



Reflexão sobre as mídias pública, privada e estatal: um ganho para a democracia¹

Fernanda Medeiros Campos²
Universidade Federal do Pará – UFPA

Resumo:

A partir da análise do contraponto entre mídias pública, privada e estatal, quer-se mostrar que, se grupos reduzidos dominam os impérios de comunicação, são eles que ditam as regras de todo o sistema simbólico de informações passado por seus profissionais e equipamentos. Tem-se, desde então, o controle da informação, tão prejudicial para a sociedade, uma vez que, omitindo dados em uma balança alterada, contribui para homologar a desigualdade e inibe o homem de um bem fundamental: o direito à informação, que lhe faz lutar pelo direito à educação, saúde, moradia e, enfim, pela dignidade. Vai se destacar, ainda, que a elaboração de políticas públicas, em meio a esse quadro, é urgente, pois elas são formas de concretização dos Direitos Humanos.

Palavras-chave: Políticas públicas, privado, estatal, direitos humanos

A concentração do poder dos grandes impérios de comunicação nas mãos do capital privado e estatal tem gerado uma história problemática envolvida no produzir e veicular de informações. O controle da informação deixa margem no exercício da democracia e na formação dos cidadãos.

A elaboração de políticas públicas, em meio a esse quadro, é urgente, pois elas são formas de concretização dos Direitos Humanos. Garantindo a participação social na elaboração de uma Lei que faça dos meios de comunicação um bem público, a Constituição estará, de fato, atendendo a demanda requerida para o bem comum. Aí sim, ter-se-á na Constituição não apenas um texto bem escrito, e sim a garantia do exercício dos direitos individuais e da cidadania para todos.

Para a mobilização social, este artigo aponta para a necessidade de um debate mais profundo sobre a necessidade de se estimular a criação de um sistema de mídia público, a partir de políticas públicas, tanto no meio acadêmico - não somente de comunicação social, como também de outros campos, a exemplo de direito e ciências sociais -, quanto nos órgãos públicos, nas grandes empresas de comunicação e organizações da Sociedade Civil.

O histórico das concessões no Brasil e suas implicações

Na década de 20, quando se alastra a difusão do rádio, o governo passa a ter o novo meio de comunicação como mecanismo de exercício de poder, de favorecimento de seus interesses. Na Era

¹ Trabalho apresentado ao GT de Práticas de Comunicação, do VI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte;

² Fernanda Campos: Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, na UFPA. fernanda.campos@yahoo.com.br;



Vargas no Brasil – a também Era do Rádio -, por exemplo, o Estado tinha o controle absoluto sobre a informação.

Na tentativa de garantir o poder sobre o bem simbólico, a política de comunicação que será atribuída ao rádio e à TV, no Brasil, determina que a radiodifusão e as telecomunicações equivalham a um serviço público de responsabilidade do Estado. No entanto, um serviço não pode ser público estando integralmente nas mãos do Estado ou atendendo seus interesses quando este faz concessões.

Como afirma Waldenyr Caldas, em *Cultura de Massa e Políticas de Comunicações (1987)*, a Lei Federal nº 4117, criada em 27 de agosto de 1962, determina, entre outras coisas, que os postulantes a uma concessão gozem de plena idoneidade moral e que provem ainda possuir os recursos técnicos e financeiros para o respectivo empreendimento.

Mas os critérios para a escolha de concessões no Brasil são meramente políticos. O Estado, em vez de garantir os direitos humanos básicos da sociedade – como à informação de qualidade e desinteressada -, na busca também de acúmulo de capital, pouco segue os critérios previstos em Lei, e sim faz as concessões de acordo com seus interesses e das empresas, pouco importando o futuro receptor de informações. Hoje, o Estado tem autonomia de direito sobre os meios de comunicação, mas na prática está submisso ao capital privado.

As empresas e o Estado são grandes vilões que negociam abertamente o controle da informação. Ganha a concorrência por uma concessão quem paga mais, quem vai sustentar a ideologia do governo da vez. Em troca, o Estado faz um grande repasse de verba em forma de anúncio às empresas de comunicação.

Mídias pública, privada e estatal: a falta de interesse do Estado e do capital privado na criação de uma mídia pública

No Sistema Capitalista de Produção, o acúmulo de capital é a base reguladora do funcionamento sócio-econômico. Para obtenção de lucro, é primordial à classe dominante a propriedade dos meios de produção e apropriação da mais-valia. Mas todo esse processo só é possível se o poder cultural – podendo estar representado pelos meios de comunicação - determinar normas ideológicas que provoquem o consenso entre as forças de trabalho e, se ainda assim não alcançar seu objetivo, vale usar de mecanismos coercitivos – a exemplo do exército, polícia e demais aparelhos repressivos – para manter a ordem.

