



Saga investigativa de Daniel Herz: a pesquisa-denúncia como estratégia metodológica para construir políticas democráticas de comunicação¹

José Marques de Melo²

Resumo:

Situando-se no mesmo universo epistemológico cultivado, em meados do século passado, pela diáspora latino-americana, Daniel Herz atuou como agente emblemático da “pesquisa-denúncia” no Brasil em processo de democratização. Esse Quixote da Idade Mídia recorreu a uma estratégia investigativa que buscava superar os impasses de uma conjuntura em que se dificultava a intervenção dos movimentos sociais na formulação das políticas públicas de comunicação.

Palavras-chave: História da Midiologia. Pensamento Comunicacional Latino-americano. Pesquisa-denúncia. Políticas de Comunicação. História de vida.

Quixote da Idade Mídia

Ninguém melhor que Daniel Herz soube ocupar, com tanto carisma, motivação e competência, a vanguarda da pesquisa-denúncia no Brasil. Sua projeção intelectual deu-se, a partir de 1987, com o lançamento de um livro-reportagem, narrando a “história secreta” da Rede Globo.

Desde então, o jornalista gaúcho conquistou corações e mentes da juventude universitária, lançando um movimento nacional pela democratização da comunicação. Com o apoio da Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ – abriu espaços alternativos na mídia impressa. Ampliando a denúncia sobre as elites que monopolizam o poder nacional, através do controle das indústrias midiáticas, influenciou decisivamente nas mudanças regulatórias introduzidas nesse setor pela Constituição Cidadã (1988).

Durante a Nova República, credenciou-se para representar a sociedade civil no Conselho Nacional de Comunicação, onde atuou com habilidade e maestria, modulando o tom dos debates iniciais sobre a questão midiática. Sua principal arma, nessa batalha retórica, foi a

¹ Comunicação submetida ao GT de História da Midiologia. V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo, 2007

² Diretor-Titular da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.
www.marquesdemelo.pro.br



denúncia embasada na pesquisa documental, o que lhe deu credibilidade, garantindo também projeção no espaço público.

Para ter argumentação suficiente, no front parlamentar, criou o Epcom – Instituto de Estudos e Pesquisas de Comunicação – construindo uma base de dados sobre as misérias do sistema midiático brasileiro. Convertidas em matérias jornalísticas e distribuídas pela agência Acessocom, tais informações passaram a ser reproduzidas e comentadas, fazendo eco em todo o país. Foi justamente a aplicação ousada e criativa da metodologia da pesquisa-denúncia, nesse projeto, que motivou o júri do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação a brindar o Epcom com o troféu de Grupo Inovador 2001.

Não obstante encontrasse obstáculos poderosos (e não raro intransponíveis) para a concretização das suas teses, Daniel Herz permaneceu firme na luta, simbolizando um Quixote da Idade Mídia. Numa postura de fidalgo pós-moderno, preservou as utopias acalentadas desde a juventude. Capaz de sensibilizar até mesmo os adversários mais aguerridos, o pesquisador, que nunca deixou de ser jornalista, foi precocemente abatido num outro campo de luta. As armas letais do câncer o fragilizaram fisicamente, sem nunca afetar sua coragem cívica.

Poucos dias antes do óbito, em 13/5/1996, diretamente de Little Rock, EUA, onde tentava vencer o inimigo mortal, ele dava entrevista coletiva, através do telefone, a um grupo de repórteres pautados pelo *E-Forum*. O jornal eletrônico do Fórum Nacional pela Democratização das Comunicações preparava a edição especial n. 50, focalizando o projeto de TV Digital recentemente aprovado pelo Governo Lula. E Daniel Herz não hesitou em denunciar: é um “retrocesso que a sociedade não pode aceitar”.

Pode parecer mera coincidência, mas seu falecimento, ocorrido em 30 de maio de 1996, teve como cenário o **Hospital Moinhos de Vento**, na cidade de Porto Alegre.

