

Existe luz no fim do túnel?

12/07/2010

Imediatamente após a entrega do programa da candidata Dilma Rousseff no Tribunal Superior Eleitoral a grande mídia passou a nomeá-lo como “polêmico” e/ou “radical”. O quê, afinal, a grande mídia considera propostas “polêmicas” e/ou “radicais”? Artigo de Venício Lima publicado pela [Agência Carta Maior](#).

*Venício Lima**

Há menos de dois meses escrevi na Carta Maior que “as forças políticas que, de fato, há décadas, exercem influência determinante sobre as decisões do Estado no Brasil, consegui(ram) que o governo recuasse em todos os pontos de seu interesse contidos na terceira versão do Plano Nacional de Direitos Humanos (Decreto n. 7.037/2009). Refiro-me, por óbvio aos militares, aos ruralistas, à Igreja Católica e, sobretudo, à grande mídia”.

O poder de algumas dessas forças se manifesta novamente, agora em relação ao programa da candidata à presidência da República que é apoiada pelo atual governo e representa sua continuidade.

Imediatamente após a entrega de seu programa no Tribunal Superior Eleitoral a grande mídia passou a nomeá-lo como “polêmico” e/ou “radical”. Horas depois, o comando da campanha decidiu alterar vários trechos do programa originalmente entregue e registrado no TSE. Interessam-nos aqui, em particular, os pontos que se referiam à democratização da comunicação.

O quê, afinal, a grande mídia considera propostas “polêmicas” e/ou “radicais”?

As propostas originais

O programa original [cf. <http://www.jusbrasil.com.br/politica/5186586/plano-de-dilma-contempla-40-horas-confecom-e-taxacao-de-fortunas>] partia do diagnóstico de que “apesar dos avanços dos últimos anos, a maioria da população brasileira conta, como único veículo cultural e de informação, com as cadeias de rádio e de televisão, em geral, pouco afeitas à qualidade, ao pluralismo e ao debate democrático” e propunha políticas que buscassem:

- (1) Ampliação da rede de equipamentos, como centros culturais, museus, teatros e cinemas, política que deve estar articulada com a multiplicação dos pontos de cultura, representando amplo movimento de socialização cultural;
- (2) Iniciativas que estimulem o debate de idéias, com o fortalecimento das redes públicas de comunicação e o uso intensivo da blogosfera;
- (3) Medidas que promovam a democratização da comunicação social no país, em particular aquelas voltadas para combater o monopólio dos meios eletrônicos de informação, cultura e entretenimento.

Além disso, reconhecia e apoiava propostas aprovadas na 1ª. Conferência Nacional de Comunicação, tais como:

- (a) o estabelecimento de um novo parâmetro legal para as telecomunicações no país;
- (b) a reativação do Conselho Nacional de Comunicação Social;

- (c) o fim da propriedade cruzada;
- (d) a exigência de uma porcentagem para a produção regional;
- (e) a proibição da sublocação de emissoras e de horários; e
- (f) o direito de resposta coletivo.

Constitucionais e democráticas

Como se vê, não há absolutamente nada nessas propostas que contrarie o melhor espírito dos princípios e normas que foram consagrados pela Constituição de 88 [cf. os artigos de 220 a 224] e que tem como objetivo garantir a universalidade da liberdade de expressão e a diversidade e a pluralidade nos meios de comunicação. O que pode ser mais democrático do que isso?

Nunca será demais repetir, todavia, que, no setor de comunicações, vivemos um formidável atraso em relação ao debate e às medidas de regulação estabelecidas e praticadas nas principais democracias contemporâneas. A força dos grupos tradicionais de mídia entre nós tem conseguido impedir qualquer avanço. Há décadas.

Até quando persistirá essa absurda assimetria brasileira em relação a outros países democráticos? Afinal, as próximas eleições presidenciais representam ou não a possibilidade de alguma luz no final do túnel?

** Venício A. de Lima é professor titular de Ciência Política e Comunicação da UnB (aposentado) e autor, dentre outros, de Liberdade de Expressão vs. Liberdade de Imprensa – Direito à Comunicação e Democracia, Publisher, 2010. Este artigo foi, originalmente, publicado pela Agência Carta Maior: www.cartamaior.com.br.*

Compartilhe nas redes: