

Gláucia da Silva MENDES

Universidade Federal do Rio de Janeiro – Rio de Janeiro, Brasil

Políticas de comunicações no Brasil: onde passado, presente e futuro (?) se encontram

Políticas de comunicación en Brasil:
donde pasado, presente y (¿) futuro (?)
se encuentran

Communication policies en Brazil:
where past, present and future (?) meet

Resenha de:

LIMA, Venício A. de.

Política de comunicações: um balanço dos
governos Lula [2003-2010].

São Paulo: Publisher Brasil, 2012, 328 p.

ISBN: 978-85-859-3871-0

Recebida em: 10 jul. 2012

Aceita em: 09 dez. 2012

Doutoranda em Comunicação e Cultura pela
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); mestre
em Comunicação e jornalista pela Universidade
Federal de Juiz de Fora (UFJF).

Contato: gs_mendes@yahoo.com.br

Quando publicou “Mídia: teoria e política”, Venício de Lima chamou atenção para a persistência de um antigo traço da mídia brasileira, que se manteve a despeito das mudanças pelas quais passaram as políticas de comunicações em âmbito global: o domínio do setor por um reduzido número de grupos familiares, aliado às velhas elites políticas regionais. Mais de uma década depois, não é muito diferente o quadro delineado em “Política de comunicações: um balanço dos governos Lula [2003-2010]”. Na coletânea que reúne 91 artigos originalmente publicados nos sites “Observatório da Imprensa” e “Agência Carta Maior” entre agosto de 2004 e dezembro de 2010, o autor destaca a permanência dessa marca, apresentando-a como um obstáculo às propostas de democratização das comunicações.

No capítulo 1, “Marco regulatório”, Lima evidencia que a força política de tais atores contribuiu para manter a defasagem legal do setor, impedindo a elaboração de uma Lei Geral de Comunicação Eletrônica de Massa (LGCEM), que colocasse fim à vigência do Código de Telecomunicações de 1962, e impondo barreiras à regulamentação de propostas constitucionais democráticas, tais como a classificação indicativa de programas de televisão; a regionalização da produção cultural, artística e jornalística; e a proibição de constituição de monopólios de radiodifusão.

Em contraposição, o autor demonstra como a prática do coronelismo eletrônico perpetuou-se ao longo dos oito anos de governo Lula. Burlando e inclusive tentando eliminar os escassos entraves legais à gestão de meios de comunicação por políticos, deputados e senadores brasileiros participaram da outorga e da renovação de licenças não só a seus pares como a si mesmos. E, em meio a essa confusão entre poder concedente e concessionários, fecharam os olhos para as irregularidades do setor, permitindo o funcionamento de emissoras de rádio e televisão com licenças vencidas, como se concessão fosse sinônimo de transferência de propriedade.

No capítulo 2, “Recuos”, Venício de Lima foca as iniciativas comunicacionais de cunho democratizante que retrocederam ao longo dos governos Lula para assegurar a satisfação dos interesses de sempre. Inclui nesse rol a transformação da Ancine em Ancinav, processo que foi abortado antes mesmo da elaboração de um projeto; a ausência de propostas capazes de alterar a pungente situação dos meios de comunicação comunitários e impedir sua transformação em locus de um “coronelismo eletrônico de novo tipo”; o recuo na criação das Retransmissoras de TV Institucionais (RTVIs), que consistiria em um passo rumo à complementaridade entre os serviços público, privado e estatal prevista na Constituição.

Também são abordados aí a adoção do modelo japonês de televisão digital, cujos debates mais uma vez relegaram a sociedade civil à posição de “não-ator”; o “desaparecimento” do cadastro de concessionários de radiodifusão do site do Ministério das Comunicações, dificultando a transparência das informações sobre a propriedade dos meios de comunicação no Brasil; a inconstitucional interrupção dos trabalhos do Conselho de Comunicação Social e os entraves colocados à efetivação de entidades similares nos âmbitos estadual e municipal.

Em meio aos retrocessos, é possível vislumbrar alguns progressos. No capítulo 3, “Avanços”, Lima avalia que a descentralização da publicidade oficial – concentrada em 499 veículos no ano de 2003, ela passou a atender 7.047 em 2009, sem grandes alterações no montante final -, “ficará na história como talvez a principal contribuição do governo Lula no sentido da democratização das comunicações”. No que tange à 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), embora suas propostas não tenham saído do papel, afirma que sua realização atende a uma “reivindicação histórica dos movimentos sociais e constitui um avanço democrático com o qual os grupos privados de mídia, atores historicamente dominantes no setor, não souberam lidar”.

Retomando algumas questões já abordadas e enfocando novas, no capítulo 4 o autor apresenta “Balanços anuais”. Inicia suas retrospectivas com o ano de 2004, dizendo adeus às ilusões alimentadas pela eleição de Lula, ao presenciar a rápida derrubada de projetos como a criação do Conselho Federal de Jornalismo e da Ancinav. Ciente da repetitividade à qual incorria com balanços de um setor no qual quase nada muda, na avaliação do ano de 2008 afirma que “como o futuro do passado tem sido irritantemente parecido, talvez antecipar o futuro do presente não seja impossível”. Realiza então um prognóstico para 2009 e, desta forma, interrompe a série.

No quinto e último capítulo, “Contexto e estratégias”, Lima aborda temas variados, como as relações tecidas pelo governo Lula com o setor midiático para assegurar condições de governabilidade; as divergências internas entre os diferentes ministérios, que se apresentaram como uma barreira à adoção de políticas de comunicações coordenadas; os novos cenários políticos propiciados pela consolidação da internet e a evidente partidarização dos meios de comunicação no governo Lula. Para finalizar, questiona sobre o futuro das comunicações no Brasil, colocando um desafio para a nova administração petista, conduzida pela presidenta Dilma Rousseff: “até quando persistirá essa absurda assimetria brasileira [do poder dos grupos tradicionais de mídia] em relação a outros países democráticos?”.

Apesar do amplo panorama traçado, o livro não tem a pretensão de ser exaustivo. O autor mesmo reconhece que várias políticas de comunicações da era Lula não foram abordadas, como a PL 116/10 do Senado Federal, que regulamenta a televisão paga; a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC/TV Brasil) e o Plano Nacional de Banda Larga (PNBL). Contudo, a relevância de algumas dessas iniciativas para o setor transforma tais ausências em uma importante lacuna.

Mas estas carências não comprometem a mensagem do autor: que os governos Lula não conduziram à transformação da cultura política brasileira. Persistiram as relações clientelistas entre o poder concedente e os concessionários de radiodifusão que, segundo Hallin e Papathanassopoulos (2002), expressam-se na instrumentalização da mídia por interesses particulares, implicando um limitado desenvolvimento do jornalismo como profissão autônoma; na politização da radiodifusão, com as licenças sendo usadas como moeda política; e na fraca regulamentação do setor, com legislações que, além de precárias, são aplicadas seletivamente.

Referências

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. 2 ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

HALLIN, Daniel; PAPATHANASSOPOULOS, Stylianos. Political clientelism and the media. **Media, Culture & Society**. Sage, v.24, n.2, p.175-195, mar. 2002. Disponível em: <http://mcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/24/2/175>. Acesso em: 10 jun. 2011.