Também não é fortuita a imagem de Quixote da era digital, que ele perfilou galhardamente. Essa percepção está bem nítida no depoimento que a seu respeito o Prof. Dr. Francisco Karam publicou no *Jornal da Rede Alfredo de Carvalho*, n. 67 (junho de 2006):

“Por sua condição familiar, poderia ter seguido outro caminho, mais confortável e seguro. Sua consciência e convicções não permitiam. Poderia ter se cercado de empresários e de ricos e vivido apenas neste meio. Mas cercou-se de lutadores e de desafios, onde foi, sem dúvida, o maior desafiante e o maior lutador. Vem-me à memória a cena imaginada por Airton Kanitz, um de seus numerosos amigos: “Quando vejo Dom Quixote lutando contra os Moinhos de Vento, vejo alguém de lança e a cavalo, indo contra os Moinhos. Vejo sempre o Poder, investindo, com sua lança, contra os Moinhos, ou seja, contra Daniel Herz”.

História de vida



Daniel Koslowsky Herz nasceu em Porto Alegre, no dia 29 de dezembro de 1954. Estudou Jornalismo em São Leopoldo (RS), com os jesuítas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, onde se diplomou em 1978. Dedicou-se inicialmente ao jornalismo profissional, vinculando-se à imprensa alternativa: foi correspondente do jornal *Movimento* e incorporou-se depois à imprensa diária – *Diário de Notícias* e *Folha da Manhã*.

O interesse pela vida acadêmica o levou até Florianópolis, onde a Universidade Federal de Santa Catarina iniciava um Curso de Jornalismo que pretendia ser modelar. Sua presença foi marcante, na fase inicial do projeto pedagógico, como registra a memória institucional:

“Primeiro Chefe do Departamento de Comunicação da UFSC, o jornalista [Daniel Herz](#) (...) estruturou as bases do funcionamento democrático do Curso de Jornalismo, com a implantação do inédito Conselho Paritário de Professores e Alunos e das eleições diretas para todos os cargos de chefia. Colocou o curso no mapa político do país, organizando aqui o lançamento da Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas de Comunicação.”

Fonte: <http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/historia.html>

Fez mestrado em Comunicação na Universidade de Brasília, defendendo a dissertação “A Introdução de Novas Tecnologias de Comunicação no Brasil: tentativas de implantação do serviço de Cabodifusão, um estudo de caso”, em 1983, sob a orientação do Prof. Dr. Murilo César Ramos.

Mas a sua verdadeira vocação sempre foi a política. Tanto assim que logo abandonou o claustro universitário para se lançar na arena partidária, vinculando-se ao Partido dos Trabalhadores (PT). Essa trilha o conduziu a outras frentes de luta no plano nacional: Coordenador da Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas de Comunicação (1984-1985), Coordenador da campanha da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) no Congresso Constituinte (1987-1988), primeiro coordenador do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, surgido no início da década de 90. Posteriormente, privilegiou a atuação no espaço regional: Secretário de Comunicação do primeiro governo do PT na prefeitura de Porto Alegre atuou ainda no Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio Grande do Sul, no Canal Comunitário de Porto Alegre e na Fundação Cultural Piratini Rádio e Televisão Educativa.

Restava-lhe, contudo, a consciência de que a pesquisa e a política são conciliáveis, embora sejam regidas por estatutos distintos. Por isso mesmo, fundou o Epcom - Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação, onde passou a fomentar as seguintes linhas de pesquisa como [Democratização](#) da Comunicação, Controle Público da Comunicação, Comunicação e Política, e Reflexos Sociais da Comunicação. (Fonte: Plataforma Lattes, Brasília, CNPq, 21/11/2001).

Pesquisa-denúncia

Que tipo de pesquisa realizou Daniel Herz? Sua opção tem muito a ver com a política pedagógica participativa que implementara em Santa Catarina, auto proclamada como



“pesquisa-denúncia”, situando-se no mesmo universo cultivado, nos tempos autoritários, pela diáspora latino-americana. (Marques de Melo & Gobbi, 2004 - *Pensamento Comunicacional Latino-Americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico*, São Bernardo, Editora Metodista)

Herdeira da linha de pensamento conhecida como “pragmatismo utópico”, e da corrente metodológica denominada “pesquisa-ação”, essa estratégia buscava enfrentar o beco sem saída dos regimes fechados, onde se recusava a intervenção dos cientistas sociais no planejamento do setor público. Manietados intelectualmente, os pesquisadores da comunicação introduziram alternativamente a “pesquisa-denúncia”, focalizando os aspectos cruciais dos fenômenos observados para identificar suas contradições, mapear os conflitos e visualizar as injustiças e desigualdades. Como não podiam participar do debate público nas esferas decisórias, eles canalizavam os resultados dos seus estudos para a mídia, mobilizando a consciência coletiva.

