



DEMOCRACIA E MÍDIA

José Trasferetti¹

PUC-Campinas

Maria Érica de Oliveira Lima²

Umesp e Faculdade Prudente de Moraes

Resumo: O presente ensaio aborda a Democracia, brevemente, no âmbito conceitual da Filosofia, a partir da própria teoria da democracia e suas tradições históricas. No campo da mídia, uma reflexão sobre as políticas de comunicação no país, o papel do Ministério das Comunicações como gerenciador das regulamentações, os grupos de mídia, e o exemplo do caso da implantação do Capital Estrangeiro como ferramenta de contribuição(?) para o fortalecimento da chamada democracia nacional.

Palavras-chave: Democracia, Mídia, Capital estrangeiro.

Introdução

Na Teoria da Democracia confluem três tradições históricas: a teoria clássica – divulgada como teoria aristotélica, segundo a qual a Democracia, como Governo do povo, de todos os cidadãos, ou seja, de todos aqueles que gozam dos direitos de cidadania, se distingue da monarquia; 2) a teoria medieval – de origem romana, apoiada na soberania popular, na base da qual há a contraposição de uma concepção ascendente a uma concepção descendente da soberania conforme o poder supremo deriva do povo e se torna representativo ou deriva do príncipe e se transmite por delegação do superior para o inferior; 3) a teoria moderna, conhecida como teoria de Maquiavel, nascida com o Estado moderno a qual forma das grandes monarquias, segundo a qual as formas históricas de Governo são essencialmente duas: a monarquia e a república, e a antiga Democracia nada mais é que uma forma de república (a outra é a Aristocracia) onde se origina o intercâmbio característico do período

¹ Prof. Dr. Titular da PUC-Campinas.

² Doutoranda em Comunicação Social (Umesp). Profa. da FAE e Faculdade Prudente de Moraes.



pré-revolucionário entre ideais democráticos e ideais republicanos e o Governo genuinamente popular é chamado, em vez de Democracia, de república (BOBBIO, et. tal. 1995, p.320).

O problema da Democracia, das suas características, de suas importâncias ou desimportância é, como se vê, antigo. Tão antigo quanto à reflexão sobre as coisas da política, tendo sido reposto e reformulado em todas as épocas.

E as políticas de comunicação inseridas no contexto da nossa democracia? Registramos as discussões da implantação do Capital Estrangeiro nos grupos de mídia do país, exemplificando para uma reflexão: essa regulamentação se deu democraticamente?

1. Conceito de Democracia

O conceito de democracia está associado aos tempos mais remotos. A democracia no âmbito da sociedade ocidental foi uma conquista da civilização grega. Ela surgiu como desejo de igualdade diante das leis. Todos os cidadãos que possuíam direito de cidadania estavam aptos para participar das grandes decisões das assembléias locais.

Encontramos a primeira definição de democracia em Heródoto. Ele afirmava que o governo do povo, antes de tudo, leva o nome que mais apaixonava: igualdade de direitos; não procure nenhum dos malefícios que normalmente os monarcas procuram; controle dos magistrados é transparente no exercício do poder, submeter ao público todas as deliberações.

A Grécia antiga conseguiu levar para o ápice o primeiro componente importante do poder de seu povo: o diálogo. Através do diálogo e da razão seu povo se apaixonava pelo livre debate, discussões intermitentes, assembléias populares. O gosto pela oratória foi despertado de maneira alvissareira.

Todos estes movimentos e canais de participação política faziam fervilhar a *pólis*, tornando-a um espaço de intensa atividade política. No tempo de Péricles, a democracia já trazia dentro de si um germe de crise.

Ocorreu então, um processo de ruptura entre a liberdade e a sabedoria que aparece explicitado no Estado idealizado de Platão na República, na qual o indivíduo é sacrificado em função da coletividade. A cidade e suas instituições não são mais o espaço para discutir o que é justo e injusto porque somente o filósofo consegue intuir o maior valor da justiça e possui o espírito do conhecimento.



Roma procurou combinar suas peculiaridades, mais ao mesmo tempo, foi aprendiz do legado grego, tornando seu aparato jurídico mais consistente. Entretanto, apesar das experiências democráticas podemos observar que em Roma e na Grécia também tiveram a pena de morte, a postergação da mulher, o regime escravagista, etc.

