



Uma década de atuação de um importante observatório fiscal brasileiro no contexto ibero-americano

Micael Herschmann

Este artigo pretende analisar a trajetória do mais antigo e relevante “observatório fiscal” brasileiro – o Observatório da Imprensa –, avaliando sua atuação tendo em vista os *desafios* que se colocam para este tipo de organismo em um contexto ibero-americano em que se pode constatar a expansão de inúmeros “dispositivos sociais” (Braga, 2006) desta natureza.

O Brasil, aliás, dentro do contexto ibero-americano, é um dos países com maior número de observatórios dedicados a trabalhar com as áreas da informação, cultura e comunicação. Nos últimos 10 anos – diante não só da importância crescente dessas áreas, mas também dos riscos que elas oferecem à “formação” dos diferentes públicos e à consolidação da democracia, bem como os desequilíbrios que vêm se produzindo especialmente em função da forte presença dos interesses e do *lobby* dos grandes conglomerados transnacionais das indústrias culturais – estamos assistindo ao *boom* deste tipo de entidade, seja com características de uma instituição “fiscalizadora” dos *media* ou mesmo como *locus* de “aglutinação de investigação e reflexão” sobre o impacto socioeconômico e cultural destas áreas, ambos apoiados com financiamento público e/ou privado.

Como ressaltam Albornoz e Herschmann (2006) que realizaram um mapeamento dos observatórios ibero-americanos de comunicação, cultura e informação em atividade, embora haja uma grande variedade e riqueza de observatórios é possível dividi-los em dois conjuntos, com os seguintes enfoques básicos: um primeiro grupo, em que os observatórios são concebidos como espaços articuladores da cidadania a partir do qual se poderia monitorar o funcionamento dos meios de comunicação (“observatório fiscal”) e, outro, em que são considerados como novos organismos que colaboram através de suas intervenções e reflexões na formulação de políticas públicas (“observatório *think tank*”).

Segundo estes autores, a primeira concepção de observatório – *fiscal* – nos últimos anos foi promovida dentro e fora da comunidade científica por Armand Mattelart e Ignacio Ramonet, fundadores do Observatório Global de Meios de Comunicação. Em um artigo de ampla repercussão, intitulado “Fiscalização cidadã dos meios de comunicação”, Ramonet (2003) propõe considerar os observatórios

uma espécie de “quinto poder”, um novo núcleo de poder, cujo protagonista seria a sociedade civil, orientado a “denunciar o grande poder dos grandes grupos midiáticos, cúmplices e difusores da globalização liberal”. Neste sentido, este tipo de observatório – como as ouvidorias dos meios de comunicação – estaria fortemente vinculado aos conceitos de cidadania e democracia participativa, apresentando-se, ao mesmo tempo, como uma instância que ultrapassa as figuras do *ombudsman* e do defensor do leitor ou os códigos deontológicos das empresas jornalísticas. Em outras palavras, este tipo de organismo constituir-se-ia fundamentalmente em um espaço de confluência de três tipos de atores: jornalistas, pesquisadores e usuários dos meios de comunicação (Albornoz e Herschmann, 2006).

Albornoz e Herschmann estão considerando os observatórios do tipo *think tank*¹ como um organismo com capacidade de intervir na elaboração das políticas públicas direcionadas a questões que dizem respeito aos setores da informação, da comunicação e/ou da cultura. Sugerem, portanto, que o desafio deste trabalho de observação e análise não é tanto o de denunciar ou criticar (o que é também uma possibilidade legítima), mas o de orientar com o fim de elaborar idéias e propostas que contribuam para o aperfeiçoamento das políticas de algum setor e/ou que promovam o desenvolvimento do conjunto das indústrias culturais locais/nacionais, sempre tendo como parâmetro os interesses coletivos e não somente os interesses de um setor específico. Este tipo de observatório pretende articular as suas pesquisas e intervenções com a elaboração de políticas públicas, através da construção de diagnósticos, avaliando o comportamento de um ou mais setores e/ou planejamento de projetos. Para a implementação dessas atividades, os coordenadores desses organismos dispõem de indicadores e ferramentas metodológicas, de caráter quantitativo e qualitativo. Em geral, este tipo de observatório está inserido na própria estrutura do aparato estatal e, portanto, é financiado com recursos públicos.