É exatamente isso que faz Daniel Herz no livro *A História Secreta da Rede Globo* (Porto Alegre, Tche, 1987), adotando uma metodologia de jornalismo investigativo que se aproxima da trama dos romances policiais. Sua tática foi a de trabalhar com documentos oficiais para adquirir confiabilidade, precavendo-se contra as refutações costumeiras por parte dos atingidos. Portanto, desvenda os bastidores e desnuda os protagonistas em cena.

Não foi difícil converter essa obra em *best-seller*, lida e comentada em todo o território nacional, catalizando o sentimento de desconforto da sociedade civil perante o sistema político.

Mas o autor não se distancia da atividade regular de pesquisa, estimulando a realização de estudos pontuais, de natureza documental, com a intenção de subsidiar a ação das lideranças cívicas e dos parlamentares coerentes com as teses da democratização midiática.

Dentre os estudos conduzidos por Daniel Herz no Epcom, sem dúvida alguma o mais representativo é o inventário “Os donos da mídia”, a propósito do qual ele concedeu esclarecedora entrevista ao *Observatório da Imprensa* ([Quem são os donos da mídia no Brasil](#) – Luiz Egipto [entrevista com Daniel Herz, 24/4/2002]).

Á pergunta do entrevistador: Qual a metodologia adotada, o tamanho e organização da equipe, e em quanto tempo o trabalho ficou pronto? – Daniel Herz contestou detalhadamente:

– *O "Relatório Donos da Mídia" procura desenhar o mapa dos sistemas de mídia no Brasil, fazendo algo que o Estado não faz e deveria fazer. Após identificar as emissoras de TV que operam no Brasil, a pesquisa apurou quais são as relações empresariais que cada uma destas mantém com grupos nacionais e regionais. Para isso, recorremos a todas as informações disponíveis: sites oficiais, sites das emissoras e dos grupos empresariais, revistas especializadas e contatos diretos com as emissoras. Os resultados dessas pesquisas apresentaram diversas contradições.*

E arrematou:



- *As informações oficiais das redes, por exemplo, tendem a superestimar suas potencialidades: apresentam diversas de suas afiliadas regionais como emissoras de TV geradoras quando, na verdade, são meras retransmissoras. Fazem isso procurando mostrar uma cobertura mais qualificada do que realmente têm. Só incluímos na pesquisa as emissoras que conseguimos identificar claramente como geradoras. Nossos números, portanto, de um modo geral, ficam um pouco abaixo do que é declarado pelas redes, pois só listamos o que conseguimos comprovar como geradoras. Uma vez listadas as emissoras de TV, identificamos a que grupos e a que rede pertencem, complementando o banco de dados com a lista dos outros veículos (emissoras de rádio AM, FM e OT e jornais) que integram estes grupos.*

Pensamento comunicacional

Uma pergunta permanece no ar: contra quais moinhos de vento lutava o nosso Quixote da era midiática ?. Ou melhor: quais são as idéias-força que integram e fortalecem o legado comunicacional de Daniel Herz ?

Não é fácil sintetizar suas teses principais, tendo em vista que ele não teve tempo suficiente para sistematizar suas reflexões midiáticas. Consciente do tempo limitado de que dispunha e comprometido com a transformação do sistema que criticava radicalmente, Daniel Herz priorizou a ação. Deixou aos seus discípulos e seguidores a tarefa de ordenar o seu pensamento e de fazer a exegese necessária, confrontando os atos, os fatos com as idéias e as intenções.

Na tentativa de esboçar uma cartografia intelectual, vamos reunir alguns conceitos, idéias e propostas explicitados nas entrevistas concedidas a Luiz Egipto (Observatório da Imprensa, 2002), Daniel Possedon (Pay TV, 2003) e E-Forum (FNDC, 2006).

