



CONTRIBUIÇÃO AO GOVERNO FEDERAL

Sobre políticas públicas e ações em relação ao setor de Comunicação Social

Em outubro de 2003, três entidades representativas dos mais importantes segmentos empresariais da mídia no país dirigiram ao Governo Federal um apelo para viabilizar recursos financeiros destinados ao enfrentamento de uma crise do setor que ainda não foi caracterizada publicamente.

A iniciativa deste setor empresarial levou o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), com o apoio de diversas entidades da sociedade civil, a publicar em 5 de dezembro último uma *Carta Aberta ao Governo Lula* reivindicando que a demanda do empresariado só fosse considerada após a obtenção de garantias de que seus efeitos seriam efetivamente compatíveis com o interesse público.

Neste manifesto do FNDC destacou-se, sobretudo, a necessidade de que a "ajuda" que porventura viesse a ser concedida ao setor privado fosse acompanhada de contrapartidas que beneficiem a sociedade.

Procurando melhor especificar suas posições, e com o sentido de contribuir mais amplamente para o posicionamento do Governo Federal em relação às demandas empresariais, ampliando a consideração para o conjunto do setor de Comunicação Social, o FNDC toma a liberdade de ressaltar, com a máxima clareza e franqueza, atitudes e iniciativas que consideramos adequadas ao Governo Federal.

Neste sentido, o FNDC tem a convicção de que o Governo Federal deve assumir o seguinte conjunto de atitudes:

- Não estreitar o âmbito de discussão sobre as medidas a serem adotadas em relação ao setor de Comunicação Social.
- Não tratar as iniciativas que adotará em relação à denominada "crise da mídia" com sentido imediatista ou meramente conjuntural.
- Não identificar na representação do público – do interesse público – uma prerrogativa exclusiva do Estado, no caso, do Governo Federal, desprezando o potencial de proposição e representação da sociedade civil.
- Não reiterar o equívoco da tese – afirmada nos programas adotados pelo PT na disputa da Presidência da República nas eleições de 1989, 94 e 98 – de que a principal forma de democratização da comunicação no Brasil se dará pelo fortalecimento do setor estatal de mídia, que no Brasil tende a ser identificado, mecânica e superficialmente, como a base de um "sistema público"¹.

Além desta base de premissas, o FNDC acredita que as medidas que porventura venham beneficiar o empresariado de comunicação social podem ser coerentes com o desenvolvimento de um projeto nacional de políticas públicas para o setor, na medida em que o Governo Federal adote o seguinte conjunto de iniciativas e posturas:

- 1) RECONHECER que as crescentes determinações que os sistemas de mídia contemporaneamente exercem sobre a cultura (e suas imensas decorrências políticas e econômicas) tornam os veículos de comunicação instrumentos decisivos para o desenvolvimento do país e para a afirmação da cidadania e da democracia. A cultura do país deve ser percebida como fator de potência, o que só é alcançável – pelo menos democraticamente e de forma

¹ Previsto na Constituição Federal mas ainda inexistente no País, o sistema público tem como suas primeiras expressões o surgimento das rádios comunitárias e dos canais comunitários na TV a cabo.



humanizadora – por uma nação constituída por indivíduos dotados de senso crítico e autonomia intelectual.

- 2) ATUAR para a criação de meios regulamentares e políticos que possibilitem o processo de formação de opinião dos cidadãos sobre o que é produzido e exibido pela mídia seja fortalecido, democraticamente e de forma plural, com o acesso a manifestações da opinião de setores organizados da sociedade veiculadas, sempre que possível, através da própria mídia.
- 3) ADOTAR medidas para promover a máxima ampliação do acesso da população à produção audiovisual veiculada atualmente pela TV por assinatura e pelos jornais e revistas; isto é, ampliação do mercado de mídia, com geração de emprego, renda e consumo – o que hoje está inacessível à maioria absoluta da população – com a criação de um verdadeiro mercado de massa de comunicação, como um dos fatores de ampliação da representação da pluralidade.
- 4) ADOTAR medidas para suplementar os sistemas de comunicação de mercado com uma atuação democrática e ética dos veículos dos sistemas Estatal e Público, que devem ser alvos de políticas para o seu desenvolvimento.
- 5) PROMOVER democraticamente acordos consistentes e implementáveis ou meios regulamentares para que as emissoras de rádio e televisão não tenham atuação de caráter político-partidário e que os jornais e revistas não partidarem sua atuação de forma velada.
- 6) INSTITUIR e favorecer a implementação e o desenvolvimento, em escalas nacional e local, de meios institucionais que facultem à sociedade civil incidir democraticamente sobre o conjunto dos sistemas de comunicação social do país, possibilitando a interlocução com os produtores, a explicitação das expectativas da sociedade sobre estes meios e as melhores formas de representação da pluralidade nos sistemas de mídia.
- 7) EXPLICITAR claramente o projeto do Governo Federal para o setor de comunicação social, estabelecendo finalidades e objetivos, e especificando ações e meios a serem desenvolvidos, para que sua atuação não seja errática e particularista, e possa ser compreendida e avaliada pela sociedade.

Na avaliação do FNDC, tais condutas, medidas e iniciativas propostas ao Governo Federal, aqui expressas conceitualmente, constituem premissa e base não só para o equacionamento do problema da "crise da mídia", levantado pelos grandes grupos da área das comunicações, mas para a formulação e a implementação de um consistente programa para a comunicação social do País. O FNDC está convicto de que este pode ser inspirado no documento *Programa do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação por uma Política Pública de Comunicação Social*, entregue ao Governo Federal por meio da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica (Secom) em 15 de janeiro de 2004.

O FNDC persiste com a disposição de contribuir com o Governo Federal em tudo o que for melhor para o interesse público com a convicção de que a formulação programática acima referida, que apresentou e foi aprovada pelo Encontro Nacional do PT em junho de 2002, continua sendo a melhor referência para projetar o desenvolvimento da comunicação social no Brasil.

Brasília, 19 de Fevereiro de 2004.

Coordenação Executiva FNDC
Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária – Abraço
Conselho Federal de Psicologia – CFP
Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social – Enecos
Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão – Fitert
Federação Nacional dos Jornalistas – Fenaj