

Vladimir Safatle: Norma contra oligopólios é defesa da sociedade

Artigo publicado originalmente no jornal Folha de S.Paulo de 1º de janeiro de 2013.

Nas últimas semanas, a Argentina voltou ao noticiário brasileiro devido aos imbróglis relativos à aplicação da chamada "Lei dos meios", responsável pela nova regulamentação dos serviços de comunicação. Alguns viram, no caráter antimonopolista da Lei, a expressão de uma sanha estatal visando limitar a liberdade de expressão, principalmente devido à arquirrivalidade entre o governo Kirchner e o maior grupo de mídia do país: o grupo Clarín.

No entanto, há um debate importante que deve ser feito de maneira desapassionada. Ele passa pela resposta à pergunta: "Precisamos ou não de leis que restrinjam a concentração da propriedade de canais de comunicação?". Ou seja, podemos afirmar que a concentração da mídia não afeta necessariamente o funcionamento da democracia?

Neste sentido, vale a pena lembrar que o mercado de mídia é, atualmente, um dos mais oligopolizados do mundo. Como vimos através do recente caso de Rupert Murdoch, isto não é sem consequências para nossa vida política.

Murdoch detinha um império mundial de TVs, jornais, editoras, revistas, rádios, estúdios de cinema, portais de internet que lhe dava uma capacidade de moldar o debate, pressionar governos e de intervir na política a ponto de prometer a um general norte-americano (David Petraeus) apoio irrestrito de seu império caso ele aceitasse concorrer à Presidência norte-americana.

Situações como esta não são exclusivas do mundo anglo-saxão. As últimas décadas conheceram uma tendência brutal à concentração de mídia que interfere, de maneira nociva, não apenas na política, mas também na cultura. Um grupo como Time Warner, por exemplo, controla, ao mesmo tempo, a produção, a difusão e o desenvolvimento das técnicas de reprodução. Por isto, podemos dizer que leis que impeçam a formação de oligopólios são uma forma da sociedade defender-se da uniformização forçada de opiniões e do silenciamento de perspectivas.

Pode-se contra-argumentar dizendo que a pulverização das mídias as deixa mais vulneráveis às pressões dos governos. Este é um argumento relevante. No entanto, a solução para esse problema não está na perpetuação de outro problema. Há de se pensar ações que impeçam os governos de moldarem as informações a partir de seus interesses.

No caso brasileiro, isso pede a limitação da capacidade de influência dos governos através da drástica limitação da publicidade governamental (reduzida apenas a campanhas de utilidade pública), do respeito à proibição de políticos e seus grupos operarem concessões de mídia, assim como de critérios absolutamente isonômicos de usos de verbas publicitárias de empresas estatais.

Date Created

01/01/2013