

Por eleições limpas

Fotos: Julio Covelo

Reunidos em Curitiba, jornalistas de todo o país decidem mobilizar a opinião pública pela ética dos meios de comunicação na cobertura da campanha eleitoral



Durante cinco dias, os jornalistas participaram do Congresso Nacional da categoria

Carlos Lopes

As eleições marcadas para outubro, que vão promover uma renovação da Presidência da República às assembleias estaduais, são um passo decisivo para o fortalecimento da democracia e exigem uma fiscalização redobrada contra os abusos do poder econômico e a manipulação do noticiário da mídia.

Reunidos no 26º Congresso Nacional, realizado na cidade de Curitiba de 19 a 23 de abril, jornalistas brasileiros assumiram o compromisso de desenvolver uma intensa ação pela ética na campanha eleitoral, fiscalizando a atuação dos veículos de comunicação em todo o país.

A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), que promoveu o encontro juntamente com o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná, quer mobilizar a opinião pública criando comissões de vigilância da mídia (regionais e nacional). Estas comissões, que deverão ter a mais ampla representação dos segmentos sociais, terão a incumbência de acompanhar o noticiário e a programação das emissoras de rádio e TV, visando a assegurar a transparência na cober-

tura e com isso garantir o direito básico à informação.

Os jornalistas defendem ainda a criação do cargo de *ombudsman* da mídia (que seria ocupado por uma personalidade reconhecida publicamente e sem vinculação com os partidos políticos). A ele caberia comentar o trabalho das comissões e opinar sobre a cobertura das eleições. A idéia é pleitear, junto aos tribunais regionais eleitorais, um espaço no horário eleitoral gratuito para a participação crítica do *ombudsman* da mídia.

Todas as denúncias contra os meios de comunicação deverão ser formalizadas ao Ministério Público, aos tribunais regionais eleitorais e ao Tribunal Superior Eleitoral. A categoria propõe ainda a instalação informal do Conselho de Comunicação Social - previsto na Constituição e já regulamentado, embora ainda não constituído -, para que o órgão venha a formular políticas de comunicação e análise da conduta dos veículos no processo eleitoral.

Concessões - O Congresso Nacional dos Jornalistas considerou inadmissível a regulamentação do capítulo da

Constituição que trata da Comunicação Social (artigos 220 a 224), com a reformulação de toda a legislação sobre radiodifusão. Em ano de eleições gerais, a categoria alerta para a possibilidade de abertura de uma nova temporada de distribuição de concessões para emissoras de rádio e TV.

Com base em declarações do ministro das Comunicações, Djalma Moraes, favoráveis à distribuição de 500 novos canais até o final do governo, o que se teme é a repetição do verdadeiro "festival" promovido pelo então presidente José Sarney entre março de 1985 e outubro de 1988, quando foi promulgada a atual Constituição. Foram 1.028 concessões (metade das outorgadas de 1922 até 1985), assim discriminadas: 82 canais de TV, 632 rádios FM e 314 rádios AM.

Os jornalistas denunciam que um número significativo de emissoras de rádio e TV está operando com o prazo de concessão vencido. Segundo reportagem publicada no *Jornal do Brasil* de 8 de maio, somente no dia 1º daquele mês venceram os prazos de 589 licenças. O jornal contabiliza 1.561 emissoras irre-

Concessões e permissões outorgadas no governo Sarney de 1985-1988

Tipo de serviço	1985	1986	1987	1988*	TOTAL
FM	66	91	143	332	632
OM	47	50	53	164	314
TV	14	13	12	43	82
TOTAL	127	154	208	539	1.028

*Até 5/10/1988, data da promulgação da Constituição.

Fonte: Ministério das Comunicações e Diário Oficial da União. (Apud Fenaj: "Proposta dos jornalistas à sociedade civil", 1991)

gulares (quase a metade do total em operação, que é de 3.189).

Na lista figuram emissoras da Rede Globo (Rio, São Paulo, Brasília, Belo Horizonte e Recife) e do SBT – a segunda rede nacional de TV. O processo de renovação passa pelo parecer técnico do Ministério das Comunicações e vai ao presidente da República, antes de seguir para

o Congresso, onde é submetido à votação nominal. Mas o governo não parece ter pressa. A concessão para rádios vale por dez anos e para TV, 15 anos.

O Congresso dos Jornalistas recomenda a todos os sindicatos da categoria que trabalhem pelo fortalecimento do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – reunião de cerca

de 4 mil entidades e de partidos políticos. A Fenaj deverá empreender esforços junto ao fórum para que o Congresso retome as negociações com vistas à aprovação da Lei de Informação Democrática (LID). Entre os projetos de legislação específica, a categoria dará especial atenção aos seguintes pontos: radiodifusão e novas tecnologias de comunicação; coibição de monopólio e oligopólio; regionalização da produção e estímulo à produção independente.

Globalização

O 26º Congresso Nacional dos Jornalistas contou com a presença do presidente da Organização Internacional dos Jornalistas, o moçambicano Manuel Tomé, e da representante da Federação Internacional dos Jornalistas, Kátia Gil, da Venezuela. Além do processo de discussão de teses que desembocaram numa reunião plenária, os 650 profissionais que compareceram ao encontro puderam participar de cursos e *workshops*. Em quatro grandes painéis foram debatidos temas como a globalização da economia e da comunicação; os sistemas de comunicação e a autonomia do mercado; as relações entre imprensa, poder e a cultura da fome; e o perfil do jornalista num mundo em reestruturação.

José Maria Durán, editor de política do jornal argentino *Página 12*, comparou a globalização da eco-

nomia a uma ditadura que desprezita as características regionais e as diferenças existentes entre os diversos públicos, impondo as mesmas mensagens, embora reconhecendo a integração como o fator positivo desse processo. Para o sociólogo, jornalista e escritor Theotônio dos Santos, os símbolos da sociedade são cada vez mais globais. "Não se pode construir uma sociedade sem respeitar o pluralismo e a diversidade", afirmou.

Para combater o monopólio da informação, os dois convidados do

congresso falaram sobre a necessidade de uma redefinição das leis de mercado, da publicidade e do que é público e privado nos meios de comunicação. Durán defendeu a participação da sociedade civil nos veículos e lembrou que a comunicação "tem proprietário, mas é uma função pública".



Durán, editor do "Página 12"

Retrato inédito – Constatando que até hoje o país não produziu, com base em métodos científicos, um perfil do universo de proprietários dos veículos de comunicação, a Fenaj deverá estabelecer convênios com agências de financiamento e universidades para a elaboração do Projeto Recom – Retrato da Comunicação no Brasil.

O projeto tem abrangência nacional, englobando revistas, redes de TV, redes de rádio via satélite em transmissão simultânea, redes de rádio com transmissão periódica; emissoras de rádio AM, revistas em geral; revistas técnicas especializadas, e editoras de livro.

Na justificativa do Projeto Recom é indicada a existência de uma forte concentração de veículos diferentes nas mãos de um mesmo grupo econômico, numa espécie de "propriedade multimídia", em que cada um desses veículos reforça o outro. É observado também que a quase totalidade dos veículos com maior poder na formação da opinião pública brasileira está nas mãos de nove proprietários ou nove famílias, quais sejam: Marinho (Globo); Abravanel (SBT); Saad (Bandeirantes); Bloch (Manchete); Frias (Folhas); Mesquita (Estado de S. Paulo); Civita (Abril); Sirotski (RBS); Nascimento Brito (Jornal do Brasil).