“A propriedade dos meios de produção e a capacidade de apropriar-se do excedente é a base de toda hegemonia. Entretanto, em sociedade alguma a hegemonia de uma classe pode sustentar-se unicamente mediante o poder econômico...Não existe classe hegemônica que possa assegurar durante muito tempo o seu poder econômico apenas com o poder repressivo. Entre ambos desempenha um papel chave o poder cultural” (Nestor Garcia Canclini, 1983).

Como todos os outros instrumentos criados pelo sistema capitalista, os meios de comunicação visam ao acúmulo de lucro que favoreça a desigualdade de classes. Os novos instrumentos trabalham a conjuntura ideológica para a não rejeição das normas postas pelo sistema, por isso, alienam a massa e levam uma programação mais composta de entretenimento do que de reflexão. O Estado e o Capital Privado são algumas das forças de produção interessadas na obtenção de lucro e que reforçam essa ordem.

O contraponto entre mídias privada, estatal e pública é um reflexo desse sistema. O jornalista e professor da Universidade de Brasília, Venício de Lima, defende que a primeira está vinculada ao capital privado, a segunda ao capital do Estado e a terceira demandaria investimentos da sociedade como um todo: ouvinte/ leitor/ telespectador, iniciativa privada e Estado. Este último tem o dever de apoiar a mídia pública através de incentivos fiscais e de outros investimentos.





“... nunca é demais lembrar que o artigo 223 da Constituição de 1988 estabelece especificamente o princípio da complementaridade dos sistemas: privado, público e estatal de radiodifusão. Incentivar ou financiar a construção de um sistema público de mídia no Brasil é, portanto, um imperativo constitucional” (Venício de Lima, 2006).

Parece utópico falar em uma mídia pública, mas ela é meramente possível, visto que o Estado é um dos grandes financiadores da mídia privada hoje, podendo repassar tais investimentos para a mídia pública. O apoio do Estado ao capital privado é totalmente questionável, porque neste aspecto atende aos interesses de uma elite minoritária, contribuindo para desigualdade, em detrimento do gozo da liberdade e, com ela, o direito à informação de todo cidadão.

Mas não é interesse do capital privado e tampouco do Estado um sistema de mídia pública. A Mídia Privada, a cada dia, investe uma gama sem tamanho de verba em uma programação de entretenimento. O resultado é muito satisfatório para o capital privado, porque, prendendo o público dessa forma, além de alcançar – não em sua totalidade – a alienação, consegue vender o produto de seus anunciantes e estes continuam patrocinando e repassando o acúmulo de poder econômico ao capital privado à frente dos meios de comunicação.

O Estado, que também é força integrante do Sistema Capitalista, vende um discurso de que a mídia estatal é sinônimo da pública, mas não é. Não é por acaso que se vê na grade de programação de TV's estatais, por exemplo, um discurso que sempre enaltece o governante da vez, deixando de lado as críticas e fechando as portas para a oposição, fundamental para a base de um país democrático. Não havendo embate, jogo de idéias, promove-se o repasse do monopólio de verdades do Estado para a sociedade.

A necessidade de elaboração de políticas públicas

“Meios de comunicação social”. Como o próprio nome remete, os meios são vias que possibilitam o ato de comunicar no seio social. Mas quem compõe a sociedade? Aqui, ficaríamos horas definindo seu cerne, entretanto nos basta definirmos suas principais forças: Estado, capital privado, Organizações da Sociedade Civil e o que vamos chamar de “indivíduo comum”.

Ao que parece, os instrumentos de comunicação poderiam estar a serviço de todo cidadão social no transpasse de conhecimento, na defesa de sua dignidade plena e vigilância de outros campos sociais, a fim de fazer prevalecer a justiça e a luta contra exclusão. Não é o que acontece na realidade, quando se vê a administração dos grandes veículos de comunicação nas mãos do Estado e do Capital Privado.

Se o que deveria ser um bem público está sob controle de minorias, então, se faz urgente a criação de políticas públicas, que permitam a democratização da mídia. Para Maria Paula Dallari Bucci, as Políticas Públicas...

“... funcionam como instrumentos de aglutinação de interesses em torno de objetivos comuns, que passam a estruturar uma coletividade de interesses. Segundo uma definição estipulativa, toda política pública é um instrumento de planejamento, racionalização e participação popular. Os elementos das políticas públicas são o fim da ação governamental, as metas nas quais se desdobra esse fim, os meios alocados



para a realização das metas e, finalmente, os processos de sua realização” (Maria Paula Dallari Bucci, 2002).

A partir desse pressuposto, tendo em vista a falta de interesse inicial do Estado e do capital privado na criação de uma mídia pública, é fundamental que as Organizações da Sociedade Civil elaborem estratégias para preenchimento dos espaços normativos que determinam o oligopólio da informação por pequenos grupos, através da elaboração de princípios e regras, que tenham como meta a exigência de investimento do Estado, o qual tem o dever de garantir, através da democratização da informação, o bem comum do povo situado no território brasileiro.