A Idade Média trouxe uma contribuição inequívoca, pois colocou no centro do debate e da gestão democrática, valores que até então estavam esquecidos. Já no período românico surgiram as línguas européias, descentralizou-se o poder. Começam a surgir às universidades. O poder político foi reorganizado. A época moderna deu origem ao nacionalismo. Em torno dos poderes nacionais se estenderam desde a Inglaterra (Revolução Liberal), os Estados Unidos (Independência) e a França (Revolução Francesa) experiências parlamentares de representação popular que avançaram, em muito, a experiência das democracias.

E a nossa experiência com a democracia? Será mesmo que no Brasil, os meios de comunicação, as informações também são ferramentas que ajudam na consolidação da democracia nacional? Podemos falar de uma “democratização da comunicação” fortalecendo o Estado?

2. O panorama da mídia brasileira

Para importantes grupos de mídia, o panorama de 2002 não foi muito satisfatório em termos financeiro. No entanto, no que se refere a mudanças políticas, a regulamentação para a entrada do capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão de sons e imagens no Brasil, chegou em excelente hora. Em vésperas de final de mandato (2002), o Governo Federal decidiu rever a regulamentação a entrada do capital estrangeiro nas empresas de comunicação, e em princípio, o texto que disciplina, foi baixado por medida provisória (MP)³, em 02/10/2002, sem que o Congresso Nacional, seu Conselho de Comunicação Social ou

³ Nota explicativa: “Por meio de uma Medida Provisória (MP) de 11 artigos, com data de 01/10/2002, o Governo Federal apresentou a regulamentação para a entrada do capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão de sons e imagens no Brasil. Publicado pelo Diário Oficial da União, o texto assinado pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso e pelo Ministro das Comunicações, Juarez Quadros, determina que a participação de sócios estrangeiros e brasileiros naturalizados há menos de dez anos na mídia no limite de 30% ‘somente de se dará de forma indireta, por intermediário de pessoa jurídica constituída sob as leis brasileiras e que tenha sede no País’. A partir da edição da MP nº 70, a mídia brasileira está autorizada a captar recursos junto ao mercado financeiro. O texto também indica que as alterações de controle societário das empresas de radiodifusão deverão ser comunicadas ao Congresso Nacional pelo ‘órgão competente’ do Poder Executivo enquanto as mudanças nas empresas jornalísticas serão comunicadas ao Legislativo diretamente pelas mesmas. A não



qualquer membro da sociedade civil pudesse intervir. Pela Medida Provisória, segundo matéria do *AcessoCom* – Jornalismo especializado em Comunicação – “sócios estrangeiros e brasileiros poderão participar em 30% das empresas de mídia de ‘forma indireta, por intermédio de pessoa jurídica constituída sob as leis brasileiras e que tenha sede no País. Há pouco mais de um mês, o governo afirmava que iria regulamentar a matéria apresentando um projeto de lei para ser analisado e votado pelo Legislativo. Se não sofrer modificações, em 60 dias a MP ganha força de lei” (ACESSOCOM, 2002, p.1).

Contudo, houve uma grande reviravolta e o Governo Federal optou por tomar para si a decisão de regulamentação. No *site* do Ministério das Comunicações, uma nota, atribuiu essa atitude à “relevância e urgência na regulamentação do assunto, bem como garantir eventuais ingressos de divisas no país e atender ainda à necessidade de capitalização de boa parte das empresas no setor” (ACESSOCOM, 2002, p.1). No entanto, por várias vezes os investidores internacionais mostraram-se indiferentes à idéia de aportar recursos no Brasil em momento de eleição. Isso tudo demonstra o quanto à urgência em relação à entrada de divisas não foi uma boa justificativa. Para o *AcessoCom*, o que sobrou especular na época, era a hipótese da “crise da mídia”:

“(…) mesmo argumento para apressar a votação da proposta de emenda constitucional, promulgada em maio. Como se vê, até agora o setor continua de pé. Onde está a relevância? Em qualquer uma das duas possibilidades, a sociedade lucraria pouco em trocar o trâmite democrático da regulamentação pelo ritmo açodado com que o governo vem impondo a questão referentes à área das comunicações” (ACESSOCOM, 2002, p.1).

