósofo. Penso que se estamos aqui falando de competência, eficiência, o senhor pode-se considerar plenamente exitoso porque trouxe para todos nós bastantes dúvidas e indagações, e não é nada diferente o que tenho a colocar. Creio que é isso o que quer um filósofo.

Quando o senhor se refere à competição como elemento central de qualquer sociedade livre, mesmo com o adendo de explicação na primeira resposta, digo sobretudo que a democracia é que possibilitaria a decisão sobre o sistema político e econômico, mas que, fundamentado nessa liberdade competitiva, como o senhor veria a questão da China, em as coisas acontecem de um modo um pouco diferente? Quer dizer, compete-se, trata-se de uma sociedade de mercado, mas, no entanto, o autoritarismo é conhecido.

O senhor diz, na seqüência, que a audiência é resultado da competição e que, assim, a audiência, o êxito, a concentração da audiência não poderia ser punida, porque ela seria resultado do êxito nessa competição. Ocorre que, como

também colocou a própria Assunção, a audiência é um fenômeno complexo. Ela se dá, segundo o Geraldo esboçou, como fenômenos de subjetividade.

Como é que se conquista uma audiência como a Globo? Como é que se elaborou essa programação? Como é que se elaborou esse sistema, esse padrão de qualidade, técnico, artístico, estético, dramático, senão com recursos? E de onde vieram esse recursos?

A história da Rede Globo, em especial – já que volta sempre a ser o nosso exemplo aqui –, a história de seus empreendedores está publicada. Todo mundo a conhece. Quem pagou o primeiro satélite? Quantos investimentos, renúncia fiscal para a compra de equipamento, isenção de IPI, isenção de imposto de exportação! Durante anos a fio, isenção de luz, enfim, uma série de coisas. Digo isso em especial, porque, neste momento, sabemos que as dificuldades, como o senhor bem coloca, não são brasileiras, mas fazem parte de uma conjuntura, de um panorama mundial e que, em especial, aflige essa nossa grande empresa, que está também pleiteando publicamente recursos – mais uma vez recursos públicos – não insignificantes, que eu lhe pergunto: deveriam ser investidos em uma única empresa a ser fortalecida, ou deveriam ser investidos em uma política industrial para o segmento que contemplasse a todos? O que seria melhor nesse panorama globalizado?

Ao mesmo tempo, sinto que o senhor coloca a globalização, enquanto transformação econômica mundial, de forma dogmática. Não adianta discutir, não está acontecendo só aqui: coisas que fizemos aqui não vão alterar lá fora e coisas que aconteceram lá fora serão determinantes aqui. Quer dizer que não temos saída?

Quando digo isso, não me refiro aos meios de comunicação, mas ao setor siderúrgico, ao setor agropecuário, etc. Temos que entrar na Alca, aceitar o que os Estados Unidos querem, com as proteções tarifárias e alfandegárias deles e nenhuma nossa? Temos de abrir o nosso mercado da forma como eles querem para isso ser válido também para os meios de comunicação?

Eu sinto a questão da globalização colocada de forma dogmática.

V. S^a coloca que o mais importante é analisar as condições de concorrência que as empresas brasileiras terão no mercado nacional e internacional. Concordo que estamos conscientes de que excessos para qualquer lado podem causar prejuízos significativos para a Nação, que é o conjunto das pessoas – e hoje não se pode mais dizer apenas pessoas físicas.

Ao mesmo tempo, é preciso colocar que o País desejou a entrada do capital estrangeiro, entendeu que seria vantajoso. Para isso, alterou a Constituição, com maioria, aqui no Congresso Nacional. No momento em que se coloca o perigo da desnacionalização, não podemos ignorar que ontem desejamos isso.

E mais: este Conselho teve um papel muito importante na não-desnacionalização do segmento de TV a Cabo, quando recomendou ao Congresso que não aprovasse o projeto do Senador Ney Suassuna, que previa a entrada de

100% do capital estrangeiro no segmento de TV a Cabo. Trouxemos todos os atores do segmento para discutir e analisar alternativas, para traçar um diagnóstico e chegou-se a esse veredicto, no caso dessa atividade.

Eu, até bem pouco tempo, presidia a TV Educativa do Estado do Paraná. Realmente, são 16 geradoras e ainda existem várias outras retransmissoras. No momento, já não me encontro à frente daquela TV, mas tive a oportunidade de, com a compreensão do Governo do Estado, fazer investimentos significativos na transmissão. Concorro que a TV Educativa, a TV Pública brasileira precisa de investimentos, sobretudo porque, apesar de ter o mesmo critério de concessão de outorgas, ou seja, critérios estritamente políticos, quando o senhor fala “para detentores privados”, não são empresas, mas fundações sem fins lucrativos. São privados...

