
ELEMENTOS PARA UM PROGRAMA DE DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL

OBJETIVOS GERAIS DO PROGRAMA

1. Mobilização dos setores organizados da sociedade para fazer frente à dimensão estratégica da comunicação na contemporaneidade.
 2. Estabelecimento de novas relações e condições de busca de consenso entre o Estado, o setor privado e a sociedade no que se refere à estruturação dos sistemas de comunicação e na definição do papel cultural, político e econômico desempenhado pelos meios de comunicação.
 3. Estabelecimento de formas de controle público sobre os meios de comunicação de massa - aqui entendido como um processo eminentemente político, não burocrático, não restritivo e não censório - como condição para o controle das decisivas determinações destes meios na construção da cultura do país e como base para o processo civilizatório que deve ser empreendido, democraticamente, pelos meios de comunicação.
 4. Adoção do planejamento estratégico para a área da comunicação, com ampla participação de todos os setores da sociedade interessados, como condição para o alcance de objetivos nacionais, construção democrática da vontade nacional, afirmação da soberania do país, da cidadania e da dignidade humana.
 5. Reestruturação do mercado de comunicação no Brasil com o desbloqueio da concorrência comercial, fortalecimento da capacidade de produção por empresas e entidades, ampliação do mercado, inclusive para viabilização da produção que hoje não tem canais de distribuição, e amplo estímulo à pluralidade de expressão.
 6. Capacitação dos cidadãos para a leitura crítica dos meios de comunicação nas suas diversas modalidades, a partir da compreensão da linguagem e artificios empregados, e de meios de defesa da cidadania e da dignidade humana em relação à atuação destes meios de comunicação.
 7. Capacitação do Brasil para ser um *pólo mundial* de elaboração teórica, técnico-científica e política sobre comunicação e, em particular, sobre a produção audiovisual.
 8. Preparar o país para ser um grande exportador de produção audiovisual e de multimídia, realizando uma vocação já demonstrada no mercado de televisão pela alta qualidade e competitividades dos seus produtos.
-

BASES PARA O PROGRAMA

(EIXOS DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, OBJETIVOS ESPECÍFICOS E PLANOS, PROGRAMAS E AÇÕES A SEREM EMPREENDIDAS)

I. IMPULSO À SOCIEDADE INTELIGENTE: CAPACITAÇÃO TEÓRICA E POLÍTICA DA SOCIEDADE PARA COMPREENSÃO E AÇÃO SOBRE A PROBLEMÁTICA DA COMUNICAÇÃO

Objetivos Políticos

1. Estímulo à existência e à atuação de instituições da sociedade civil voltadas para o estudo teórico e político da problemática da comunicação no Brasil e no mundo.
2. Mobilização das instituições de ensino superior, públicas e privadas, orientadas para objetivos de pesquisa e elaboração acadêmica sobre questões de interesse pública sobre comunicação de massa.
3. Organização de eventos que estimulem o debate acadêmico e público de questões e temáticas referentes à comunicação de massa.

Planos, Programas e Ações a Serem Empreendidas

1. **Programa de Apoio à Elaboração e ao Debate Teórico, Técnico-Científico e Político da Comunicação** - Criação de estímulos à existência e à atuação de instituições da sociedade civil voltadas para o estudo teórico, técnico e político da problemática da comunicação de massa no Brasil e no mundo. Estímulo especial a realização de eventos (congressos, seminários, simpósios, premiações que destaquem aspectos relevantes, etc.) que viabilizem o debate e a compreensão desta problemática.
2. **Plano de Diretrizes e Metas para a Produção Científica e Técnica das Instituições de Ensino Superior Sobre Comunicação** - Orientação de um esforço nacional de pesquisa teórica e técnico-científica sobre comunicação, sistematizando a atuação das instituições de ensino superior, públicas e privadas, existentes no país, bem como estímulo à criação de centros de excelência na elaboração científica e técnica sobre comunicação.

II. CONTROLE PÚBLICO: NOVAS INSTITUIÇÕES E REDEFINIÇÃO DAS RELAÇÕES ENTRE O ESTADO, O SETOR PRIVADO E A SOCIEDADE CIVIL

Objetivos Políticos

1. Superação do formalismo normativo com a valorização da participação de instituições representativas da sociedade civil e que dêem curso a novas relações com o Estado, isto é, menos texto legal e mais instituições capazes de responder com legitimidade à dinâmica dos fatos da contemporaneidade, pactuando e repactuando acordos, de acordo com a evolução destes fatos.