Conforme noticiou o *AcessoCom*, no final de agosto/2002, o Ministério das Comunicações – Minicom – havia entregue a regulamentação à Casa Civil, que iria remete-la ao Congresso Nacional para apreciação. Mas, isso não aconteceu, e de fato, a Medida Provisória foi o caminho utilizado pelo Governo Federal. Devemos destacar, que o conteúdo para regulamentação do capital estrangeiro foi alterada. A proposta do governo se dedicou a alterar artigos relevantes do restante da legislação dos setores de comunicação:

observância das normas estabelecidas pela regulamentação prevê pena de cassação das concessões” (Fonte: *Acessocom*, 03/01/2002).

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Políticas e Economia da Comunicação**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

“Foram modificados vários dispositivos do chamado Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117, de 27/08 de 1962) e do Decreto-Lei nº 236, de 28/02 de 1967, que define os limites da propriedade dos meios de comunicação. De acordo com *site* do Minicom, a MP, ‘isenta da aplicação dos limites de propriedade’ previstos em lei ‘os investimentos de carteira de ações, mas estabelece que o titular das ações não pode indicar administrador em mais de uma empresa executante de serviços de radiodifusão ou em suas controladoras, e não pode deter mais de uma participação societária que configure controle ou coligação em tais empresas’. Como ‘coligação’, o texto define ‘a participação, direta ou indireta, em pelo menos vinte por cento do capital de uma pessoa jurídica, ou se o capital de duas pessoas jurídicas for detido, em pelo menos vinte por cento, direta ou indiretamente, pelo mesmo titular de investimento financeiro’” (ACESSOCOM, 2002, p.2).

No entanto, o debate foi rejeitado⁴, conforme noticiou o *AcessoCom* em 04 de setembro de 2002, “o anteprojeto apresentado por Quadros difere da proposta colocada em consulta pública entre 29 de julho e 15 de agosto. A principal mudança foi a retirada da permissão para captação de recursos junto a investidores institucionais, como entidades de previdência complementar, clubes e fundos de investimento. *AcessoCom* detectou na MP editada em 02/10/2002 a inclusão de apenas uma das sugestões encaminhadas durante consulta: a que proíbe ‘no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial’ de exercerem ‘função de diretor ou gerente de concessionária, permissionária ou autorizada de serviço de radiodifusão’” (ACESSOCOM, 2002, p.2).

De maneira muito positiva, os principais veículos de comunicação do Brasil publicaram sobre a Medida Provisória e a regulamentação do capital estrangeiro. O jornal *O Globo*, comenta que “para os grupos de comunicação, a participação dos fundos de investimento e de pensão representa mais uma fonte importante de capitalização. E, para os fundos, uma diversificação em suas carteiras” (ACESSOCOM, 2002, p.3). A maioria dos órgãos de imprensa destacou como principal foco uma modificação no Decreto-lei 236, que aponta para o retorno da possibilidade de fundos de investimento e de pensão, nacionais e estrangeiros, participarem com até 19,99% em qualquer número de emissoras de TV ou rádio.

⁴ Nota explicativa: “Em 02/10/2002, a coordenação executiva do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) emitiu nota oficial a respeito da Medida Provisória. Assinado pelo jornalista Daniel Herz, representante da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) no Conselho de Comunicação Social (CCS) do Congresso Nacional, o texto criticou a forma com que o governo conduziu o processo de regulamentação da emenda constitucional nº 36, promulgada em 28/05/2002. ‘Ainda sem fazer qualquer consideração ao mérito da matéria – que apresenta diversos e graves problemas – destacamos o absurdo procedimento de encaminhar esta regulamentação através de MP’, sustenta o texto. Além de uma ‘afronta’ ao Legislativo, o FNDC considera que o instrumento usado pelo Executivo também agride a representação da proposta de regulamentação feita pelo Governo Fernando Henrique Cardoso corresponde ao pior uso que se poderia fazer de uma Medida Provisória e expressa uma atitude autoritária e antidemocrática’, afirma o documento” (Fonte: *AcessoCom*, 03/01/2002).

