

FSM: uma estratégia de comunicações para ganhar a batalha de ideias

Por Mario Lubetkin, do IPS

É paradoxal que, enquanto a história esteja dando razão ao Fórum Social Mundial (FSM) em alguns de seus postulados capitais, isto não seja notícia para a maioria dos grandes meios de comunicação, os “formadores de opinião pública”. Esta surdina aplicada ao FSM é claramente um obstáculo para sua expansão e motivo de preocupação e de buscas de superação para muitos de seus inumeráveis organizadores e participantes.

Assim reconhece a declaração conclusiva dos Movimentos Sociais do FSM, de 10 de fevereiro, ao afirmar que o FSM trava “uma batalha de ideias, na qual não poderemos avançar sem democratizar a comunicação”.

É curioso que quando, há uma década, aconteceu em Porto Alegre o primeiro Fórum, centenas de jornalistas de todo o mundo correram a cobrir seus debates e o resultado foi notável em termos de espaço em jornais e audiência na televisão.

Pode-se acrescentar que isto se deveu à novidade que representava esta congregação de fervorosos militantes que proclamavam que “Outro Mundo é Possível” e que este onde vivíamos sem apreensão caminhava para uma crise irreparável.

A surpresa foi ainda maior quando no ano seguinte, 2002, alguns membros do FSM – ainda mais numerosos, como nos anos seguintes –, como o brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva, se transformaram em presidentes de seus próprios países.

Essa novidade, aparentemente, seguia na contramão da história, já que nesses mesmos anos, com exceção de alguns tropeços, como o estouro em 2000 da chamada “bolha ponto com”, que entre esse ano e 2003 fez quebrar 4.854 companhias de serviços ligadas à Internet, o capitalismo – especialmente o financeiro – navegava a toda vela: submetia a economia real, acelerava o Produto Bruto Mundial e o comércio internacional, conseguia para suas empresas – bancos, especialmente de investimentos e seguradoras – lucros fabulosos e garantia que a prosperidade não teria fim.

Com tenacidade e riqueza de argumentos, o FSM denunciou desde seus primeiros anos, e sua “profecia” até se comprovou, que os erros da ideologia neoliberal, do Consenso de Washington que o Fundo Monetário Internacional impunha aos países do Sul, da liberalização até a morte, da fé cega no mercado como motor da economia, e o veto contra toda ação reguladora do mercado, especialmente dos grupos financeiros que praticavam uma especulação desbocada, levariam a um desastre planetário. Assim aconteceu.

Esta parábola poderia supor uma grande curiosidade jornalística para os diagnósticos, previsões e análises, dos quais o FSM é pródigo, mas ocorreu exatamente o contrário. Nestes últimos anos, e mais acentuadamente desde a grande depressão iniciada em 2008 e ainda longe de ser superada, a presença da imprensa nos fóruns só diminuiu.

Talvez tenha sido mais lógica a paralela diminuição da atenção jornalística em relação às reflexões do Fórum Econômico Mundial, já que algumas de suas principais teses se demonstraram equivocadas.

Naturalmente, em parte esta contradição se deve às características e aos erros do próprio Fórum Social Mundial. A avaliação deste tema é importante, pois o FSM é,

em nível mundial, o maior momento de agregação da sociedade civil. Entre os fatores a considerar estão os seguintes;

– A estrutura dos fóruns consiste em numerosos encontros temáticos simultâneos. Os jornalistas, individualmente, têm de selecionar os debates que assistirão e é difícil terem uma visão de conjunto. A isto se somam defeitos de organização, particularmente sentidos no último Fórum, realizado em Dacar. Assim, muitas das reflexões, inclusive as mais válidas sugestões de soluções para os problemas encarados, se perdem devido à dispersa forma organizativa do FSM.

– Em termos gerais, os jornalistas que cobrem os encontros não estão suficientemente capacitados. É certo que só profissionais particularmente qualificados podem acompanhar debates especializados sobre temas tão variados como ecologia, finanças, direitos relacionados com as diferentes minorias, e discussões sobre temas filosóficos, políticos, teológicos, sociológicos, etc.

– O FSM carece, até agora, de uma verdadeira estratégia na área de comunicação. Apesar da extraordinária capacidade de convocação do FSM entre as organizações da sociedade civil, seu estrato diretor-organizativo é reduzido e conta com escassos recursos que o limitam. Contudo, poderia obter melhores resultados precisamente se compreendesse que a comunicação é um tema estratégico.

– O cenário da mídia de massa se modificou nesta década e obriga a repensar os métodos de comunicação diante de novos e destacados atores como as diversas vias existentes por meio de Internet, redes sociais, grandes meios alternativos como Al Jazeera e blogs como Huffington Post, que demonstrou muito interesse nestas temáticas.

A coincidência da realização do Fórum de Dacar com os movimentos que sacudiram os regimes do Norte da África transmitiu um vibrante e instrutivo estímulo aos debates e a todos os círculos vinculados ao FSM, ao demonstrar a eficácia e a potencialidade, para os que se propõem a construir "Outro Mundo", de novas formas de organização e comunicação dos cidadãos.