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – Utilizei mal a expressão: “não públicas”.

A SRA. BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Exatamente. Não públicas, mas sem fins lucrativos. Isso é determinante.

Senhor Presidente, já concluo. Mas isso é fundamental na elaboração de uma escala para esse segmento que lhe dê possibilidade de absorver a produção independente brasileira, e assim dar vazão a essa diversidade, ao multiculturalismo, que não interessa economicamente às redes privadas.

Mas não é possível, porque ela não pode passar publicidade e está sendo concedida com critérios políticos. Quer dizer, não existe também uma política pública para radiodifusão educativa.

Finalmente, V. S^a joga para nós a pergunta sobre o consumidor. Diz que o espectador pode ser tanto cidadão quanto consumidor. Pergunta: por que politizar a questão. Penso que o espectador, na realidade, não está isolado. Um espectador, mais um espectador, mais um espectador, formam o **target**, só para usar uma expressão de mercado. Então, V. S^a já cai em sua primeira afirmação, ou seja, quando dizia que se tratava – na questão da comunicação social – de pensar quem fala em nome de quem, de como se conquista a opinião pública, a consciência das pessoas. Um grupo de espectadores forma a opinião pública. Não se pode tratá-la uma hora como opinião pública e outra como mero expectador. É por isso que a questão se politiza.

Creio que, na realidade, é isso. Muito obrigada.

O SR. ROBERTO WAGNER MONTEIRO (Representante das empresas de televisão) – Sr. Presidente, farei breves considerações.

Quero cumprimentar o Conselheiro Paulito pela indicação do Professor Denis. De fato, vimos que foi um trabalho de fôlego. S. S^a preparou e foi uma honra tê-lo conosco durante esta tarde.

Professor, falarei a respeito de coisas bem pontuais e rápidas.

Inicialmente, quero ficar ao lado do Conselheiro Paulito na defesa da programação das nossas televisões. De fato, a expressão lixo é muito forte. A programação de nossas televisões abertas é respeitada no mundo todo. Darei dois exemplos: a transmissão da Fórmula 1 feita pela Rede Globo é considerada, pelos especialistas, a melhor de todo o circuito. Falo da melhor colocação de câmeras e da melhoras tomadas. Outro exemplo: a **Rede Record** Internacional, que entra no Japão, é um sucesso junto aos brasileiros, filhos de japoneses, que moram naquele país. De sorte que é preciso deixar aqui, mais uma vez, para as pessoas que nos estão vendo e ouvindo, que é um orgulho para todos os brasileiros a qualidade da programação de nossas televisões.

Falarei sobre a questão da audiência. Lembro-me – e não vou citar o nome – de que tínhamos uma afiliada muito poderoso na Bahia. Nessa época, eu trabalhava na **Rede Manchete**. Ele me disse: “Quando o controle remoto já vier inserido nas televisões (...)”. Sou do tempo em que não existia controle remoto. Você tinha que levantar e mudar os canais. Quando o controle remoto passou a vir, como hoje, acoplado às televisões, as pessoas foram libertadas. A audiência de quem está na frente merece palmas, parabéns, é sinônimo de qualidade. Tirando os excessos, a audiência reflete a qualidade, a competência das pessoas. Abro um parêntese para dizer que a audiência média da **Rede Globo** é em torno de 32 pontos. É uma média. A sorte é que 68 ficam com as outras.

Quero insistir também, Professor Denis, na questão das novas tecnologias que vão transmitir conteúdo: Internet, etc. A Constituição foi muito sábia. Tirando os sistemas financeiros, que têm um capítulo específico – que é muito global –, só a comunicação social mereceu, no texto constitucional, um capítulo específico, tal a preocupação do legislador, do Constituinte de 1988, com o nosso trabalho, com os meios de comunicação. Na Constituição está muito claro, no art. 222, § 3º: “Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221”. De sorte que qualquer meio de transmissão de conteúdo, por qualquer meio eletrônico, terá que se adaptar ao Capítulo da Comunicação Social.

