

SOUZA, Herbert de, " *Estados Unidos do Brasil* ", in PG, n° 73, Rio de Janeiro: IBASE, 1991

-----, " *As ONGs na década de 90* ", in "Desenvolvimento, Cooperação Internacional e as ONGs", Rio de Janeiro: IBASE - PNUD, 1992

WEFFORT, Francisco, " *Notas sobre a crise do Estado-nação* ", in "Pensamiento Iberoamericano" 19, Enero-Junio 1991

Endereço do Autor:

Rua Marcos Cardoso Filho, 286
Córrego Grande
88037-040 - FLORIANOPOLIS, SC

Política e Igreja

A Política e os MCS

Pe. Domingos Volney Nandi
Professor de Comunicação e Homilética

Os Meios de Comunicação Social, MCS, isto é, a televisão, estações de rádio, jornais, revistas etc, ocupam um lugar de prioridade na luta pelo poder. Eles estão entre os mecanismos ideológicos que dão sustentação e legitimidade a uma sociedade ou regime. Países tradicionalmente democráticos, ou não, sempre se valeram dos meios de comunicação com objetivos políticos. A verdade é que: "Quem tem a Comunicação, tem o poder". Esta tese é decorrente de uma outra: Quem tem a comunicação constrói a realidade de acordo com os seus interesses, justamente para poder garantir o PODER.

É por isso que vemos, a cada ano eleitoral, os MCS sendo acionados com toda a sua força. São empregados como um narcótico que oferece ao povo pão e circo (ou apenas circo) em troca do voto ou da desistência da luta pela transformação da sociedade. Todos os partidos lutam para ter acesso aos Meios. E o acesso é difícil para quem está fora do jogo. É como se os "plugges" da informação estivessem ligados apenas na corrente elétrica do poder.

A comunicação brasileira é controlada por forças de fora e por algumas de dentro. Quem detém o poder detém a comunicação, e quem detém a comunicação detém o poder: os dois andam sempre juntos.

Quem detém o poder detém a comunicação, e quem detém a comunicação detém o poder

Neste jogo do poder, quando a força do capital não pode possuir o meio, ela controla o conteúdo. Isso, de certa forma, é até mais importante, pois não adianta ter os meios se não se tiver o conteúdo, o que transmitir. Se não se tem os meios e nem o conteúdo, controla-se a divulgação e a distribuição desse conteúdo. Se não se tem nada disso, controla-se a publicidade e a propaganda. Afinal, nenhum meio de comunicação vive sem comerciais. Se também isso não funciona, o capital controla os meios através da tecnologia. E finalmente, se nenhum dos controles acima funcionar, resta ainda um cartucho: o controle político, que vem através do Governo.

A 32ª Assembléia da CNBB, em seu documento " *Hora de Grande Desafio* ", recomenda aos cristãos "repudiar o jogo do poder e a manipulação na escolha dos candidatos". O que segue são algumas informações sobre rádio e televisão no Brasil. Elas são importantes para que se conheça mais um pouco sobre o jogo do poder.

AS CONCESSÕES DE EMISSORAS DE RÁDIO

As concessões de emissoras de rádio e TV estavam paralisadas desde 1990. Neste ano eleitoral, agora, o Planalto está liberando 500 concessões de rádio. E poderá incluir, também, autorização para novas emissoras de TV. A disputa por uma concessão é grande: o Brasil tem 2.932 emissoras de rádio e o Ministério das Comunicações tem 5.000 pedidos de concessão.

As concessões são dadas a correligionários. É claro. Se você tivesse esse poder, jamais daria a concessão a um adversário. Calcula-se que 2/3 das emissoras de rádio e TV são controladas por políticos, direta ou indiretamente.

As concessões de emissoras ainda são feitas através da livre escolha do Presidente da República. Desde a Constituição de 1988, o Congresso tem o poder de homologar ou não.

Os técnicos do Ministério das Comunicações defendem o sorteio das concessões. Julgam que só assim entidades e pessoas não ligadas ao Governo poderiam ter acesso a uma emissora. Seria possível, por exemplo, a concessão às centrais sindicais e sindicatos que se constituíssem em uma sociedade ou fundação. Mas tão cedo isso não irá acontecer.

O PODER DA GLOBO E A GLOBO DO PODER

É impossível tratar sobre televisão no Brasil sem falar na Rede Globo. Ela tem 5 estações, 63 afiliadas e cobre 99,2% do território brasileiro, atingindo 99,9% dos aparelhos em todo o país. Nos últimos anos a audiência da Globo foi de 78%, produzindo 95% da sua programação em horário nobre e conseguindo 75% do orçamento publicitário da mídia nacional.

A Rede Globo se orgulha, de fato, de que apenas 3 redes de televisão americanas são maiores do que ela, mas nenhuma é mais poderosa. "Roberto MARINHO é a força política mais importante do país. Nada se faz sem consultar Roberto MARINHO. É assustador" (Chico BUARQUE).

O relato que segue é baseado no famoso documentário de televisão, de produção inglesa, "Brasil - muito além do cidadão KANE", de Simon HARTOC, 1992. Este documentário narra e comenta fatos que testemunham a vocação governista da Globo.

Tinham certeza de que a TV Globo condicionaria a população a aceitar o resultado

"A Globo apoiou TANCREDO. Horas depois, Tancredo almoça com Roberto MARINHO. E Antônio Carlos MAGALHÃES participou do almoço. Tancredo logo anunciou que Antônio Carlos Magalhães seria o Ministro das Comunicações. E MAGALHÃES logo acabou sendo eleito Governador da Bahia".

A nova Constituição brasileira tirava do Presidente o direito de dar concessões. Então, antes que ela entrasse em vigor, SARNEY deu 90 concessões. O próprio Sarney é dono de duas afiliadas da Globo.

Afirma Armando RODRIGUES: "Todos aqueles grupos políticos que haviam sido beneficiados durante a ditadura militar e o governo SARNEY são hoje os donos da televisão e do rádio em nosso país. E isso é um mau sinal, porque esses grupos já não representam a opinião pública dominante. O país mudou, rejeitou a ditadura militar. E os partidários da ditadura militar são os que estão no comando dos meios de comunicação no país!"

A Globo tem sucursais em Londres e nos Estados Unidos e tem cerca de 2.000 jornalistas profissionais com alto salário. O jornalismo é centralizado e rigorosamente controlado. Os jornalistas são funcionários e recebem ordens de seus superiores. Não faltam exemplos para mostrar como Roberto MARINHO e os chefes de jornalismo distorcem e até mesmo ignoram algumas notícias. O citado documentário apresenta vários fatos. Destaco três:

1° - A CAMPANHA PELAS DIRETAS - O povo estava nas ruas, e a Globo teria que dizer alguma coisa. Então, o Jornal Nacional anuncia: "Em São Paulo o povo saiu às ruas para celebrar o aniversário da maior cidade do Brasil".

2° - A TENTATIVA DE GOLPE EM BRIZOLA - Narrativa do documentário: "Em 1982, Leonel BRIZOLA, importante líder da esquerda antes do golpe militar, voltou do exílio para se candidatar a Governador do Rio de Janeiro contra o candidato de origem militar". Na seqüência, Luiz Carlos CABRAL, produtor da TV Globo, no Rio, em 1982, dá o seguinte depoimento: "Antes das eleições ela (a Globo) estava dando de maneira distorcida o resultado das pesquisas do IBOPE". Narrador: "O anúncio do resultado oficial da eleição veio lentamente e foi constantemente adiado. O jornal e as estações de rádio e a TV de Roberto MARINHO haviam previsto que BRIZOLA iria perder. Poucos no Rio acreditavam nisso e houve hostilidade às equipes da TV Globo nas ruas".