No caso específico dos observatórios fiscais consolidados no contexto ibero-americano – que é foco da análise desenvolvida aqui –, vale a pena problematizar um pouco as razões do financiamento e da gestão vir sendo feita a partir do setor privado e de forma articulada com a sociedade civil organizada.

As ditaduras sofridas no século XX pelos países ibero-americanos, unidas à exploração instrumental do conjunto do sistema de meios de comunicação pelos poderes políticos são elementos que não propiciam um ambiente favorável a qualquer tipo de intervenção pública no que se refere aos *conteúdos midiáticos*. Além disso, os processos de concentração e transnacionalização empresarial das indústrias culturais que ocorreram nos últimos cinco anos na região contaram com o apoio dos governos no poder, provocando críticas por parte de diferentes setores sociais. O

corolário desta situação é que no contexto atual identificamos, por um lado, a desconfiança dos cidadãos em relação às administrações públicas e, por outro, a reação constante por parte do setor privado-comercial que considera qualquer possível intervenção do Estado como um ato de censura incompatível com o princípio de liberdade de expressão em uma democracia.

Diante desta situação, os observatórios dedicados a fiscalizar o próprio sistema midiático e os seus conteúdos só poderiam ter sido concebidos em sua maioria a partir de iniciativas promovidas pela sociedade civil. Assim, a grande maioria dos observatórios criados para fiscalizar questões relacionadas com o fluxo de conteúdos veiculados pelos *media* é o resultado do trabalho de fundações, associações profissionais, sindicatos e, de modo geral, de ONGs. No entanto, as organizações da sociedade civil nos países ibero-americanos representam um amplo leque cultural e político que abrange desde grupos conservadores preocupados com a “qualidade” dos conteúdos televisivos e seu impacto no plano educativo sobre crianças e adolescentes, até organizações seculares, de caráter “progressista”, orientadas a denunciar a influência das complexas relações entre governos e poder econômico que interferem nos fluxos informativos.

Poder-se-ia considerar também a expansão do número dos observatórios – neste caso não só os observatórios fiscais – como a parte visível de um fenômeno muito mais amplo. Em um trabalho recente, Braga observa que nas sociedades em que a democracia está razoavelmente consolidada, visivelmente os atores sociais vêm se organizando nos últimos anos e desenvolvendo “dispositivos sociais” de interação de debate sobre a mídia. Isto é, vem desenvolvendo seus dispositivos sociais para avaliar as interações da mídia com a sociedade, tais como: *media criticism*, fóruns de debate sobre rádio e televisão, crítica jornalística, revistas cujo tema é a própria mídia, produção acadêmica sobre os meios, processos de autocritica da imprensa etc. (Braga, 2006: 36-37).

TRAJETÓRIA DO OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA

Dentre os observatórios que estão em funcionamento no Brasil, o Observatório da Imprensa (OI) (<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/index.asp>) é o mais antigo e, certamente, o mais atuante. Criado em 1996, o OI é uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo e um projeto criado originalmente pelo Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Universidade Estadual de Campinas (localizada no Estado de São Paulo). Na realidade, o observatório começou a ser concebido nos seminários “A

imprensa em questão”, organizados por este laboratório e realizados nesta universidade, em 1994.

O Labjor que reuniu a massa crítica que deu origem ao OI teve como inspiração o *Centre de Formation et Perfectionnement des Journalistes* (da França) e pretendia atuar em três vertentes: a) no campo acadêmico em cursos de extensão, especialização e pós-graduação; b) junto ao mercado através de projetos de formação e treinamento, inclusive para professores de jornalismo; c) junto à sociedade, ajudando a promover o senso crítico dos destinatários do processo informativo. Assim, visando atender a esta terceira vertente, o Labjor buscou formar parcerias com diversas instituições. Sua intenção era colaborar com o trabalho que vinha sendo realizado por entidades tradicionais do setor de jornalismo e mídia como, por exemplo, Associação Brasileira de Imprensa, Federação Nacional dos Jornalistas, Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão e Associação Nacional de Jornais, oferecendo um serviço que atendesse aos interesses públicos.