Essa é a razão pela qual as TV chamadas de Satélite DTH, que é o mesmo que TV a Cabo, conseguiram na legislação que se desse a elas o caráter de serviços de telecomunicações, o que não são. São serviços de radiodifusão e terão que ter todos aqueles serviços, de Internet ou não, quando forem transmitir conteúdo, adaptados ao capítulo da Comunicação Social, que prevê a cultura e todo o arcabouço jurídico que defende a comunicação social no texto constitucional. Ficou dúvida, e falo mais para quem está em casa, no fato de que é possível a Internet burlar a legislação constitucional e não se querer adaptar às exigências do Capítulo da Comunicação Social. Não pode! É o §3º do art. 222.

Quando falei rapidamente sobre a questão da verba publicitária do Estado, é evidente que não quis dizer “se a emissora X tem 32%, terá que ter 32%”. Não. Os 32% de qualquer emissora são um parâmetro para o uso da verba do Estado. O Estado tem que ter uma preocupação técnica, não pode ser política. O Estado que usa verbas publicitárias com conteúdo político não age bem, porque, lá pelas tantas, pode fazer o emprego de acordo com os seus interesses políticos. O cidadão, não! O cidadão tem que ter a proteção. E está na Constituição: “a proteção do cidadão é muito mais do que uma proteção política”.

Em relação à questão da propriedade cruzada, das outras vezes, disse: a propriedade cruzada não está prevista na Constituição; portanto, não é proibida. Então, quando se fala em propriedade cruzada, é uma tese acadêmica, porque não existe no mundo jurídico. A nossa Constituição permite a propriedade cruzada.

Era só isso, Sr. Presidente.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – Obrigado pelas questões e provocações dos diferentes Conselheiros. Gostaria também de fazer algumas considerações.

Também compartilho da opinião de que a produção própria brasileira é de muito bom nível. Não dá para equiparar em tipo de “lixo”, que creio ser uma expressão um pouco exacerbada, um pouco forte. Temos uma produção muito boa. E até gostaria de assinalar uma questão que me foi solicitada pela sua consideração e que volta aos diferentes comentários.

Temos, no Norte, a grande produção em língua inglesa. Temos em torno de nós a produção de língua espanhola. Somos o único País com possibilidades de produção de língua portuguesa. E, para que tornemos a língua portuguesa uma língua de exportação, precisa ter global **players**, senão não vamos conseguir fazer isso. Portanto, estamos dentro de um processo em que, se não o fizermos, vamos importar os enlatados americanos que aparecem na TV por Assinatura.

A SRA. BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Mas a TV deve também produzir e circular. Isso é que gostaria de entender.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – A própria emissora, a própria geradora pode produzir os seus próprios conteúdos e pode comprar de produtores independentes. Agora, creio que não caiba regular como se vai fazer. Temos que apostar numa produção de alto nível em língua portuguesa. Mas o problema que se coloca é distinto. São dois problemas diferentes que gostaria que não confundíssemos do ponto de vista da análise, porque as repercussões também políticas são importantes. Uma coisa é o que vamos fazer para fortalecer a produção regional, por exemplo, dos produtores independentes. Essa é uma questão.

Há uma segunda questão, a saber: o que vamos fazer para fortalecer a produção, em língua portuguesa, ao nível dos globais **players**, para que o Brasil possa também, em relação a sua televisão, ser um país exportador e que, portanto, não apenas importe aquilo que estamos acostumados a ver nas TV por Assinatura? Ou seja, quando saímos da TV Aberta e vamos para a TV por Assinatura, nós ouvimos inglês, francês, alemão, temos as traduções, ou seja, temos pouca produção propriamente nacional.

Penso que deveríamos enfrentar essa questão, mas deveríamos distinguir esses dois pontos, senão vamos estabelecer uma discussão entre produtores regionais contra grandes emissoras brasileiras que produzem conteúdo, e vamos deixar de lado um outro problema que é igualmente central, a saber, estamos importando, nas TVs por assinatura, a quase totalidade da nossa programação.

Essa seria uma primeira colocação.

Em relação ao que dizia a Conselheira Berenice sobre a questão da competição, realmente as sociedades livres são baseadas na competição. Acho um pouco temeroso dizer que a China é uma sociedade de mercado. Ou seja, não há estatísticas, não há tribunais, cada governador regional do Partido Comunista é um rei em seu reino...

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Alguns estados não pagam impostos.

A SRA. BERENICE ISABEL MENDES BEZERRA (Representante da categoria profissional dos artistas) – Mas isso é política.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – Estou dizendo isso, porque eles estão interferindo no mercado. Eles não passam as informações. Ninguém sabe a situação da China. Tanto que as empresas estrangeiras instaladas hoje na China estão tendo prejuízo. Elas estão apostando no futuro para que haja uma sociedade de mercado na China. Não há uma sociedade de mercado na China.