O jornal *Estado de S. Paulo* comenta que esta regra não constava da proposta enviada à Casa Civil, em 02/09/2002. “A liberdade de participação não vale, esclareceu ‘Pay-TV’, para sócios, acionistas ou cotistas que tiverem participação superior a 20%. ‘O modelo é como na telefonia’, disse o Ministro. Na prática, a alteração feita pela Medida Provisória no Decreto 236 promove uma sensível flexibilização nas regras de controle de meios de radiodifusão, afirma o serviço de notícias, *Pay-TV*” (ACESSOCOM, 2002, p.3). O outro ponto que recebeu atenção da mídia foi o fato da MP, conforme o jornal *Valor*, possuir dois artigos “que determinam serem nulos de ‘pleno direito’ as possíveis tentativas de burlar os limites para a participação estrangeira” (ACESSOCOM, 2002, p.3).

Em editoriais publicados no dia 04/10/2002, os jornais *O Estado de S. Paulo* (SP) e *Jornal do Brasil* (RJ) avaliaram o texto da medida provisória nº 70, que regulamentou a presença do capital estrangeiro, no limite de 30%, e de pessoas jurídicas brasileiras nas empresas jornalísticas e de radiodifusão do país. O *Estadão* saudou a regulamentação, encarada como “um grande passo no caminho do fortalecimento, pela capitalização, dos veículos de comunicação social deste país”. Conforme o diário paulista, a restrição flexibilização agora “tornara-se um grave obstáculo ao desenvolvimento tecnológico e à competitividade dos veículos”. Comparando com os novos meios (TV paga, por satélite e Internet), cuja participação do capital estrangeiro tem limite de 49% desde a aprovação da lei, o jornal considera que a MP fez justiça à situação porque antes “cabia falar-se em concorrência desleal”. No final, o editorial faz a comparação da regulamentação com a esfera política. “Assim como as Democracias precisam da plena liberdade de transmissão de informações e de opinião – e acima do direito de a imprensa informar está o direito da sociedade ser informada – também elas necessitam de veículos independentes, que para tanto disponham de solidez econômico-financeira”. De acordo com o *Estadão*, a estabilidade econômica é “condição de sadia diversidade, do pluralismo”, “o que só ocorre quando todos os que se dedicam a essa importante atividade têm a justa oportunidade de se desenvolver” (ACESSOCOM, 2002, p.3).

O *JB* criticou o excesso de “salva-guardas” da MP em relação à proteção da “reflexão” e do “pensamento” nacional. Representou “uma boa virada de página”, apesar de preservar a “apreensão meios folclórica por quem apenas consiste emocionalmente às transformações ocorridas nessa atividade, nas últimas décadas” (ACESSOCOM, 2002, p.3). Para o jornal, o

legislador que alterou o artigo 222 da Constituição Federal foi “contaminado por uma preocupação voltada para um passado de 50 anos, quando foram cristalizados alguns dos conceitos que informaram o processo normativo de que resultou a MP 70” (ACESSOCOM, 2002, p.3).

Contudo, cercados de um clima nebuloso e com uma tramitação pouco **democrática**⁵ e acelerada, a pedido das empresas, os debates em torno da regulamentação da participação de capital estrangeiro e nacional nas empresas jornalísticas e de radiodifusão foram encerrados, em 4/12/2002, no Congresso Nacional. Em uma votação simbólica, com apenas uma voz discordante, o Senado aprovou o projeto de lei de conversão que partiu da Câmara dos Deputados, modificando a medida provisória nº 70, editada em 2/10/2002. Agora, se esperou à sanção presidencial. Destacamos que a então, Senadora Heloísa Helena (PT-AL) foi a única parlamentar com disposição para denunciar em plenário que as regras, tais como foram aprovadas: “não garantem que o uso de fundos de pensão e de investimento para o controle indireto de empresas de comunicação possa impedir que ocorra na mídia a manipulação do capital financeiro experimentada nas concessões de operadoras de telefonia a partir da privatização do Sistema Telebrás, em 1998” (ACESSOCOM, 2002, p.1).