Luiz Carlos volta, dando seguimento ao seu testemunho: "Depois das eleições houve, como é notório, tentativa organizada pelo sistema, pelos remanescentes do sistema de

informação, de tortura, ligados ao poder militar, à ditadura, ao que havia de mais cruel nesse sistema militar e articularam um golpe sobre o voto popular". E o narrador conclui a história: "Os conspiradores haviam alterado os programas oficiais dos computadores, que projetavam o resultado da eleição, para preverem a derrota de BRIZOLA. Planejavam roubar as urnas cheias de votos para Brizola, afim de garantir a vitória do candidato militar. Tinham certeza de que a TV Globo condicionaria a população a aceitar o resultado. Mas a conspiração foi descoberta e BRIZOLA foi eleito.

3° - A GLOBO E A ELEIÇÃO DE COLLOR

- Este terceiro episódio é apresentado por "Brasil - muito além do cidadão KANE" com o conteúdo seguinte: Em 1975

LULA se candidatava a presidente do sindicato dos metalúrgicos e, onde estava COLLOR? Estava no Rio de Janeiro, dando uma festa de marajás para 5.000 convidados. Era a festa do seu casamento com Lilibeth MONTEIRO DE CARVALHO, filha de um milionário, sócio de Roberto MARINHO. Agora, Collor e Lula vão para o segundo turno. Dois debates foram transmitidos para todo o país. LULA claramente venceu o primeiro. Três dias antes da votação houve um segundo debate. No dia seguinte, o Jornal Nacional editou e transmitiu o resumo, de 6 minutos, assistido por 64% da audiência. Foi especialmente editado para deter LULA e eleger COLLOR.

Depois do resumo, o Jornal Nacional apresentou os resultados de uma pesquisa telefônica sobre o debate, feita pela agência responsável pela construção da imagem eleitoral de COLLOR. As perguntas eram vagas; COLLOR venceu LULA em todos os sentidos. Não foi perguntado em que candidato os entrevistados iriam votar. No mesmo dia, mais cedo, a Globo havia transmitido um resumo diferente, supervisionado pelo jornalista Vianey PINHEIRO, produtor da Globo-São Paulo, 1987-89. Diz ele: "Entre a edição do Jornal do Almoço e a do Jornal Nacional, o resumo foi alterado na sua essência. Não foram obedecidos os critérios básicos que nortearam a edição da manhã. Ficou totalmente desbalanceado. Ficou uma peça publicitária e não o resumo de um debate." "Foi um atentado à ética jornalística, uma manipulação sem-vergonha", afirma Armando ROLLEMBERG, presidente da União dos Jornalistas.

"Foi um atentado à ética jornalística, uma manipulação sem-vergonha"

Ainda referente a este episódio é contundente a declaração do então editor da TV Globo, Armando NOGUEIRA: "Eu, quando fui ao dono da empresa protestar contra a exibição do compacto, que foi posto no ar à minha revelia, disse ao Dr. Roberto MARINHO, no dia seguinte: 'Dr. Roberto, eu não vi este compacto. Se o tivesse visto, teria impedido; e se não pudesse ter impedido, eu viria aqui dizer ao sr. o que vou dizer agora: A Globo foi infeliz. Fez uma edição burra; e não precisava ser burra.'"

Havia uma tendência de aproximação entre os dois candidatos, tendência que, no dia do debate, estava a 1% de diferença. Depois do resumo apresentado pela Globo, a diferença foi para 4%. Por haver protestado publicamente contra o resumo da noite, o jornalista PINHEIRO foi demiti-

do. E por haver protestado em particular, NOGUEIRA, chefe do departamento de Jornalismo da Globo havia 22 anos, foi aposentado. Foi substituído por Alderico SOUZA CRUZ, o responsável pelo resumo da noite.

Democracia supõe liberdade de comunicação. E isso não será possível sem a democratização da comunicação. Se você tem um instrumento de comunicação que atinge por dia mais de 70 milhões de pessoas e o controle das mensagens é feito só por uma equipe, ordenada ideologicamente por uma pessoa, isso descaracteriza qualquer possibilidade de democracia.