Quanto ao que você diz em relação à globalização, penso que é um fenômeno contra o qual nada podemos. Ou seja, vamos voltar um pouco à posição dos operários fabianos na Inglaterra do Século XIX, ou seja, tentar destruir as máquinas. Não conseguiram. As máquinas se afirmaram. Mas penso que há diferentes estratégias para enfrentar a globalização.

É muito diferente considerar o fenômeno globalização e as estratégias de enfrentar a globalização. Que o Brasil defenda, na Alca, os seus interesses, não há nada mais normal. Cada País defende seus interesses. Ou seja, um país que não defende seus interesses em uma negociação internacional nem mereceria ter diplomacia. Ou seja, se a diplomacia brasileira, ou de qualquer país, não defende os interesses do seu País, então é um gasto completamente supérfluo.

A respeito do expectador, eu diria que o direito ao lazer e ao entretenimento também faz parte da formação da opinião pública. Opinião pública não se faz apenas pela opinião política, mas faz-se por costume, por senso da moralidade, pelo modo mediante o qual venhamos a representar os nossos próprios problemas.

Vejam bem que o senso da moralidade na opinião pública hoje é completamente diferente do que era há quinze anos, ou mais. Basta pensarmos na máxima do ex-Governador Adhemar de Barros: “rouba, mas faz”. Isso era aceito do ponto de vista da opinião pública. Hoje se tornou inaceitável. Não quero dizer que não ocorra, não estou falando do fato, mas da opinião pública, Conselheiro Carlos Chagas.

Ou seja, do ponto de vista da opinião pública, não é mais aceitável, porque antigamente era uma máxima que conduzia a ação. Tanto que hoje a opinião pública numa eleição pode dizer o seguinte: “Olha, não vou votar mais naquele partido ou naquele candidato, precisamente por terem infringido aquilo que hoje veio fazer parte da opinião pública”.

No que diz respeito à audiência, penso que a audiência da Rede Globo – o Conselheiro Roberto Wagner abordou a questão – é de 32%, isso não configura monopólio, mas mostra que as outras cresceram, portanto, o peso relativo das redes, das emissoras, é diferente hoje, do que era há quinze ou vinte anos.

Portanto, não podemos dizer que a disputa pela audiência hoje está baseada na competitividade.

No que diz respeito a duas questões ainda colocadas pelo Conselheiro Paulo Machado de Carvalho Neto e pelo Conselheiro Geraldo Pereira dos Santos, confesso que há um ponto em que tenho uma certa dificuldade, que é o seguinte: receio – vamos dizer dessa maneira para não dizer que analiticamente eu não pudesse produzir os argumentos em relação a isso – quando, de uma maneira ou de outra, introduz-se a idéia de que o cidadão deve ser formado, de que há valores positivos que o Estado deve transmitir ao cidadão. Quem transmite? Ou seja, o Estado vai formar o cidadão? Então, o Estado formaria alguém à sua própria semelhança, segundo os seus próprios propósitos.

Portanto, apesar dos problemas decorrentes das imperfeições de uma sociedade de mercado, prefiro deixar a “formação” dos cidadãos ao jogo do mercado, onde o Estado também intervém, do ponto de vista da formação – tevês públicas, nas regulamentações, têm diferentes formas de atuação –, a voltarmos a modelos do século XX, quando se dizia que caberia ao Estado formar o cidadão. Ou seja, é muito difícil que um representante político diga: “Eu tenho o bom valor, eu defendo a soberania, eu defendo o interesse nacional e devo formar um cidadão de acordo com esses desígnios”. Acho isso extremamente perigoso do ponto de vista político. Não quer dizer que a pessoa não possa, eventualmente, ter uma boa intenção, do ponto de vista da proposta, mas o problema é que essa boa intenção no passado mostrou que pode produzir efeitos extremamente nocivos.

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – Serei rapidíssimo, Professor, e termino onde o Conselheiro Francisco Pereira da Silva começou.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – Espero que o círculo seja virtuoso, e não vicioso.