Para o *AcessoCom* a proposta de Emenda à Constituição tramitou sorrateiramente:

“Mesmo não tendo sido rebatido com argumentos em uma discussão política esperada na Casa mais alta do Parlamento, o apelo de Heloísa Helena foi barrado dentro do PT, cuja liderança encaminhou voto contrário à proposta da senadora, simplesmente assumindo que acordo firmado pelo partido era favorável ao texto fechado na Câmara, fazendo com que a parlamentar alagoana retirasse suas propostas frisando que votaria contra o projeto. Fato que sequer foi registrado pelos veículos monitorados por “AcessoCom”. Desta forma sorrateira foi feita a história de uma Proposta de Emenda à Constituição que tramitou por seis anos no Congresso e foi aprovada e regulamentada em 12 meses” (ACESSOCOM, 2002, p.1).

Portanto, com exceção das modificações feitas na Câmara, o projeto de conversão preserva o texto da lei original, que limita em 30% a participação do capital social e votante de estrangeiros nas empresas brasileiras de comunicação. Para participar do capital total ou votante das empresas, os investidores estrangeiros iriam precisar constituir empresas com base na legislação brasileira e ter sede no país. Os acordos entre sócios, acionistas ou cotistas

⁵ Grifo nosso.



ou qualquer ato ou contrato que levem à participação de capital estrangeiro acima do limite, estabelecido pela lei, foram considerados nulos. Emissoras de TV e rádio, o desrespeito pode implicar na perda da concessão. O texto aprovado estabeleceu ainda, que as empresas devem apresentar, até o último dia útil de cada ano, aos órgãos de registro civil das pessoas jurídicas, declaração com a composição do seu capital social, incluindo a nomeação de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos titulares de pelo menos 70% do capital total e do capital votante das empresas. Com a regulamentação, o uso de recursos de origem ilícita na compra de participação acionária nas empresas de comunicação está enquadrado como crime. A Medida Provisória ainda determinou que as mudanças de controle societário devem ser comunicadas ao Congresso Nacional. Os fundos de investimento podem ter participação no capital votante. Para os diretores e os gerentes de empresas de radiodifusão devem ser brasileiros natos ou naturalizados há mais de danos.

2.1 A TV paga no Brasil

Dados divulgados pela Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura (ABTA) mostram que no primeiro semestre de 2002 houve uma queda de 1,6% na base de assinantes da TV paga em relação a dezembro de 2001 (ACESSOCOM, 2002, p.1). Para o colunista do jornal *Folha de S. Paulo*, Daniel Castro, este foi o pior ano da “curta história” do mercado de TV paga brasileiro. Segundo ele, “nem mesmo o crescimento de novas operadoras irá camuflar a queda das tradicionais empresas do setor”. Citando a pesquisa *Pay-TV Survey*, Castro informa que o número de assinantes caiu 2,9% de janeiro a setembro de 2002. Ele acrescenta que o segmento encerra 2002 com 3,4 milhões de assinantes, ou 101,5 mil a menos que no final de 2001. Na análise do colunista, apesar das novas operadoras instaladas no Norte e Nordeste terem crescido, “a influência da *NET*, maior operadora de cabo do país, e da *TVA*” foram determinantes para o resultado negativo. Conforme Castro, a *NET* perdeu 90,2 mil assinantes de janeiro a setembro, caindo em torno de 2% ao trimestre. E a *TVA* perdeu cerca de quatro mil de seus clientes de julho a setembro ⁶.

⁶ Fonte: ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. No pior ano de sua história, TV paga perde 101,5 mil assinantes, diz Castro. *Clipping* de 11/12/2002. www.acesocom.com.br



A realidade da TV paga no Brasil representa uma evolução e decisão da sociedade em relação ao perfil que se deseja. TV. Nos Estados Unidos, não é de hoje que a crise de identidade atingiu a TV americana, principalmente, TV's abertas. Porém, como os “Estados Unidos são referência, principalmente, aos países da América Latina, podemos concluir que também estamos numa ‘crise de identidade’ de nossa TV” (TRASFERETTI; LIMA, 2001, p.132). “A TV aberta nos Estados Unidos tem hoje apenas 35% dos telespectadores (Revista *Bravo!* Julho de 2001).