Assim, foram se desenvolvendo inúmeras linhas de atuação, de divulgação do trabalho do OI. Em abril de 1996, é inaugurada a versão *on line* do observatório que é atualizado periodicamente. No ano de 1998, foi elaborada uma versão televisiva do observatório, produzida pela TVE do Rio de Janeiro e TV Cultura de São Paulo, transmitida semanalmente em cadeia nacional pela Rede Pública de Televisão. Em 2005, o OI chegou ao rádio, com um programa diariamente transmitido pelas rádios Cultura FM de São Paulo, MEC AM/FM do Rio de Janeiro e Nacional AM/FM de Brasília. Os áudios dos programas também passaram a ser reproduzidos na forma de *blogs* que estão disponíveis no *site*.

Atualmente o observatório tem como organização mantenedora o Projor (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo) e está organizado na forma de uma entidade civil sem fins lucrativos, não-governamental, não-corporativa e não-partidária que pretende acompanhar, junto com outras organizações da sociedade civil, o *desempenho* da mídia brasileira. Segundo seu editor-chefe, Luiz Egypto, em linhas gerais, os objetivos do observatório são: “manter e qualificar nossa presença nas mídias em que atuamos; acompanhar com atenção as possibilidades abertas pela TV na *web*; disseminar a idéia e a relevância social da observação sistemática da mídia; estimular o aparecimento e a consolidação de mais observatórios”.²

Na realidade, o OI tem duas linhas de atuação. Primeiramente, como qualquer observatório de *media watching*, pretende atuar como um “quinto poder” (Ramonet, 2003), monitorando a atuação das empresas de jornalismo e de mídia, pois como ressalta seu próprio editor-responsável, o jornalista Alberto Dines:

(...) a mídia que, em condições normais, seria a Provedora da Cidadania, vive uma perigosa aproximação com entretenimento e o circo, afastada dos pressupostos pelos quais lhe são assegurados tantos privilégios (Dines, 2006).

Dentro da segunda linha de atuação, os responsáveis por este observatório propõem que o mesmo se constitua também em um fórum permanente no qual os usuários da mídia – leitores, ouvintes e telespectadores, organizados em associações desvinculadas do estabelecimento jornalístico – poderão manifestar-se e participar ativamente. Segundo o seu editor-responsável, o objetivo com isso seria que ele funcionasse “(...) como um atento mediador entre a mídia e os mediados *preenchendo* o ‘espaço social’ (...)” (*ibidem*).

Albuquerque, Ladeira e Silva problematizam a condição de *espaço* ou de *arena* argumentada por Dines na sua interpretação do papel do OI:

O *Observatório* não é apenas um *espaço* de encontro e de confronto entre jornalistas e outros agentes sociais. Ele se apresenta também como um *agente* que toma parte ativamente no debate, defendendo posições, buscando influenciar os outros agentes, etc. Obviamente, ele não o faz de uma perspectiva “neutra”, desprovida de qualidades, regras e vícios. Alberto Dines e seus principais colaboradores não são, obviamente, jornalistas “universais” e não têm procuração para falar em nome da classe como um todo. Os seus discursos são permeados por conceitos e preconceitos que refletem as suas trajetórias particulares dentro do jornalismo (ou em referência a ele). A ambigüidade entre os papéis de agente e espaço de discussão que caracteriza o *Observatório* tem por certo conseqüências importantes no tocante aos próprios termos em que o debate será travado. Ainda que o *Observatório* acolha em seu *site* uma infinidade de agentes sociais, dotados de perspectivas as mais diversas, o espaço que é oferecido a cada um deles difere tanto quantitativa quanto qualitativamente. O espaço do *Observatório* é dividido em diversas seções, presididas por suas próprias regras de ocupação, as quais determinam os tipos de temas a serem tratados e de agentes a serem aceitos em cada uma delas. O status dessas seções é variável: o índice publicado na página de abertura do *Observatório da Imprensa* fornece um referencial bastante eficiente acerca do status relativo de cada uma das suas seções (quanto mais acima e à esquerda estiver situada uma seção, maior deverá ser a sua importância); a existência de chamadas ou ilustrações referentes a uma seção também constituem critérios de distinção de uma seção. Do mesmo modo, o status dos agentes que participam do *Observatório da Imprensa* também varia, em função dos espaços que habitualmente eles ocupam e da frequência com que o fazem (Albuquerque e outros, 2001: 2).³