O SR. CARLOS CHAGAS (Representante da sociedade civil) – O senhor quase me convenceu. Fugi da tentação sem precisar – gostaria muito até – entrar em debates filosóficos, matéria na qual o senhor é mestre e sou aluno. Mas pergunto: Professor: será uma característica das sociedades democráticas ser representado pelas empresas, serem constituídas apenas pelos interesses das empresas? As sociedades, para serem democráticas, não têm que ser voltadas primordialmente para o indivíduo? O interesse das empresas é legítimo, vivemos num mundo capitalista, o interesse delas é o lucro. Mas o que tem ocorrido nesses últimos tempos, ditos de globalização – porque globalizado o mundo está desde que os navegadores buscavam especiarias na China e levavam para lá madeira da Espanha. Era a globalização deles, esta é a nossa, os nossos netos rirão da gente, dizendo: “Pensavam que eram globalizados, globalizados somos nós, que trazemos água de Vênus e minério de ferro de Marte”. Isso é uma permanente evolução.

Mas, Professor, só para concluir, a que nos tem levado essa prevalência das empresas, essa prevalência exclusiva, chamada artificialmente de globalização? Tem levado a um massacre do indivíduo.

Ainda esses dias, verificam que no mundo, hoje, pelos cálculos – e não calculando a China porque ela não fornece informações –, existem 111 milhões de desempregados. Não falo dos miseráveis, daqueles que sobrevivem com menos de um dólar por dia, dos doentes, nada disso, apenas a força de trabalho que teria capacidade para trabalhar e não trabalha. Desses 111 milhões, no Brasil, “orgulhamo-nos” de dispor hoje de 12 milhões de desempregados. Será, então, que essa prevalência das empresas não nos está levando a essa situação que o senhor brilhantemente, mas deixando entrever um grande pessimismo encoberto, diz ser impossível? Ninguém vai destruir as máquinas, como fizeram na Inglaterra. Ninguém será contra a globalização – é a competição. O senhor falou até sobre as estratégias da globalização, que devemos ter uma estratégia para a Alca, para isso, para aquilo. Será, professor? Deixo a questão no ar. Não tenho resposta para isso. Será que a estratégia do pescoço, ao competir com a guilhotina, será a de botar um colarinho mais grosso?

Concluo dizendo que estudamos o perigo da concentração, não pelo lucro. Que sejam felizes! Que as empresas lucrem cada vez mais e que até possam distribuir um pouquinho do lucro para seus funcionários. Que sejam felizes! Não estamos discutindo o modelo econômico. Estamos discutindo apenas o perigo da concentração do conteúdo, que existe e nos cabe, pelo menos, se não deslindar, ao menos diagnosticar.

Cito um exemplo a respeito do perigo da concentração do conteúdo falando do desemprego. Todos os nossos jornais e televisões, com raríssimas exceções, falam, diariamente, do desemprego. Mas o que dizem? “O desemprego está em 11%”. “Aumentou para 12%”. “Caiu para 10,5%”. O cidadão comum, a não ser o desempregado, não está nem aí, não sabe nada de dízimas periódicas, de 12% ou 11%. Ninguém publica, professor, o número de desempregados no Brasil – raríssimos veículos o fazem –, porque se o cidadão comum souber que são 12 milhões irá, pelo menos, se emocionar um pouco mais.

De qualquer maneira, agradeço a brilhante conferência.

O SR. GERALDO PEREIRA DOS SANTOS (Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo) – Sr. Presidente, quero abordar algumas questões, rapidamente, para que não paire nenhuma dúvida – não quero ser confundido por estar defendendo coisas completamente contrárias aos meus princípios. Quando falo em segurança nacional e em interesse nacional, peço, por favor, aos companheiros Conselheiros e a todos os que estão me assistindo nesta sala, que não confundam com ditadura ou com autoritarismo.

Seguindo o exemplo de outras nações como os Estados Unidos e alguns países da Europa, podemos ter, sim, uma política específica para os meios de comunicação, porque é um poder e não pode ser tratado como nenhuma outra indústria qualquer. Por favor.

A SRA. ASSUNÇÃO HERNANDES MORAES DE ANDRADE (Representante da sociedade civil) – Quero fazer um pequeno acréscimo.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – V. S^a me permite um aparte ao Conselheiro Geraldo? Apenas fiz uma observação com relação à questão da soberania nacional, abordada por V. S^a, porque, no trabalho de preparação para o comparecimento a esta sessão, li vários documentos em que constava a questão de valores positivos, formação da cidadania. Talvez, equivocadamente, eu tenha feito essa analogia.