Função social da mídia - *Como função social, nós entendemos o atendimento às demandas de conteúdo da população brasileira, o que está inclusive sustentado constitucionalmente, estabelecendo os direitos da sociedade a ter acesso a entretenimento, lazer, informação cultural, comunicação e capacitação e promoção da cidadania. Nessas quatro áreas, é preciso que os sistemas de comunicação, como um todo, respondam às necessidades da sociedade. Isso diz respeito à função social dos veículos de comunicação, que deve ser estabelecido. Isso não implica restrição ao conteúdo ou à liberdade de expressão, que deve ser a mais ampla possível, mas ao atendimento e ao cumprimento do papel social que cabe aos veículos de comunicação social. (2006)*

Inclusão digital - *Existem projetos de bastante qualidade desenvolvidos por diversos governos estaduais e municipais e também algumas definições do governo federal que são bastante promissoras. Mas o que se percebe ainda é uma falta de integração nestes projetos e, sobretudo, a falta de uma visão estratégica sobre o conjunto do desenvolvimento da digitalização no país. Por exemplo, o acesso à cidadania digital exige não só equipamentos de informática como também, principalmente, acesso a redes de banda larga. Só pra citar um exemplo da falta de estratégia do governo federal, nós constatamos que os serviços de TV a cabo, atualmente, que têm dois milhões de assinantes,*

têm os cabos instalados na frente de mais de 11 milhões de domicílios. Isso porque não é cumprida a Lei da TV a Cabo, que estabelece o direito do cidadão de ter acesso aos serviços de TV a cabo, portanto, às redes de banda larga, com a assinatura de um pacote básico, que segundo estabelece a regulamentação, poderia ser até seu valor tabelado pelo Poder Executivo. No entanto, este direito não é assegurado ao cidadão. Isso mostra como a possibilidade de acesso à rede de banda larga, portanto, à objetiva cidadania digital, não está garantida. Temos um longo caminho ainda a percorrer, em termos de inclusão digital, entendendo que inclusão digital significa não só disseminação de equipamentos, mas, sobretudo, acesso à redes que permitam essa inclusão. (2006)

Lula x FHC - *O governo Lula não mostrou a existência de um projeto estratégico para a área de comunicação social, apesar das inúmeras propostas que emergiram neste sentido, inclusive do FNDC, que apresentou um projeto para desenvolvimento da comunicação social no Brasil, e, embora tivesse sido aprovado pelo PT, essa proposição, nas definições programáticas, sequer foi divulgada publicamente e muito menos implementada. Não tivemos a transformação que poderíamos ter feito, tanto no sentido do desenvolvimento mais saudável, do ponto de vista econômico e democrático do sistema privado e também dos sistemas público e estatal, como estabelece a Constituição. Portanto, não tivemos transformações significativas no setor de comunicação social. Em relação ao debate da digitalização, a criação do SBTVD não foi cumprida, porque o próprio decreto que estabelecia a participação da sociedade não foi cumprido. É um processo que ainda está inconcluso, que pode ser ainda revertido, mas a verdade é que prosseguiu uma insensibilidade do governo em relação à importância da comunicação social e das possibilidades do governo federal de estabelecer ações que pudessem ampliar o grau de democratização dos sistemas no Brasil. (2006)*

Produção audiovisual - *É preciso lembrar que até a consolidação do mercado de TV paga, a realidade era de resistência ao conteúdo nacional independente. A TV aberta não queria ser invadida por essa produção por uma visão estratégica, própria e característica. A TV paga quer e precisa ser inundada por produção independente, desde que seja um conteúdo consistente, competitivo e com padrão de qualidade que provoque interesse e rivalize com as produções estrangeiras, absolutamente majoritárias hoje. A percepção de que temos a oportunidade de criar uma verdadeira indústria audiovisual nacional é algo que ainda não faz parte do mercado de TV paga, mas que precisa ser encarado. (2003)*

Capital estrangeiro - *Sem dúvida nenhuma, o enquadramento dos operadores de cabo tem que ser no ramo de negócios da televisão, não das telecomunicações. Comparar com telecomunicações é desqualificar o papel do operador de TV a cabo. É como se ele fosse apenas um retransmissor de mensagens produzidas por terceiros. Isso pode até acontecer hoje, mas porque o mercado é muito concentrado e os operadores estão reféns de basicamente duas ofertas de programação. Mas o operador de cabo tem poder de ser um programador, até pela definição legal. Dizer que ele é apenas um agente de telecomunicações é insustentável e pouco sério. (...) A integração é necessária no sentido de racionalizar a infra-estrutura. Mas é importante dividir as funções. Não cabe às empresas de telecomunicação serem provedoras de conteúdo, por exemplo. Não acontece com as operadoras de TV a cabo que, por lei, podem fazer conteúdo. Essa divisão de*



funções é importante e precisa ficar clara quando se fala em integração, sob pena de termos a programação no Brasil decidida por botões na Espanha, EUA. (2003)