Contudo, nossa reflexão está no fato de que nos EUA a crise se dá entre as TV's abertas, e aqui no Brasil, a crise se dá em dois âmbitos: TV's abertas e TV paga. Nos Estados Unidos, entre “o massivo e o plural”, a sociedade norte-americana decidiu pela programação segmentada e regionalizada da TV paga. Artigo do jornalista Richard Huff, no jornal norte-americano *New York Daily News*, destaca pesquisa da empresa Nielsen comprovando que em 2002, pela primeira vez, desde que a televisão por assinatura foi implantada nos Estados Unidos, a audiência somada no horário nobre das redes de TV a cabo ultrapassou a das redes abertas. Baseando-se no texto de Huff, o jornalista e diretor de TV, Nelson Hoineff ressalta que o resultado já era esperado porque em setembro, 48% da audiência nos EUA durante o horário nobre ficou com as 200 operadoras de TV por assinatura, contra 45% das sete redes abertas e 7% das emissoras independentes. Em artigo para o *site Observatório da Imprensa*, ele sustenta que o estudo da Nielsen só comprova “a evidência de que a TV como meio massivo está com os dias contados” (ACESSOCOM, 2002, p.1). Para o jornalista, assim como “não é normal” que 200 milhões de espectadores norte-americanos vejam apenas 6 canais de TV – “é mais anormal ainda que 170 milhões vejam apenas dois ou três”, no caso do Brasil (ACESSOCOM, 2002, p.1).

Estabelecendo uma comparação entre os modelos de TV paga nos EUA e no Brasil, Hoineff critica o baixo nível da nossa TV aberta e a “grosseria e leviandade” com que o assunto é tratado pelos próprios intelectuais brasileiros. Segundo o diretor Hoineff, alguns representantes da classe intelectualizada, nos quais debatem sobre TV no Brasil, ainda insistem que “a televisão nada mais é do que uma instância reprodutora da produção cinematográfica”. Na opinião dele, o fato mostra “a dificuldade que ainda existe até mesmo em setores mais intelectualizados de entender a televisão como um veículo autônomo (portanto como um meio de expressão) transformado, como os demais, em indústria”

(ACESSOCOM, 2002, p.1). Enquanto esse “imbróglio cultural não for resolvido”, observa Hoineff, dificilmente a TV aberta terá qualidade aceitável e “de maneira alguma a TV por assinatura deixará de ser a usina de prejuízos que é neste momento”. Em seu entender, persistindo este impasse entre os próprios intelectuais, “ambas as indústrias punirão a sociedade brasileira com uma programação desqualificada, num caso, e com a dilapidação indireta do patrimônio público, em outro” (ACESSOCOM, 2002, p.1).

Sobre os pontos de audiência nos EUA, o Hoineff comenta que entre os cerca de 300 canais existentes, quase todos são originários, produzidos e operados no próprio país. Segundo ele, as plataformas de TV por assinatura que se instalaram nos por lá, tiveram como objetivo, a criação desses canais; enquanto os operadores tornaram-se prestadores de serviço e distribuidores dos canais, criando pacotes diferenciados para cada região. Neste sentido, consideram-se as demandas “da natureza plural da sociedade” ou “concentrações de grande exigência cultural”. Assim, enfatiza: o que é vendido é a programação “100% norte-americana”, com “altíssimo índice de regionalização”, a televisão por assinatura formou “centenas de redes” que alimentam “uma monstruosa estrutura de talento e mão-de-obra local” (ACESSOCOM, 2002, p.2). Em seu entendimento, conseqüentemente, as empresas dos EUA “deram certas” porque acompanharam as características da própria sociedade, ou seja, a “essência da segmentação”.

Retomando o caso da TV paga no Brasil, será que ao exemplo dos EUA, este fenômeno de segmentação poderá acontecer no país? Ainda, segundo Hoineff, este quadro dificilmente se aplicará ao Brasil. Algumas razões particulares nos impedem a tal efeito. De acordo com o jornalista, dos 170 milhões de brasileiros, menos de 3,5 milhões assinam algum sistema de TV paga simplesmente porque as mensalidades são equivalentes à metade do salário mínimo e os pacotes vendidos não interessam ao público. Outra diferença, conforme Hoineff, é o fato das grades de programação da TV paga no Brasil terem sido montadas a partir dos prestadores de serviço e em “confronto com a demanda natural da sociedade”. O jornalista também assinala que a TV paga surgiu no Brasil quando a TV aberta atingiu “seu mais baixo patamar histórico”, constituindo-se hoje em “uma das piores televisões do mundo”. Seria natural na sua opinião, o fortalecimento do mercado de TV por assinatura. Mas ele salienta que “a dicotomia entre TV aberta-baixaria versus TV paga-alto nível está longe de acontecer”, porque no Brasil as redes de TV abertas “vivem na indigência” e o modelo de TV por assinatura não leva em consideração nem as demandas da sociedade nem as “exigências mais rasteiras de compromisso social” (ACESSOCOM, 2002, p.2). Ainda explica que, observando que não é isso que ocorre nos EUA, na Inglaterra e em outros países, Hoineff sustenta que o resultado do modelo brasileiro é o nível da programação e a situação “quase falimentar de toda a estrutura de TV paga, além da humilhante ausência do Brasil nas telas brasileiras”.



