

ELEMENTOS PARA UM PROGRAMA DE  
DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO  
NO BRASIL

OBJETIVOS GERAIS DO PROGRAMA

Enfoque do Problema

Podemos definir um programa setorial para um país como um esforço de compreensão abrangente e de orientação global de uma determinada área de atuação humana que parta da identificação das condições concretas do país, das suas possibilidades internas e da sua inserção no contexto internacional. Fixando diretrizes, objetivos e metas, um programa setorial deve amparar-se numa avaliação conjuntural, num dimensionamento da correlação de forças e prospecções de futuro. Deve, portanto, pretender abarcar os principais fatores determinantes numa área de atuação, tentando assim tornar potente uma vontade para informar - no sentido cibernético - a realidade de uma vontade, influenciando na sua lógica de ser, construindo a sua essência.

Um programa setorial necessita alicerçar-se em premissas para um programa global para o país. Caso inexistente este programa global, referência ainda que mínima devem ser esboçadas para que o programa setorial não seja concebido como um recorte arbitrário de uma área de atuação humana, infensa à influências e interações de outras áreas e das opções políticas globais feitas pelos sujeitos que pretendem impulsionar este programa.

As limitações da elaboração que apresentam esta proposta de programa são significativas, mas isto não é motivo para imobilizar os sujeitos que pretende tornar ativos. Afinal, um programa, antes de tudo, é uma afirmação de vontade, que deve ter uma perna na realidade dada - para não transformar-se em delírio - e outra perna na disposição de construção de novas realidades, mesmo que estas não estejam contidas, nem como potência, nas condições dadas. Isto é, um programa deve dispor-se a realizar o aspecto mais nobre da práxis humana: a invenção do novo, o exercício do descompromisso com racionalidades estabelecidas e a adoção de um impulso fundador de uma nova realidade humana. Neste sentido, o aspecto revolucionário de um programa é o que consegue

afirmar o primado das finalidades humanas, sobre a *lógica das coisas* que resulta da perda de controle do homem sobre a realidade que ele próprio cria e que contra ele se volta sob a forma trágica de uma realidade autônoma.

Nossa concepção de programa corresponde a um esforço que não pretende renunciar à racionalização global sobre o mundo, embora recuse a existência de uma Razão; que empenha-se na superação dos estereótipos e dogmas e os impasses das racionalidades que estruturam o mundo atual; que persegue a formulação de bases teóricas e políticas e pretende demonstrar a viabilidade e a necessidade de um conjunto planos, programas, metas e ações a serem empreendidas.

Esta proposta de programa tem como uma das suas premissas a convicção de que a sociedade civil deve se relacionar com o Estado em novas bases. Deve ir além da apresentação das suas demandas particulares e corporativas, meramente reivindicatórias, numa atitude típica de minoridade política. Trata-se de organizar vontades que procurem politizar suas relações com o Estado, inserindo suas demandas em perspectivas mais amplas de interesse público e apresentem projetos e alternativas para o equacionamento dos problemas. Procurando ir além das práticas meramente reivindicatórias ou oposicionistas, esta proposta tem, confessadamente, a despeito das suas limitações, a pretensão de sugerir bases para um programa de governo para a área da comunicação.

O grande sujeito da proposta de programa aqui formulado - seja este implementado por uma luta da sociedade civil ou até mesmo pelo Estado - é constituído pelos setores organizados da sociedade que, historicamente, têm sido excluídos, mas também têm se omitido, da orientação dos sistemas de comunicação no país, isto é, de sistemas que exercem importantes e cada vez mais decisivas determinações sobre a cultura, a política e a economia do país.

Esclarecendo o método de exposição da proposta de programa, optamos por definir com clareza os objetivos estratégicos, que norteiam os planos, metas, programas setoriais e ações a serem empreendidas. Partimos do princípio de um programa é um meio condutor de finalidades estratégicas que, entretanto, pode igualmente ser traduzido de outros modos - isto é, através de outros planos, metas e ações - sem deixar de realizar as mesmas finalidades estratégicas. O programa, portanto, é recorrente às suas próprias possibilidades de viabilização. As definições essenciais, portanto, estão nos objetivos estratégicos, formulados para evidenciar o alcance que se quer dar

às medidas concretas e facilitar a compreensão e a crítica das propostas.

Deste modo, antes de expor os quatro eixos de planejamento estratégico, fixaremos os objetivos estratégicos gerais do programa, proporcionando um panorama global da orientação que se quer dar para a área da comunicação no Brasil.

### Objetivos Estratégicos

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 - sendo *controle* aqui entendido como um processo eminentemente político, não burocrático, não restritivo e não censório - como condição para a orientação 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. Reestruturação do mercado de comunicação no Brasil com a criação de condições favoráveis para a concorrência comercial; fortalecimento da capacidade de produção por empresas e entidades; impulso a segmentos da mídia que se necessite valorizar; ampliação do mercado, inclusive para viabilização da produção que hoje não tem canais de distribuição, e amplo estímulo à pluralidade de expressão.