2. Implementação do Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional, previsto na Constituição e regulamentado pela Lei 8.182/91.

3. Atualização e consolidação da legislação de telecomunicações e comunicação.

Planos, Programas e Ações a Serem Empreendidas

1. **Apoio à Implementação do Conselho de Comunicação Social** - O Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso, previsto na Constituição e regulamentado pela Lei 8.182/91, como o grande instrumento de representação da sociedade civil junto ao Estado. Suas funções consultivas e sua localização no interior do Congresso só reforçam seu papel de representação e de interlocução junto a todos os poderes. É neste sentido que o papel do Conselho deverá ser fortalecido politicamente e apoiada a composição resultante do acordo entre o Fórum e o empresariado de comunicação.

2. **Criação Eventual de Comissões Técnicas e Políticas, Amplamente Representativas, para Tratar de Assuntos Especializados** - Sem concorrer com as amplas atribuições do Conselho de Comunicação Social, prevê-se a criação de Comissões Técnicas e Políticas, com ampla representação da sociedade civil, destinadas a elaborações especializadas e específicas, com duração por prazos determinados, para auxiliar órgãos do governo, apoiar o debate de questões específicas por instituições da sociedade civil e do próprio Conselho de Comunicação Social e, através deste, o Congresso Nacional.

3. **Elaboração de uma Legislação Consolidada de Telecomunicações e Comunicação** - Propõe-se a elaboração de uma legislação ampla, que consolide tanto os aspectos de infra-estrutura técnica como de equacionamento de interesses em torno do conteúdo dos meios de comunicação. Será uma legislação sintética, a ser complementada por normas e atos governamentais (decretos e portarias) cuja elaboração deverá ser legitimada por instituições amplamente representativas da sociedade civil, tal como previsto nos dois itens anteriores. Entre os aspectos a serem regulados ressaltamos a transformação das atuais emissoras estatais num sistema público de comunicação, viabilizando a complementaridade prevista na Constituição; a separação de uma faixa de frequência para utilização livre por emissoras de rádio de baixa potência e em caráter local; política de redes de televisão e regionalização da produção; e regulamentação das novas tecnologias de comunicação.

4. **Estímulo à Criação de um Código de Ética Conjunto da Área da Comunicação.** - Apoio político e favorecimento à criação de condições para elaboração e implementação de um Código de Ética conjunto englobando todos os setores empresariais e profissionais da área da comunicação, atribuindo condições de fiscalização e julgamento de questões com a participação da sociedade civil.

III. REESTRUTURAÇÃO DO MERCADO NA ÁREA DA COMUNICAÇÃO: SUPERAÇÃO DA ESPONTANEIDADE DAS RELAÇÕES MERCANTIS COM A INTRODUÇÃO DE OBJETIVOS E METAS ORIENTADAS PELO INTERESSE PÚBLICO

Objetivos Políticos

1. Planejamento do desenvolvimento do mercado nacional e internacional para a produção de comunicação do Brasil, orientado por objetivos culturais, políticos, econômicos e geo-estratégicos.

2. Impulso ao desbloqueio dos meios de distribuição da produção de comunicação em todas as modalidades de mídia, favorecendo a concorrência comercial e a pluralidade de expressão.
3. Disseminação de meios de produção e tecnologia de televisão, vídeo e multimídia.
4. Superação da distância entre a produção alternativa e o mercado, criando condições para sua viabilização econômica e qualificação técnica, também favorecendo a pluralidade de expressão.
5. Esforço especial de revalorização de segmentos da mídia em conformidade com objetivos de interesse público.

Planos, Programas e Ações a Serem Empreendidas

1. **Plano Nacional de Diretrizes e Metas para o Desenvolvimento da Área da Comunicação** - Elaboração de um Plano Nacional sistematizando os objetivos programáticos, especificando objetivos e definindo e quantificando metas a serem atingidas. Este Plano norteará os estímulos que serão dados ao desenvolvimento do mercado nacional e a abordagem do mercado internacional, orientado por objetivos culturais, políticos, econômicos e geo-estratégicos. No que se refere ao mercado internacional, será dada ênfase à penetração nos mercados de língua portuguesa e nos países da África e da América Latina, bem como em nichos de mercado dos países industrializados.