Canais da sociedade civil - *Eles ainda sofrem da falta de tradição, das dificuldades de financiamento e inúmeras outras dificuldades de viabilização. Eles sinalizam para a sociedade possibilidades que ainda não foram integralmente alcançadas. Esses canais, sobretudo os universitários, vêm amadurecendo, e isso leva tempo mesmo. Existem, entretanto, outros canais que ficaram descaracterizados e que teriam um impacto significativo no mercado. Estou me referindo aqui ao canal de uso eventual, que não foi adequadamente esclarecido na regulamentação, e também aos 30% do total de canais que deveriam ser reservados a terceiros. As regras hoje geram um grande número de interpretações. Esses dois tipos de canais deveriam possibilitar a qualquer empresa a aquisição de tempo ou canais nas operações. Isso acabou não acontecendo. Hoje, quando perguntamos aos produtores de conteúdo audiovisual por que eles não usam esses canais, eles ficam surpresos. Pensam que só podem veicular suas produções pelo Canal Brasil, por exemplo. (2003)*

Os donos da mídia – *No sentido estrito com que empregamos a expressão e considerando o recorte que fizemos do mercado, os "donos" da mídia no Brasil são as famílias que controlam as redes privadas nacionais de TV aberta e seus 138 grupos regionais afiliados, que são os principais grupos de mídia nacionais. 1) Aos grupos "cabeça-de-rede" (geradores de programação nacional) das maiores redes de TV – Globo, Record, SBT e Bandeirantes – somam-se, como grandes "donos da mídia" do país, alguns outros poucos grupos. Entre estes a Editora Abril, que domina 69,3% do mercado de revistas e 14% do mercado de TV por assinatura. Também podem ser referidos os grupos paulistas O Estado de S.Paulo e Folha de S.Paulo, com forte presença no mercado de jornais, representando, apenas estes dois, cerca de 10% da tiragem de todos os jornais diários existentes no país. Este é o "primeiro time" dos "donos da mídia". Os grupos deste "time" que não têm presença no mercado de TV aberta não foram abrangidos nesta etapa do "Relatório Donos da Mídia", o qual, nesta primeira edição, concentrou-se no sistema constituído a partir das redes de TV, que representa a parcela da mídia que, além de ser a economicamente mais significativa, também é a que tem a mais forte influência cultural e política no país. 2) O "segundo time" dos "donos da mídia" é composto por alguns grupos nacionais e regionais com presença econômica ou política expressiva (como os grupos nacionais Jornal do Brasil e Gazeta Mercantil, por exemplo, e os fortes grupos regionais RBS e Jaime Câmara, entre outros). 3) No que pode ser definido o "terceiro time" dos "donos da mídia" encontram-se os grupos regionais afiliados às redes de TV que, via de regra, são os maiores e mais influentes nas suas regiões, justamente por suas relações sinérgicas com a mídia televisiva.*

4) Finalmente, há ainda um "quarto time" de pequenos "donos da mídia" integrados por grupos regionais ou por veículos independentes não beneficiados por ligações com o elemento mais dinâmico do mercado, que é o segmento de TV. Estes operam regional e localmente, de forma independente das redes, jornais e emissoras de rádio, disputando as sobras do banquete. Não são poucos os veículos desvinculados das redes de TV aberta: 436 jornais diários, 1.487 publicações com outras periodicidades, 1.460 emissoras de rádio AM e 1.225 de rádio FM, além de 59 emissoras de rádio em Onda Curta (OC) e 70



em Onda Tropical (OT). Observadas as diferenças de poderio econômico e de influência política e cultural de cada um dos "times" aqui descritos e dos seus empreendimentos, todos estes grandes, médios e pequenos "donos da mídia", de um modo geral, tendem a se impor diante da sociedade, como fontes de poder que autonomizam, desenvolvem uma interpretação particular do interesse público a que deveriam atender, e encontram nos indivíduos, e mesmo nos setores organizados da sociedade, uma postura passiva, mais de consumidores do que de cidadania. Por isso, no Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, defendemos que uma das primeiras tarefas nesta luta é a de transformar os indivíduos de consumidores em cidadãos, diante da mídia. (2002)

