

A mídia à venda

Roberto Mangabeira Unger

O acontecimento mais importante ocorrido no Brasil nos últimos meses, carregado de consequências para o futuro, mal entrou no noticiário dos jornais e das televisões. O único veículo da imprensa que lhe deu o relevo merecido é a revista Carta Capital. Quase todos os jornalistas dirigentes faltaram ao país para servir aos patrões. Os políticos, em geral, se prostraram, amedrontados.

Esse fato é a pressão, até agora vitoriosa, que os donos da mídia brasileira exercem para emendar o artigo 222 da Constituição, que veda a participação tanto de estrangeiros quanto de pessoas jurídicas na propriedade dos meios de comunicação. Constituem os donos um lobby de herdeiros, beneficiários e vítimas daquele absurdo antiliberal que é a transmissão hereditária das grandes fortunas. Alguns são sérios e capazes; outros, nem tanto.

Vários se meteram em negócios ruinosos. Todos viram a receita da publicidade cair, agravando o efeito de pressões mais arraigadas, geradas pela multiplicação das mídias, pela segmentação dos mercados e pela formação de impérios internacionais de comunicação. Vislumbram a possibilidade de se salvar vendendo a grupos estrangeiros pouco por muito. (Meu cavalo por um reino!)

A justificativa para deixar meios de comunicação -- instrumentos de democracia -- em mãos de famílias é que estas tratem suas heranças como patrimônio da nação, zelando pela independência e pela integridade dos veículos. Os donos arriscam perder, por medo e ganância, essa legitimidade.

Há bons motivos para permitir que pessoas jurídicas possam ser proprietárias dessas empresas. Não é preciso restringir a propriedade a pessoas físicas para caracterizar a responsabilidade dos controladores: basta insistir na transparência dos que participem da propriedade, ou exerçam o controle, através de pessoas jurídicas. Tal reforma ajuda as empresas a se capitalizarem. Exige que nosso mercado de capitais se aprofunde. Ao facilitar a difusão da propriedade, cria condições para enfraquecer os acertos entre os detentores do poder e os donos da mídia.

Já a abertura para o capital estrangeiro, ainda que no limite de 30%, não convém ao país. Primeiro, porque as razões que levariam os estrangeiros a comprar são razões para não permitir aos brasileiros vender. Os executivos estrangeiros do ramo confessam que só comprariam participações minoritárias para facilitar a venda de seus produtos de conteúdo ou como etapa para adquirir o controle. Felizmente, são poucos os negócios que lhes interessariam. É a velha história: há quem queira vender o Brasil, mas faltam compradores. A experiência mundial comprova não haver como cumprir a promessa de dourar a pílula, reservando a

produção a brasileiros.

Segundo, porque a venda da mídia a estrangeiros é apenas a ponta de um problema fundamental do país. Ou construímos uma maneira limpa e não dirigista de associar o Estado à iniciativa privada -- no caso da mídia, dando apoio público para formar quadros, para adaptar tecnologias e para assegurar escala e financiamento -- ou vamos ter de nos contentar em aprimorar a política, a economia e a cultura da Cucaracha.

Se há uma luta inconveniente, é essa. Estão, porém, em causa a independência e a grandeza do Brasil. Danem-se as conveniências. Levantemos a nação para derrotar a emenda.

Roberto Mangabeira Unger escreve às terças-feiras nessa coluna.