A SRA. ASSUNÇÃO HERNANDES MORAES DE ANDRADE (Representante da sociedade civil) – Sr. Presidente, quero acrescentar um pequeno esclarecimento. O senhor citou o exemplo das comunicações na Europa e eu queria dizer o seguinte: na França, a questão da rádio, televisão e comunicações são regulamentadas. Até horário é regulamentado e trata-se de uma grande democracia. Na Espanha é regulamentado e na Itália também, apesar de o Berlusconi ser dono da televisão. A Europa democrática regulamenta, portanto, não há contradição. Eles regulamentam para fortalecer as indústrias do País, tanto que a França tem uma proteção do audiovisual francês que já atinge 50% a 60% da ocupação das salas.

Esse é o esclarecimento que queria fazer, ou seja, que não há contradição entre o fortalecimento das empresas e a regulamentação.

Quando o companheiro Roberto cita o art. 222 da Constituição, que garantiria a questão do conteúdo, volto a dizer que o art. 221 fala de produção independente e de regionalização, e não foi ainda regulamentado.

Então, se o art. 222 interessa e o 224 interessou, queremos também o art. 221. A regulamentação não vai contra as empresas. É somente isso.

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – Começarei pela observação da Conselheira Assunção. A França é um país um pouco diferente em relação aos outros países europeus e, mais ainda, em relação ao Brasil, porque tem uma forte tradição de formação de uma burocracia estatal, ou seja, o Brasil não tem uma burocracia estatal no sentido francês da palavra. Tem a **Ecole Nationale D'Administration**, que forma os quadros do estado francês, aliás, em processo extremamente competitivo. Para entrar na ENA, tem que se passar por um processo e só os melhores entram, independentemente de classe social. São os melhores mesmos. E são esses que depois vão dar a tônica do Estado francês.

O segundo comentário: a França é um país que saiu apenas de empresas estatais, uma tradição completamente diferente da brasileira, que se caracteriza pela tradição privada. Por exemplo, morei na França de 1976 a 1982. A televisão francesa era um aborrecimento. Eram três ou quatro canais de televisão estatais que não davam nem para mudar. Voltei à França por mais tempo, em 1999, e houve uma melhora significativa, porque aquelas que permaneceram estatais tiveram que entrar na competição com empresas privadas fortes, porque a tradição do estado francês é de regulamentação e isso não significa, necessariamente, que a regulamentação francesa deva ser transposta para o Brasil.

Segundo, eles têm uma burocracia de alto nível, que possibilita, precisamente, que essa regulamentação seja observada ou, muitas vezes, seja elaborada num nível mais imune à luta política. Costumo dizer, em relação à França, o seguinte: vale tudo depois de passar pela ENA. Vale tudo, depois de passar pela Escola Nacional de Administração, não antes.

Em relação às observações e comentários do Conselheiro Carlos Chagas, é um pouco difícil dizer que os 12 milhões de desempregados, no Brasil, são o resultado da globalização; são os resultados da política econômica do Governo anterior e do atual. Não é preciso, na globalização, haver uma alta carga tributária e uma alta taxa de juros, ou seja, os outros países são de tradição na globalização e não têm 40%, praticamente, de carga tributária, não têm altos juros, enfim. Isso é problema de política econômica, não de globalização.

Cada país é responsável por seus desempregados. Acho que isso é o que deveríamos enfrentar como problema e não deveríamos transferir aos outros. Não é o fenômeno globalização, é o fenômeno política econômica do Governo anterior e do atual. Esse, digamos, é o meu caminho de resposta.

Mas vou aceitar o seu desafio em relação à questão do interesse das empresas. Como o senhor coloca muito bem, é legítimo o lucro, devem lutar por isso

mesmo, faz parte de empresas. Agora, eu gostaria também de assinalar que o processo das sociedades, vai chamar assim, capitalista-democrático, é que tem o seguinte mecanismo: existe um interesse estritamente privado das empresas, certo? O que é absolutamente legítimo na sua esfera de atuação. Cabe à esfera política contra-arrestar, num jogo, como o processo vai operar.