2. **Implantação de um Sistema Nacional de TV a Cabo** - Amparado nos conceitos de Rede Única e Rede Pública, que marcam as propostas do Fórum no atual debate da regulamentação da TV a Cabo, em curso no Congresso, será implantando um Sistema Nacional capaz de interligar nacionalmente as redes de TV a Cabo, criando condições para o desenvolvimento de um mercado nacional, integração regional e do país. A regulamentação da TV a Cabo, ainda em elaboração deverá criar condições de viabilidade para este Sistema Nacional. Esta regulamentação prevê um sistema aberto para todo e qualquer produtor que quiser operar regional ou nacionalmente e canais que ficarão disponíveis para transmissão eventuais, inclusive de caráter não comercial.

3. **Programa de Criação do Circuito Nacional de Exibição Coletiva de Televisão e Vídeo (CINEC-TV), as Salas de Cultura Contemporânea** - Abertura de linhas de crédito para instalação de pelo menos dez mil salas com recursos (projektor de vídeo, telão, videocassete, amplificadores de som e cadeiras, com custo médio de 10 a 20 mil dólares) para exibição coletiva de televisão e vídeo com 50 a 150 lugares. Serão elaboradas plantas padrão como sugestão para as instalações, cujo custo será coberto pelos interessados (empresas, micro-empresas, escolas públicas e privadas, centros comunitários, sindicatos, entidades associativas e pessoas físicas). As salas serão integradas através das redes de TV a Cabo. Estas salas terão uso especializado ou misto (educação formal ou informal, treinamento e formação de recursos humanos, exibição de espetáculos esportivos, artísticos e programas de informação e entretenimento, audiências de órgão públicos, transmissão de sessões do parlamento, eventos de qualquer natureza tais como congressos, seminários e simpósios, bem como exibição de produções de vídeo em geral). Na sua atuação, as salas pagarão preços especiais para a exibição de programação paga exibida pela rede de TV a cabo e taxas especiais para a exibição de fitas de vídeo. As salas poderão operar comercialmente livremente, tendo como único controle o pagamento destas taxas especiais de exibição. Deste modo, o custo das exibições pode ser custeados pelos espectadores, que pagarão ingressos, ou ter as exibições pagas por alguma entidade ou empresa). Além da criação de um mercado nacional massivo para a TV a Cabo e exibição de produções de vídeo, o objetivo principal deste programa é a disseminação de meios para deflagração de um grande movimento cultural em torno da televisão e do vídeo, criando uma experiência socialmente partilhada e crítica de audiência da produção audiovisual, assim como exi-

experiência socialmente partilhada e crítica de audiência da produção audiovisual, assim como exibições acompanhadas de debates e avaliações críticas.

4. Programa de Disseminação de Recursos de Produção e Tecnologia de Televisão e Vídeo - Disseminação pelo país, com ênfase em pólos regionais, de meios de produção (estúdios e equipamentos) privados ou públicos, bem como tecnologia de operação destes meios, capazes de apoiar a realização, em larga escala, de produções de televisão, vídeo ou multimídia.

5. Programa de Formação de Recursos Humanos para Produção de Televisão e Vídeo - Considerando as metas estipuladas para o desenvolvimento do mercado de televisão e vídeo, dimensionar um programa que sistematize e incremente a formação de jornalistas, radialistas, artistas e técnicos (especialistas em som, imagem, cenografia, iluminação, figurinos, maquiagem, etc.).

6. Programa de Valorização da Mídia Impressa (Jornal e Revista) - Definição de estímulos legais e econômicos para o desenvolvimento das mídias Jornal e Revista, buscando barateamento dos custos de produção e distribuição e do preço final para os leitores, visando a sua massificação no país. Entre as medidas adotadas o programa incluirá a estimulação de um novo mercado para jornais e revistas no país, considerando a importância que a mídia impressa deve ter na formação da cultura nacional.