O fato de um deputado aparecer esporadicamente num programa da Globo facilita sua reeleição. E Roberto MARINHO tem poderes para impedir que um político apareça na sua rede e em outros Meios de Comunicação.

O documentário acima mencionado termina com a seguinte narrativa: "A Globo começou a dominar a televisão no Brasil durante a ditadura militar. Manteve o silêncio sobre a verdade durante aquele regime. Agora, está começando a falar mais. Mas será que a Globo e Roberto MARINHO podem realmente libertar-se desta herança? Ou será que o Brasil deveria libertar-se da dominação da Globo?"

IGREJA É FORMADORA DE OPINIÃO PÚBLICA

A opinião pública não significa necessariamente a opinião do povo, dos movimentos populares, dos trabalhadores. Quando, porém, as classes populares, as comunidades, as diversas categorias, se organizam, demonstrando que entendem a natureza e a causa de seus problemas, elas podem formar uma autêntica "opinião pública" que venha a ser respeitada. A verdade é que **povo desarticulado não passa de mero consumidor.**

A televisão faz a cabeça do povo, mas também é verdade que é o povo quem faz a televisão. A televisão tem interesse comercial e vende (transmite) o que o povo quer. E aqui entra o papel da Igreja como educadora. E nós, homens e mulheres de Igreja, precisamos aprender a arte de fazer propaganda. Propaganda da Fé!

A Igreja é quem melhor pode oferecer elementos para uma leitura **crítica dos MCS.** Também é a Igreja quem tem o melhor conteúdo (o Evangelho!) para a formação de uma reta opinião pública.

Nenhum partido tem tanto povo nas mãos como a Igreja em suas assembleias; nenhuma multinacional e nem Roberto MARINHO tem tantas emissoras de rádio como ela: 220 no Brasil, sem contar os espaços ocupados em Meios de Comunicação que têm outros donos.

Entretanto, de nada adianta ter os Meios se não se apresenta articulada e eficientemente o conteúdo, esse conteúdo que é próprio da Igreja e que, como já dissemos acima, é o melhor e o mais eficaz. Falta-nos comunicá-lo com arte e com organização, objetivando com clareza e unidade, em todos os Meios à nossa disposição, a formação da reta opinião pública, uma opinião adulta e consciente que não se deixa manipular mas que, com responsabilidade, faz as opções políticas que realmente constroem o bem comum. ♦

Endereço do Autor:

Paróquia de N.Sra. da Conceição
88780-000 IMBITUBA, SC

Política e Igreja

Movimento Estudantil e Política

Gilberto Tomazi - 3º ano

pelo DAT - Diretório Acadêmico de Teologia

Partimos do princípio de que o Brasil é um país com grandes possibilidades de mudança, pois possui uma população preponderantemente jovem (cf CNBB - Texto-Base da CF 93), uma das mais jovens do mundo. Há aqui uma boa parte da juventude engajada em diferentes frentes de luta, movimentos estu-

dantis e populares, Igrejas, partidos políticos... embora nos preocupe a sua desarticulação interna, e a desarticulação com os operários, agricultores, lumpens e outros setores da classe trabalhadora, em suas organizações.

Outra preocupação é a baixa média de escolaridade (cf PNAD

87: 20% da população, completamente analfabeta!), a aliena-

ção política, cultural e ainda religiosa, em que se encontra grande parte dos jovens.

Somos uma juventude que, cada vez mais, não suporta a conformidade e a passividade promovidas por regimes e instituições autoritárias, conservadoras e neoliberais. Estamos passando por uma fase um pouco confusa, apática e até mesmo de crise juvenil, que é conseqüência de uma contínua propaganda da mídia na tentativa de "apolitização" ou abafamento das organizações e lutas juvenis.

Por volta dos anos 60 vimos o auge da organização estudantil presenciado no Brasil neste século