Propriedade cruzada - *O predomínio da TV no mercado de mídia, acentua-se com a inexistência de quaisquer restrições à propriedade cruzada – propriedade simultânea de TV, rádio, jornal, televisão por assinatura etc. – fazendo com que a concentração e a oligopolização sejam ainda mais intensas. Sem restrições à propriedade cruzada o Brasil apresenta como únicos limites ao acúmulo da propriedade de veículos de comunicação os estabelecidos no Decreto-Lei 236, de 28/2/67 – os quais, aliás, são desrespeitados impunemente pela maior parte dos grandes grupos de comunicação do país, com a omissão dos Poderes Executivo, Legislativo, Judiciário e da Procuradoria Geral da República. A inexistência de restrições à propriedade cruzada permite que as redes nacionais de TV aberta se constituam como um elemento aglutinador e instrumento hegemônico de um sistema de mídia que, no total, inclui entre emissoras de rádio e TV e jornais, 667 veículos de comunicação. Esta faculdade oligopolizadora define as bases da estruturação do sistema de mídia no país e condiciona seu contorno econômico, político e cultural. (2001)*

Latinoamérica - *A situação do Brasil é típica da América Latina, onde existe uma grande concentração das verbas publicitárias em mídia eletrônica, especialmente na TV, em detrimento dos investimentos em mídia impressa. Ao contrário dos maiores mercados – encontrados nos países do chamado "primeiro mundo", nos quais os investimentos em mídia impressa (jornais e revistas), quando somados, geralmente superam os dirigidos à TV –, na América Latina verifica-se o contrário, com os investimentos publicitários em TV superando os realizados nas demais modalidades de mídia. No Peru, por exemplo, considerando os dados de 2000, os investimentos em TV representaram 81,4% do total da verba de mídia. Neste mesmo ano, na Argentina, a TV absorveu 41,4%, destes investimentos, sendo necessário lembrar que 13,7% foram deslocados da TV aberta para a TV por assinatura, portanto persistindo na mídia eletrônica. No Brasil, em 2001, 57,3% foram destinados à TV. Fatores culturais (analfabetismo, hábitos arraigados gerados pelas facilidades de acesso à mídia eletrônica) e econômicos (a falta de poder aquisitivo decorrente da concentração da renda é o principal) resultam nesta hipertrofia da TV em detrimento da mídia impressa. A predominância dos empreendimentos de TV, por serem de capital intensivo, tem como conseqüência a constituição de mercados tendencialmente concentrados e oligopolizados. No Brasil, 4 dos 6 grupos "cabeça-de-rede" exorbitam os limites de propriedade das emissoras de TV estabelecidos na legislação vigente (Globo, SBT, Bandeirantes e Record). O mais relevante, entretanto, não é o que estes grupos controlam diretamente, mas como o fazem através de draconianos contratos mantidos com os grupos afiliados regionais, que permitem às redes nacionais de TV aberta, detendo*



apenas 47 emissoras de TV VHF próprias, hegemonizarem a atuação de 249 emissoras de TV dos 138 grupos que figuram como afiliados regionais. Estas são relações que não são sujeitas a regras ou políticas públicas.

O homem e as circunstâncias

Para compreender o homem, já dizia a filósofo espanhol Ortega y Gasset, é preciso entender as suas circunstâncias. Por isso mesmo, torna-se indispensável recolher depoimentos e impressões sobre o ser humano e o sujeito político. Quais eram suas idiossincrasias: hábitos, costumes, preferências, tristezas e alegrias de Daniel Herz ?