IV. ORIENTAÇÃO DOS MCM NA CONSTRUÇÃO DA CULTURA DO PAÍS E DA AUTONOMIA INTELECTUAL DOS INDIVÍDUOS, COM AFIRMAÇÃO DA SOBERANIA DA NAÇÃO E RESPEITO À DIGNIDADE HUMANA

Objetivos Políticos

1. Orientação do papel cultural dos MCM com vistas à emancipação intelectual dos indivíduos, afirmação da soberania nacional e impulso ao desenvolvimento do país.
2. Criação de meios de defesa dos cidadãos em relação a abusos praticados através dos meios de comunicação de massa, visando a promoção da dignidade humana.
3. Mobilização do sistema de educação formal e de outros meios de educação informal para capacitação dos indivíduos para leitura crítica da produção veiculada pelos meios de comunicação de massa.

Planos, Programas e Ações a Serem Empreendidas

1. Desenvolvimento de Agenda Nacional para os Meios de Comunicação no Brasil - Através de uma interlocução entre o Conselho de Comunicação Social, das instituições da sociedade civil voltadas para o estudo teórico e político da problemática da comunicação e dos órgãos governamentais voltados para a elaboração estratégica, será elaborada e atualizada, sempre que necessário, uma Agenda Nacional para orientar a atuação dos meios de comunicação de massa, propondo objetivos culturais e políticos. Esta Agenda não será impositiva e fixará um compartilhamento de responsabilidades entre o empresariado de comunicação, o governo e os setores organizados da sociedade, quanto a uma expectativa de atuação e do papel a ser cumprido pelos meios de comunicação, públicos ou privados. Tal Agenda estabelecerá, como critérios norteadores, objetivos que favoreçam a autonomia intelectual dos indivíduos, a cidadania, a afirmação da soberania nacional e o impulso ao desenvolvimento do país.

2. Programa de Capacitação para Leitura Crítica dos Meios de Comunicação - O sistema formal de educação, público e privado, bem como outros meios e sistemas de educação não formal, serão mobilizados, nacionalmente, para capacitar os cidadãos para a leitura crítica dos meios de comunicação, em todas as suas modalidades (meios impressos, rádio, televisão, vídeo e multimídia), criando condições para a compreensão dos seus recursos de linguagem e artifícios empregados, de forma a romper a passividade e a mera submissão aos conteúdos veiculados e adoção de uma atitude humanizada e humanizadora diante dos veículos.

3. Programa de Defesa da Cidadania e da Dignidade Humana na Atuação dos Meios de Comunicação de Massa - A consolidação da legislação de telecomunicações e comunicação, a criação de um Código de Ética Conjunto para a área da comunicação, o programa de capacitação para leitura crítica dos meios de comunicação, e a Agenda Nacional para a atuação dos meios de comunicação, iniciativas previstas neste programa, deverão proporcionar referenciais e instrumentos para se assegurar a defesa dos direitos dos cidadãos e da dignidade humana, tanto na atuação dos meios de comunicação, como na postura do público. O programa aqui previsto deverá ser deflagrado como síntese destas várias iniciativas, sendo estimulador da consciência dos cidadãos desta nova realidade da comunicação no Brasil, dos direitos desfrutados e das responsabilidades por estes partilhadas, diante dos meios de comunicação e do papel que lhes é atribuído.

4. Criação de um programa semanal, a ser veiculado em horário nobre por cada uma das redes de televisão, que atue como um *ombudsman* da televisão brasileira - Cada uma das redes de televisão deverá veicular, semanalmente, em horário nobre, um programa produzido por uma Fundação sem fins lucrativos e amplamente representativa da sociedade civil, no qual os setores organizados da sociedade atuarão como um *ombudsman* da televisão brasileira, isto é, atuará como um mediador, entre os produtores e exibidores e o público, elogiando as produções com qualidade estética e analisando criticamente o conjunto da produção, inclusive denunciando eventuais abusos que forem cometidos.

5. Criação de um Fundo Nacional para o Desenvolvimento Cultural da Comunicação - Será criado um Fundo Nacional para o Desenvolvimento Cultural da Comunicação destinado a financiar a formação de recursos humanos, pesquisas, tecnologia, o programa *ombudsman* da televisão brasileira, a rede de emissoras públicas, entre outras iniciativas de interesse público. O Fundo será formado a partir de um imposto de 1,5% sobre o faturamento com publicidade, pelas emissoras de rádio e televisão, e de doações de pessoas físicas e jurídicas, dedutíveis do imposto de renda. O Fundo será administrado pelo Governo Federal com a fiscalização e a orientação de uma ampla representação da sociedade civil.