Creio que a questão fundamental neste caso, pelo menos na minha avaliação, seria como se constitui uma sociedade democrática moderna baseada na opinião pública. Quero dar um exemplo muito claro, que, talvez, seja elucidativo. A pessoa não precisa, muitas vezes, ter boa intenção moral para produzir um efeito benéfico do ponto de vista coletivo. Vamos pegar o **impeachment** do ex-Presidente Collor. Muitos dos Parlamentares que votaram pelo **impeachment** não tinham nenhuma convicção moral. Eles o fizeram porque foram levados pela opinião pública, por uma nova cena pública democrática que estava precisamente se constituindo no Brasil e se constituiu enquanto tal naquele momento. Embora eles tivessem vícios privados, o resultado foi a virtude pública.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Agradeço ao Professor Denis Rosenfield, inclusive pela observação final, porque com o queridíssimo amigo Fábio Konder Comparato, sob a supervisão do nosso mestre Evandro Lins e Silva, tivemos o prazer de redigir a acusação do processo de **impeachment**. Gastei alguns meses de minha vida nisso, agradeço ao professor por me dar à chance de lembrar esses momentos.

Já que estamos falando em ciclo vicioso, quero encerrar – depois vou agradecer ao senhor – a reunião, reiterando minha preocupação com o parecer da comissão que designamos para apreciar o projeto da regionalização da programação.

A todos os argumentos que já havia, acrescentamos agora os argumentos muito ponderados do Conselheiro Roberto Wagner. Em relação à observação do conselheiro, acrescento algumas preocupações minhas. A preocupação em relação à exata precisão do sentido da expressão “meio de comunicação social eletrônica”. Haverá, inevitavelmente, a tendência de considerar que isso não alcançaria a telecomunicação, que são todas as TVs a cabo, por satélite, MMDs, SMC, etc.

Em segundo lugar, não é automática a vinculação das regras da regionalização a essas programações, porque há limitação, restrição do §3º, que se aplica na forma da lei. Se a lei não indicar uma concreta maneira, corre-se o risco de o Judiciário tender a considerar que está fora. Isto tudo – o largo tempo que mediou entre a edição da Constituição e a discussão do Congresso Nacional; a circunstância de que essa preocupação está presente em todo o mundo – e os exemplos da legislação internacional são muitos e já bem conhecidos; a circunstância de que o projeto é assinado por uma pessoa nitidamente comprometida com a democracia, mas também a circunstância de o projeto ter, por tempo demasiadamente longo, dormido nas gavetas, sofrendo todas as conseqüências do passando tempo – me leva a ter uma grande preocupação. Já disse que tenho sido até avaro no manuseio de verbas, etc. Em relação a isso, não haverá limites. Faremos as reuniões que

entendermos cabíveis, chamando as pessoas que tivermos interesse em chamar. No que o Conselho puder apoiar, vai fazê-lo, nos limites orçamentários, que é passagem e hospedagem.

Sei que amanhã há uma reunião marcada no período da manhã. Se for suficiente, ótimo, mas, se não for, convocaremos nova reunião, convidando as pessoas que queríamos e que não estarão presentes amanhã. Apresentem um relatório. Se pudermos exercitar o consenso, melhor para nós, porque é nosso estilo. Em qualquer caso, gostaria que esse relatório fosse apresentado bem antes da reunião, a tempo de que pudesse ir para cada conselheiro, pelo computador, para que possamos estudar o parecer em casa e, só então, depois de ter tempo para estudar e analisar, podermos votar.

Em função disso, reitero a importância que o Conselho dá a este projeto. As reuniões, a partir do mês de abril, voltam a ser normais, qual seja, na primeira segunda-feira, já com as presenças confirmadas do Ministro Eunício Oliveira e do Secretário-Executivo, o querido amigo Paulo Lustosa.

Haverá a reunião ordinária do mês de março, que ficará na dependência de que fique pronto o parecer da Comissão sobre regionalização.

Portanto, eu diria que a pior coisa que pode nos ocorrer é o tempo passar, e esta Comissão não apresentar o relatório, e eu não gostaria que isso acontecesse.

Agradeço ao Professor Denis Rosenfield.

Não havendo mais Conselheiro que deseje falar, pergunto se alguém da sociedade civil que tenha interesse em se manifestar.

As senhoras, primeiro. Por favor, identifiquem-se.

A SRA. JULIANA ANDRADE LIMA – Boa-tarde a todos. Meu nome é Juliana Andrade Lima, tenho 23 anos, sou cidadã brasileira e gostaria de, nesta tarde, agradecer novamente a oportunidade de falar na reunião do Conselho. É a segunda vez que posso me manifestar. Obrigada, Sr. Presidente.

Chamou-me muito a atenção o emprego da palavra democracia, utilizada, hoje, nesta tarde. Eu somente gostaria de ressaltar que, em nome da palavra democracia, os Estados Unidos invadiram o Iraque.