Reiterando de certa forma o coro das críticas ao OI e à sua proposição de se constituir em uma arena, Braga destaca também a atuação *militante* deste observatório fiscal (aliás, uma postura bastante recorrente dos observatórios deste tipo):⁴

[Os discursos e as críticas desenvolvidas pelos integrantes do OI] (...) têm assim o tom de uma militância que se afasta decididamente da possibilidade de “distanciamento crítico” ou de análise estritamente “profissional”, digamos técnica, baseada nas “boas regras” de bem apurar e bem redigir (Braga, 2006: 115).

Ainda que se possa fazer críticas a sua condição de *arena*, o OI parece não deixar dúvidas quanto a importância da sua atuação *engajada* e de *resistência* a pressões e interesses privados e, mesmo, do Estado. Inclusive, para seus coordenadores o momento mais marcante na trajetória do OI - e que é bastante elucidativo da postura da entidade -, foi quando se entregou a Procuradoria Geral da República, em 25 de outubro de 2005, uma solicitação pedindo providências contra as concessões ilegais de canais de radiodifusão a parlamentares durante o exercício do seu mandato no Brasil.⁵

DESAFIOS ENFRENTADOS PELO OI E, DE MODO GERAL, PELOS OBSERVATÓRIOS.

A proliferação de observatórios de informação, comunicação e cultura é um fenômeno de múltiplas dimensões que atinge o conjunto das sociedades que conformam o mosaico ibero-americano. Nesta proliferação convergem esforços, tanto por parte das administrações públicas – locais, regionais e nacionais – como da sociedade civil. Segundo Albornoz e Herschmann (2006), os observatórios nos países ibero-americanos estão orientados para a concretização das seguintes metas: a) implementação de políticas públicas e comportamento dos agentes sociais de um determinado setor ou de um conjunto de setores das indústrias culturais; b) elaboração, implantação e acompanhamento de projetos relacionados com o desenvolvimento da Sociedade da Informação; c) avaliação dos conteúdos de entretenimento, informação e educação veiculados pelos meios de comunicação mais massivos.

De acordo ainda com estes autores, os principais desafios enfrentados pelos observatórios ibero-americanos hoje são: a) falta de coordenação interna e carência de integração com outros observatórios e instituições; b) risco de ser identificado pelo público apenas como parte da engrenagem burocrática estatal; c) falta de diálogo com os cidadãos e adoção de uma postura tecnocrática autoritária; d) risco de se

constituir em instância de *lobby* dos poderes político e econômico (Albornoz e Herschmann, 2006).

Analisando a trajetória do OI ao longo dos últimos dez anos – o número de atividades que vem sendo coordenado, além da intensa atuação junto ao Estado e aos órgãos de imprensa, da grande audiência do *site* e dos programas, da significativa interação e participação do público – poder-se-ia afirmar que há fortes indicativos de que boa parte das ameaças sofridas atualmente pelos observatórios vem sendo enfrentada de forma eficiente por esta entidade.⁶

Diferentemente da maioria dos observatórios ibero-americanos que tratam de questões relativas à informação, cultura e comunicação, o OI possui uma situação bastante privilegiada. Claramente, tem mais *visibilidade* em função das diferentes mídias que são empregadas diariamente e, esta, certamente, é a principal qualidade deste observatório: seu maior impacto e alcance social junto à sociedade que pretende mobilizar e engajar.