Grande amigo -- *Acredito que qualquer palavra para definir o Daniel vai ser sempre muito pouco. Ele vai ser sempre lembrado como um grande amigo, um grande jornalista e um mestre para muitos de nós, não só na maneira como ele se comportou intelectualmente em relação aos grandes temas nacionais, mas como uma grande lição de vida. Foi uma pessoa que nunca negou doar. Muito. Do que ele podia e do que ele sabia. (Beth Costa, Jornalista, TV Globo, 1/6/2006)*

Aprendiz ou mestre ? – *Eu tive um privilégio na vida, que foi ter iniciado minha carreira acadêmica, pós-doutorado, numa circunstância do destino que foi decisiva para mim, em que eu orientei a tese de mestrado do Daniel. E assim eu conheci o Daniel Herz. Numa condição que até hoje eu não sei se eu fui orientador dele ou se ele me orientou. Porque a partir dali, daquele trabalho que nós fizemos juntos, que gerou a dissertação dele, pela Universidade de Brasília, que gerou o livro História Secreta da Rede Globo, que é o primeiro capítulo da dissertação de mestrado dele; talvez eu tenha passado a orientar o meu trabalho acadêmico, que foi feito sempre ao lado dele e com ele, na militância do movimento pela democratização da comunicação, no período da Constituinte, em 1987, 1988, na histórica jornada da TV a Cabo, mais recentemente, e todas as jornadas posteriores e atuais, então eu devo, como pessoa e como acadêmico, muito ao Daniel, apesar de, na aparência, ter sido uma relação em que eu seria o orientador e ele o orientado. Eu tenho um carinho enorme pelo ser humano, pela pessoa que o Daniel era. Ter sido amigo do Daniel, é uma das circunstâncias da minha vida que eu vou guardar com mais carinho no meu coração. (Murilo César Ramos, professor, UnB, 1/6/2006)*

Páginas amargas - *A primeira resenha acadêmica que escrevi foi justamente sobre uma dissertação de mestrado de um jovem jornalista gaúcho, de nome Daniel Herz. Ele entrava fundo nas relações promíscuas que marcaram a implantação da Rede Globo no Brasil. Com a competência de um pesquisador sênior, inventariava criteriosamente as nuances de uma das páginas mais amargas da história dos veículos de comunicação no país. A dissertação transformou-se em livro. Mas acho que fui o pioneiro em divulgar o trabalho do Daniel numa revista acadêmica. Fato que ele generosamente me agradeceu, anos depois, quando apertei sua mão pela primeira vez. (Adolpho Queiroz, Vice-Presidente da INTERCOM, 20/10/2006)*

Poder e angústia - *Lembro de Daniel como aquele que poderia ter sido o ministro das Comunicações, com conhecimento de causa, e com o Poder que não teve, institucionalmente, de executar mudanças para a sociedade se enxergar melhor e*



participar mais qualificadamente das grandes decisões nacionais. Lembro de Daniel incansável nos últimos 23 anos. Mesmo quando teve de assumir empresas familiares, dividia-se e desdobrava-se em muitos para atender tanta demanda sem abandonar suas convicções. Não foram poucos os momentos em que esteve angustiado, sem transparecer, diante de tomada de decisões, como as que o levaram a sair das empresas algumas vezes e retornar às lides políticas em seu melhor sentido, com P maiúsculo. (Francisco Karam – Professor de Jornalismo, UFSC, 1/7/2006)

Militante da verdade - *Daniel apontava claro e altissonante os resultados da extensa pesquisa que realizara sobre o acordo da Time-Life com a Rede Globo, que acabara de virar livro. Isto se deu no início dos anos 1990. Com discurso seguro e determinado, externava sua obsessão em revelar o que aquilo representou para o país, sobretudo nas suas entranhas escamoteadas pela imprensa. Seus olhos faiscantes e sua voz forte sublinhavam o que era necessário desnudar. Aliás, sua fala dura e clara sempre martelava nossos ouvidos publicamente, trazendo aos interlocutores a memória como D. Herz se perenizou: destemido, articulado, culto, sério e incisivo, mas sobretudo, um militante da verdade. Sua argúcia e segurança revelavam um patriota sensível e incansável. O que o motivou até seus últimos dias. (S. Squirra, Diretor da FACOM / Metodista, 19/10/2006)*