Gostaria também de registrar que acompanho as reuniões do Conselho porque quero garantir meu direito de ser dona da minha própria voz, o meu direito de não ser somente uma mera receptora, mas também de ser uma produtora de comunicação, porque a minha subjetividade, o meu destino não pertencem ao Estado, a nenhum empresário, a nenhum patrão.

Preocupou-me, nesta tarde, o emprego da palavra soberania, muitas vezes confundida com soberania nacional. Como cidadã, mãe, trabalhadora, sou

contra todo e qualquer tipo de corporação multinacional, internacional e até nacional desse sistema neoliberal político que já está falido. E faço minhas as palavras do Conselheiro Carlos Chagas.

Destaco outro ponto. Aproveitando a quase totalidade da reflexão sobre a esfera privada, seja da propriedade, da gestão ou de conteúdos dos meios de comunicação, novamente me dirijo às senhoras e aos senhores, sugerindo seja pautada a esfera pública dos meios de comunicação. Lembremos: as concessões às empresas privadas de comunicação são públicas. Quando iremos refletir – sociedade civil, os senhores e as senhoras – sobre a gestão pública, a programação pública? E eu entraria até na questão dos lucros públicos também.

Vale lembrar que essas empresas negligenciam a diversidade cultural, as nossas raízes africanas e indígenas. Preocupa-me a visão do Sr. Denis sobre a livre concorrência para a propriedade dos meios de comunicação, em especial os meios de comunicação religiosos. Somos uma sociedade extremamente racista. O senhor acredita, Sr. Denis, que há igualdade de condições históricas, políticas e sociais para ter e gerir uma emissora? Eu posso responder um pouco, sim, como uma radioamadora. Existe uma possibilidade lá no gueto, na marginalidade das emissoras que são reprimidas pelo Estado. E essa repressão legitima as relações de dominação que se constroem há séculos nesta sociedade racista, sexista, paternalista, homofóbica e capitalista. Hoje, vivemos numa dominação simbólica e de identidades, e é contra ela que eu estou lutando. (Palmas.)

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – *Representante da sociedade civil*) – Agradeço a manifestação.

Tenho o prazer de passar a palavra ao Dr. Francisco Araújo Lima.

O SR. FRANCISCO ARAÚJO LIMA – Muito obrigado, Sr. Presidente, sempre parabenizando a maneira democrática como o senhor conduz essas reuniões, inclusive essa oportunidade, que eu acho que nem é regimental, mas é uma iniciativa muito louvável.

Deixo um registro. Sou advogado, mas prestador de serviço e colaborador das **Organizações Globo**. E gostaria de deixar um único registro, já que se falou muito em conteúdo. Acho que há um ponto essencial a ser exaltado: o conteúdo divulgado, veiculado pelas **Organizações Globo**, por meio da TV fechada, que é a única produtora nacional de conteúdo não jornalístico em língua portuguesa, inclusive um canal dedicado exclusivamente à multimídia nacional como é o **Canal Brasil**. Nós já trouxemos até um apelo ao Conselho, por meio da Conselheira Berenice, de atingirmos alguns operadores de TV a Cabo, que não cumprem até hoje a lei de carregar o sinal desse canal, o que é obrigatório por lei, porque não há alternativa. Eu gostaria de lembrar que 82% do conteúdo da **TV Globo** são produzidos no Brasil, por brasileiros, artistas brasileiros, técnicos brasileiros, diretores brasileiros. Então, entendo que a **TV Globo** não está devendo nada em relação à produção de conteúdo nacional. Temos a maior central de produção da

América Latina, que é uma indústria de produção nacional chamada Projac, e todos os que a visitam saem um pouco mais orgulhosos do Brasil.

Então, não podia deixar, Sr. Presidente, de registrar e de exaltar, mais do que já foi exaltada, a palestra do Professor Denis. É impossível. Eu bebi suas palavras e assimilei tudo que é possível. Lendo, vou completar esse processo, mas queria deixar consignado, por dever de ofício, fazer essa justiça e muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Agradeço a participação do Dr. Francisco de Araújo Lima.

Há mais alguém que deseje manifestar-se?

Pergunto ao Professor Denis se tem algum interesse em fazer considerações à jovem senhorita?

O SR. DENIS LERRER ROSENFELD – Não, Sr. Presidente.

O SR. PRESIDENTE (José Paulo Cavalcanti Filho – Representante da sociedade civil) – Então, agradeço a participação de todos.
Tenham uma boa-tarde.

(Levanta-se a reunião às 18h12min.)