As políticas públicas vão permitir que o indivíduo exerça o direito de ação e exija do Poder Judiciário, medidas em relação ao descumprimento do princípio jurídico que garanta a democratização da informação desde sua natureza até a veiculação, de tal modo que os governos terão que encartar os princípios elaborados em seus programas de ação, frente às exigências do Ministério Público, o representante da sociedade na concretização dos Direitos Humanos.

Depois de elaboradas as políticas públicas, é necessário que delas sejam feitas uma Lei, para que não haja o risco de, durante as substituições de governo, os princípios elaborados serem revogados.

Os benefícios e o funcionamento ideal da mídia pública

Para se criar um sistema de mídia público, primeiramente deve-se criar uma Lei sem brechas que determine tal processo. Depois, começando pelo Estado, este pode reduzir significativamente o financiamento da mídia privada comercial através de anúncios e reaplicar esses investimentos em patrocínios, publicidade, empréstimos e incentivos fiscais à mídia pública.

É obrigação da sociedade, como um todo, a criação de um sistema de mídia público. Por isso, as empresas precisam entender que investir nesse tipo de mídia também é uma forma de investir em projetos sociais e, porquanto, o Estado pode oferecer-lhes também algumas vantagens fiscais. Parte dos impostos arrecadados anualmente poderia também ser investida neste bem público.

O controle e a elaboração da programação de uma TV pública, por exemplo, poderia competir a um conselho eleito por representantes dos mais diversos segmentos sociais, sendo que o objetivo principal do conteúdo televisionado seria valorizar e enaltecer a conscientização para o enfrentamento dos problemas sociais e luta pela garantia dos direitos individuais de todo homem e de toda mulher à liberdade, educação, emprego e dignidade.

Os anúncios também deveriam estar inseridos no propósito das políticas sociais. As propagandas deveriam ser totalmente voltadas para um efetivo combate a males



como doenças, alertar continuamente à vigilância do governo, enfim, anúncios só teriam sentido se fossem meramente educativos.



Considerações finais

No Brasil, está afixado na Constituição, quando se trata de meios de comunicação, um texto que demonstra ambigüidades em seu próprio conteúdo. A lei de concessões de exploração dos serviços da radiodifusão e telecomunicações fala de um sistema de mídia público, que está nas mãos do Estado. Primeiramente, a população precisa ter consciência de que um bem público é de propriedade da sociedade e, portanto, cabe a ela, estando representada por vários órgãos – e não apenas pelo Estado –, a administração desse bem, que neste caso trata-se da informação: a fonte preciosa de democracia.

A nova Era do Capitalismo Informacional tem na informação e na tecnologia a base de sustentação do acúmulo de capital e, por consequência, a manutenção da desigualdade de classes. O interesse econômico de grupos minoritários e do próprio Estado seria totalmente prejudicado com a criação de um sistema de mídia pública, uma vez que a população, se estiver devidamente informada para contestar o que lhe é de direito, reduziria ou até mesmo excluiria a possibilidade de pequenos grupos estabelecerem em uma única via as regras de uso dos meios de produção. Aí seria feita uma luta meramente democrática.

Mas, se o Estado e o Capital Privado não têm o mínimo interesse na mídia pública, cabe aos outros setores sociais a promoção de um debate sobre este problema, deixado à margem propositalmente. Os educadores podem estar mais informados sobre a temática e tê-la no cronograma de aulas de cidadania nas escolas públicas e privadas. As Organizações da Sociedade Civil também podem movimentar as bases, educando a massa para o bem que lhe traria o não controle da informação. O Estado e o Capital Privado seriam pressionados a repensar suas práticas.

Uma vez criada a mídia pública, esta seria vigilante das empresas de comunicação comerciais, já que, se por interesse do capital privado uma informação fosse omitida, a mídia pública não teria a mesma atitude; poderia veicular a informação e ainda denunciar a omissão, o que provocaria a perda de credibilidade da grande imprensa. O Capital Privado teria que atender a democracia ou teria ameaçada sua estabilidade. Por outro lado, os governantes também seriam, a todo momento, democraticamente



monitorados. No momento em que defendessem um projeto, a proposta seria amplamente debatida pelos mais variados setores. Um ganho para a democracia!



Referências Bibliográficas

CANCLINI, Nestor García. *La globalización imaginada* México-Buenos Aires-Barcelona: Paidós, 1999.

CANCLINI, Nestor García. *Políticas Culturais na América Latina*. São Paulo, Novos Estudos CEBRAP, 1983.

DIZARD Jr., Wilson — *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BUCCI, Maria Paula Dallari, *Direito Administrativo e Políticas Públicas*. São Paulo: [Saraiva](#), 2002.

CALDAS, Waldenyr, *Cultura de Massa e Políticas de Comunicações*. São Paulo: Global 1987.