Ativista da transformação - *Sou membro da World Association for Christian Communication (WACC) há 11 anos. Daniel Herz foi um dos convidados da WACC para seus eventos de capacitação e discussão sobre temas urgentes relacionados à democratização da comunicação no Brasil. O que mais impressionou naquele ano de 1996, em Florianópolis (SC), foi a capacidade de Herz articular história, ciência política e comunicação de uma forma profunda e, ao mesmo tempo, didática, relacionando esses diferentes campos do conhecimento com os desafios brasileiros para superação de uma sociedade marcada pela injustiça e desigualdade. A presença de Herz se somou aos livros e artigos lidos, de sua autoria, para marcar a vida dos membros de WACC no Brasil e reforçar a atuação da organização, com vistas aos Princípios Cristão da Comunicação (www.wacc-al.net), fundados na ética humanista. Daniel Herz ficou marcado como um pesquisador, pensador e ativista, perfil de atuação que demonstra a necessidade de muitos acadêmicos repensarem sua forma de inserção na realidade e colaboração com a transformação social. (Luciano Sathler – Vice-Presidente para América Latina da World Association for Christian Communication, 23/10/2006)*



Mito e Paradigma

Conheci Daniel Herz em 1980, quando coordenava o Congresso sobre Comunicação e Educação Popular, realizado no campus Rudge Ramos da hoje Universidade Metodista de São Paulo. Ele acabava de assumir a chefia do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina, pretendendo levar para Florianópolis o próximo congresso promovido pela União Cristã Brasileira de Comunicação Social, entidade que eu presidira no biênio 1974-1976. Procurou-me especialmente para pedir apoio ao seu pleito, argumentando com firmeza e simpatia.

Desde então, mantivemos uma relação intelectual fértil e gratificante, embora nem sempre coincidente nos pontos de vista. Mas o respeito mútuo preservou o nosso diálogo e a cooperação intelectual. Participante assíduo dos Congressos Brasileiros de Ciências da Comunicação, promovidos pela INTERCOM, ele me procurava para expor os avanços e os recuos na batalha pela democratização da mídia. Era um lutador tenaz que nunca perdia a oportunidade de conquistar apoios estratégicos e de ampliar as alianças táticas.

Por isso mesmo, depois de reunir declarações dos colegas jornalistas e professores sobre personagem tão emblemático, sinto-me no dever de acrescentar um depoimento pessoal:

Daniel Herz entrou para a Mitologia antes de ingressar na História. Seu quixotismo empolgou a geração que chegava à universidade no fim do regime militar e no começo da nova redemocratização. Não lhe foi difícil arregimentar o grande exército dos paladinos da democratização midiática. Dos arautos das rádios livres aos profetas da inclusão digital, ele conseguiu manter acesa a chama da esperança num contingente que estava condenado a padecer na fila do emprego por falta de vagas nas indústrias midiáticas. Seu mito foi se alastrando pelo Brasil inteiro até que garantiu seu lugar na nossa História. Refiro-me ao episódio de instalação do Conselho Nacional de Comunicação no ocaso dos governos de transição. Tenho a impressão de que não fosse sua persistência, sua obstinação, sua tenacidade, o Conselho ainda continuaria a ser letra morta... E muito embora tenha influído residualmente nas políticas públicas, configura hoje um espaço irremovível da cena política brasileira. O Conselho tem a cara de Daniel Herz. Infelizmente sua luta pela vida nas paragens do Tio Sam arrefeceu o ímpeto de estar naquela linha de frente, no Planalto Central. E apesar das frustrações políticas como a que extravasou na sua última entrevista, Daniel Herz não renunciou jamais à utopia. Nesse sentido ele se tornou paradigma para quem pretende continuar participando da batalha pela comunicação democrática no Brasil.

Bibliografia consultada:

Gomes, Pedro Gilberto & Piva, Márcia Cruz
1988 – *Políticas de Comunicação: participação popular*, São Paulo, Paulinas

Gomes, Pedro Gilberto; Bulik, Linda & Piva, Márcia Cruz
1989 – *Comunicação, memória & resistência*, São Paulo, Paulinas

Herz, Daniel



1987 - *A História Secreta da Rede Globo*, Porto Alegre, Tche

Ianni, Octávio

1992 – *A idéia de Brasil Moderno*, São Paulo, Brasiliense

1993 – *O labirinto latino-americano*, Petrópolis, Vozes

Marques de Melo, José & Gobbi, Cristina

2004 - *Pensamento Comunicacional Latino-Americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico*, São Bernardo, Editora Metodista