Com toda esta discussão e crise da TV paga no Brasil, não foi por um acaso que por conta do “consenso da crise”, a Comissão de Educação (CE) do Senado Federal aprovou, em 05/11/2002, o projeto-de-lei nº 175/01, de autoria do Senador Ney Suassuna (PMDB-PB), que prevê a abertura total do capital societário das empresas de TV a cabo aos investidores estrangeiros, modificando a Lei do Cabo⁷. O projeto-de-lei foi aprovado e encaminhado direto para análise de duas Comissões da Câmara dos Deputados. Na época da discussão, o jornal *O Globo* (RJ), registrou a rejeição pelos Senadores em relação ao requerimento da Senadora Emília Fernandes (PT-RS), no qual defendia que a proposta de abertura de 100% do controle societário das operadoras de TV ao capital externo tivesse de ser analisado pelo Conselho de Comunicação Social (CCS). Contudo, pelo que informou o serviço de notícias *Pay-TV Time News*, Gerson Camata (PMDB-ES), relator do projeto, foi o único Senador a propor “uma alteração significativa no texto final da emenda”, modificando a redação do artigo 7º da Lei 8.977. O texto de Camata acrescentaria que “a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e de direção da programação serão privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em sintonia com a Constituição” (ACESSOCOM, 2002, p.1).

Devemos lembrar como efeito de registro que a entrada do capital estrangeiro nas concessões de TV a cabo foi aprovada menos de um mês após o Ministro das Comunicações, Juarez Quadros, do governo FHC, ter declarado que o “governo pensaria em apresentar medida provisória” propondo modificações na legislação”.

Conclusão

A questão dos meios de comunicação no Brasil, principalmente, quando esbarra em legislação, emendas parlamentares a favor de grupos midiáticos, indicam para um ponto fundamental, a falta de conhecimento da sociedade. Não há nas instâncias sociais e institucionais discussões sobre a tentativa de democratização da comunicação, sobre futuras leis e emendas. O trâmite acontece entre os poderes (Executivo / Legislativo) e grupos de mídia. Salva raras e honrosas exceções de entidades ligadas a Universidades ou grupos de pesquisa, ou grupos de discussão como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), estes assuntos acabam por não serem debatidos ou mesmo discutidos.

⁷ Lei do Cabo – nº 8.977, de 06/01/1995, que estabelecia este limite em 49%.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Políticas e Economia da Comunicação**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



Além da facilidade de se modificar leis sem o conhecimento da sociedade, a principal dificuldade está em legitimar e descentralizar estes assuntos, no que compete uma maior participação da sociedade civil.

O que mais prejudica as amplas discussões sobre democratização da comunicação é a questão do acesso à informação. Até mesmo, nas Universidades, os alunos demonstram falta de interesse – por desconhecerem os temas – ou simplesmente, por não possuírem acesso ou orientação da atualidade da comunicação: grupos de mídia, leis, regulamentação, programação, etc. Outro ponto relevante está na análise e distribuição da informação, ou seja, enquanto muitos só possuem como emissores de mensagens informativas a televisão, o rádio ou, até mesmo, o jornal local, as notícias, muitas vezes, estão comprometidos com demais interesses políticos e econômicos.