Em geral, o quadro que se vê no contexto ibero-americano é a ocorrência de um crescimento vertiginoso dos observatórios nos últimos anos, alguns com propostas muito interessantes e arrojadas, mas que em função da falta de recursos são pouco *visíveis* e/ou acabam impactando muito pouco os diferentes segmentos sociais (um grande número deles divulga, com alguma regularidade, suas atividades e resultados apenas pela internet). Correm, assim, o risco de não serem reconhecidos pela sociedade como um importante “aliado”, podendo se perder num universo de instituições interpretadas pelo público como parte de um enorme conjunto de entidades burocráticas, pouco úteis à manutenção e/ou consolidação da democracia.

MICAEL HERSCHMANN é pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), vice-coordenador e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, onde também coordena o Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação (Nepcom) e edita a *Revista ECO-PÓS*.

NOTAS

1 O conceito anglo-saxão *think tank* começou a ser utilizado nos anos de 1950 para designar as organizações que aglutinam pesquisadores de diferentes campos do conhecimento, dedicadas a proporcionar advertências e idéias sobre um amplo número de problemáticas relacionadas com a implementação de políticas públicas (mais informações, ver: http://en.wikipedia.org/wiki/Think_tank).

2 Depoimento concedido ao autor em 01/06/2006.

3 Albuquerque, Ladeira e Silva, nas suas críticas, assinalam ainda que essas contradições e ambigüidades presentes no OI estão presentes de modo geral no jornalismo brasileiro: “(...) expressam dilemas mais gerais da imprensa brasileira no tocante aos seus parâmetros éticos. (...) [Os autores ressaltam que num artigo anterior sugerem que] (...) na ausência de uma base consistente de valores comuns, os jornalistas brasileiros tendem a definir o seu papel como não se limitando à tarefa de *informar* os cidadãos; caberia aos jornalistas a responsabilidade de *formar* os cidadãos (Albuquerque e outros, 2001: 15)”.

4 Braga relativiza um pouco as suas críticas ao OI, pois reconhece no interior da militância deste organismo um espaço de discussão, ou seja, uma arena interna ao campo militante (Braga, 2006: 132).

5 A íntegra da representação feita junto ao Estado pode ser acessada no seguinte link: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/352ipb001.pdf>.

6 Atentos aos problemas enfrentados pelos observatórios, especialmente a carência de articulação entre os observatórios, um dos coordenadores do OI comenta que, buscando promover uma maior integração com outros observatórios ibero-americanos e, quiçá, a formação de uma rede, o OI planeja como uma das suas principais atividades comemorativas dos seus dez anos de existência “a realização de um colóquio sobre observação da mídia em São Paulo, no segundo semestre de 2006, reunindo 12 observatórios latino-americanos” (Depoimento concedido por Luiz Egypto ao autor em 01/06/2006).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBORNOZ, Luis A. e HERSCHMANN, Micael (2006). Balanço da trajetória e do crescimento dos Observatórios Ibero-americanos de Comunicação, Informação e Cultura, in *e-compós*. Brasília: dezembro de 2006 (link: http://www.compos.org.br/e-compos/adm/documentos/ecompos07_dezembro2006_albornoz_micael.pdf; último acesso: 20/01/2006).

ALBUQUERQUE, Afonso e outros (2001). *Media criticism* à brasileira: o Observatório da Imprensa, in Anais da X COMPÓS. Brasília: COMPÓS (GT Estudos do Jornalismo),(link: <http://facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2001/albuquerque2001.rtf>; último acesso: 15/04/2006).

BRAGA, José Luiz (2006). *A sociedade enfrenta a mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Ed. Paulus.

DINES, Alberto (2006). Um compromisso, uma história, um saldo, São Paulo: 02/05/2006 (em versão eletrônica disponível no site do *Observatório da Imprensa*, link: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=379O10001>, último acesso: 24/05/2006).

RAMONET, Ignacio (2003): Fiscalización ciudadana a los medios de comunicación: el quinto poder, *Le Monde Diplomatique*, octubre de 2003 (link: <http://www.geocities.com/lospobresdelatierra2/altermedia/ramonet151003.html> , último acesso: 01/06/2006).