A realidade ao acesso à informação ainda nos aponta para uma dura questão: a interiorização de provedores de Internet. A Pesquisa de Informações Básicas Municipais, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostrou que somente 22,7% das cidades brasileiras possuem provedor de acesso à internet. Apesar do índice ser considerado baixo, houve um crescimento de 53% em 2001, em relação a 1999. Conforme o levantamento, 75% das prefeituras têm e-mail e apenas 25% das pesquisadas possuem página oficial na *Web*. O estudo constatou que os provedores de acesso à internet estão situados, em sua maioria, nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste. Os resultados mostraram ainda que 95,1% das folhas de pagamento, 94,1% da contabilidade e 76% dos cadastros da área de saúde dos municípios brasileiros estão informatizados. “No que toca à informatização das prefeituras do País, há uma evolução clara, o resultado é muito apreciável”, avaliou para o *site IDG Now!*

Portanto, a questão do acesso à Internet em níveis interiores e regionais não cumpre a igualdade e a facilidade da informação que possuem com mais atenção outros veículos, como por exemplo, a TV aberta e o rádio. Neste ponto, como podemos desejar uma democratização da comunicação em pauta e discussão junto à sociedade? Sendo que vários desses temas são questionados, principalmente, tendo a Internet o único meio de divulgação? Ao nosso ver, estas discussões esbarram em grupos e instituições específicos, elitizados.

Devemos destacar que esse processo dependerá da política de **Inclusão digital**. O Ministro das Comunicações defende o descontingenciamento dos recursos do Fundo de



Universalização dos Serviços de Telecomunicações (Fust) para permitir o início imediato da instalação de computadores com acesso à internet nas escolas públicas. Miro Teixeira disse ao jornal *O Estado de São Paulo* que essa será uma das prioridades do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, na área de Comunicações. O dinheiro do Fust vem sendo recolhido sobre parte das receitas das empresas de telecomunicações, mas está bloqueado por decisão judicial. “É prioridade dele (do presidente eleito) ter isso como ação de governo, possivelmente integrando outros ministérios nesta discussão. É preciso iniciar imediatamente a conexão por cabos, satélites ou rádio para que as crianças tenham acesso à internet rapidamente. Essa é a maneira de salvar gerações”, afirmou Teixeira, garantindo que não haverá omissão do governo Lula nessa área (ACESSOCOM, 2002, p.2).

A bem da verdade, estamos entregues aos interesses dos conglomerados de mídia, e que se restringe, em primeiro momento, ao capital. Muitas vezes, eles vão se modificando pela natureza do mercado e até mesmo, por uma mudança da sociedade. Todavia, este começo de século desponta para uma crise geral nas indústrias.

Contudo, serão os grupos de mídia, atrelados às instâncias políticas, que irão mapear o futuro da TV aberta, TV paga, Internet e TV digital no Brasil. A sociedade em pequenas doses, ainda não sabe de seu potencial. A democracia, como indica Paolo Flores d’Arcais, é um sistema frágil, uma exceção da natureza humana (MARTIN-BARBERO, 2001, p.81).



Bibliografia

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Medida conveniente. *Clipping* de 03/10/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Legislação alterada. *Clipping* de 03/10/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Afronta à sociedade. *Clipping* de 03/10/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Flexibilização evidente. *Clipping* de 03/10/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Imprensa e jornalismo. *Clipping* de 07/10/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Último ato. *Clipping* de 06/12/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. No pior ano de sua história, TV paga perde 101,5 mil assinantes, diz Castro. *Clipping* de 11/12/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Audiência da TV paga superou a da TV aberta nos EUA. *Clipping* de 20/12/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Exemplo norte-americano. *Clipping* de 20/12/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Modelo falimentar. *Clipping* de 20/12/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Comissão aprova 100% de capital estrangeiro na TV paga. *Clipping* de 20/12/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. IBGE mostra que 22,7% das cidades brasileiras têm acesso à internet. *Clipping* de 20/12/2002. www.acesocom.com.br

ACESSOCOM – jornalismo especializado em comunicação. Inclusão digital. *Clipping* de 30/12/2002. www.acesocom.com.br

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. Dicionário de política. Vol 1. Brasília: Ed. UnB, 1995.

CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia. São Paulo: Ática, 2001.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Os exercícios do ver:** hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: SENAC, 2001.

REVISTA BRAVO! Ano 4, nº. 46. São Paulo: Editora D'Avila, julho de 2001.

TRASFERETTI, José; LIMA, Maria Érica de O. Um ensaio provocativo: família e televisão. In: TRASFERETTI, José. **Filosofia, ética e mídia.** Campinas: Alínea, 2001.