5. Capacitação dos cidadãos para a leitura crítica dos meios de comunicação nas suas diversas modalidades, a partir da compreensão da linguagem e artifícios empregados, e desenvolvimento de meios de defesa da cidadania e da dignidade humana em relação à atuação destes meios de comunicação, entendendo que autonomia intelectual dos indivíduos e capacidade crítica são fatores decisivos para a afirmação da soberania nacional.

6. 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.

7. Capacitação da nação e da cidadania para fazer frente, de forma não restritiva, à enorme quantidade de produção audiovisual internacional que está sendo introduzida, especialmente pela implantação das novas tecnologias de comunicação, com o desenvolvimento de condições para a assimilação dos aspectos humanizadores da cultura universal, resistência crítica a elementos desagregadores e, sobretudo, incrementação de meios e recursos para afirmação positiva da cultura e, assim da soberania nacional.

8. Capacitação do Brasil para ser um *pólo mundial* de elaboração teórica, técnico-científica e política sobre comunicação e, em particular, sobre a produção audiovisual, de modo a que o país prepare-se adequadamente para ser informado pela cultura universal, também possa informá-la.

9. 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 competitividade dos seus produtos, perseguindo objetivos econômicos, de projeção de potência e de posicionamento geo-estratégico no Sistema Internacional.

#### 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

Marx apresenta o conceito de alienação, que expressa a idéia de uma essência perdida ou um dever ser. Marx identifica, na história, um suposto período de comunismo primitivo, no qual os homens haviam sido não alienados. Esta idéia acabou sendo cabalmente desmentida pela evolução da ciência.

O desmonte do mito do comunismo primitivo derrubou dos dos pilares teóricos do marxismo a respeito da possibilidade de desalienação. Mas não foram apenas as limitações da ciência da época em que viveu Marx que comprometeram aspectos relevantes da sua elaboração. Marx, em seu tempo, defrontou-se com uma degradação monstruosa da condição humana. O capitalismo erguia-se com uma voracidade assustadora, consumindo a vida de milhões de homens, mulheres e crianças em ambiente de trabalho em condições insalubres, jornadas estafantes, ausência de reconhecimento de direitos e tanto produzindo um violento aumento de produção como uma acumulação e concentração de riquezas sem precedentes.

Constrangido pela necessidade de defesa da dignidade humana em que dezenas de milhões eram atirados numa indescritível situação de penúria degradação, pela superexploração do trabalho, Marx acabou desenvolvendo uma obra na qual podem ser identificadas duas lógicas: a primeira, menos desenvolvida, é a ontologia do marxismo, que dá conta de uma conceituação da natureza humana, através da idéia de práxis; a segunda, muito desenvolvida, de afirmação da condição humana, foi a crítica ao modo de produção capitalista e a apresentação de caminhos para a superação da sua lógica desumana, com a construção do comunismo.

A crítica ao capitalismo foi a base do maior movimento de idéias já verificado na história humana, levando a que mais de um terço dos habitantes do planeta fossem envolvidos na experiência do socialismo real. As concepções marxistas não criam apenas o socialismo, mas também empurram profundas transformações no próprio capitalismo. Da regulação das relações do trabalho às concepções do *welfare state* (*Estado do Bem Estar Social*), o capitalismo reciclou-se sobre o impacto das denúncias do marxismo e do confronto ameaçador com as experiências socialistas.

O desmonte do "socialismo real" evidencia os generalizados problemas das inúmeras concepções - algumas contraditórias e até antagônicas entre si - abrigadas no imenso "guarda-chuva" que é o marxismo. Adelmo Genro Filho é um dos autores que identifica a gênese de muitos destes problemas na própria de Marx, especialmente no segmento filosófico, o menos desenvolvido. Pode-se constatar uma ambigüidade, de certa forma uma dupla ontolo-

gia na obra de Marx: uma, assenta-se na noção de essência comunista, factualmente desmontada; a segunda, diz respeito às noções de práxis que apontam para uma conclusão inovadora na filosofia, a idéia de que o homem é um animal que constrói sua própria essência.

Adelmo identifica na categoria da práxis, lançada, mas pouco desenvolvida, uma das principais contribuições filosóficas da obra marxiana. Mas também percebe na imanência da essência comunista, assentada na suposta constatação do comunismo primitivo, um dos mais graves equívocos, que foi inspirado de uma sucessão de equívocos em cascata, que resultaram em tantos episódios trágicos de busca de realização do comunismo. Conforme Adelmo, o marxismo digeriu alguns séculos de filosofia, mas não os digeriu adequadamente.

Propondo um reequacionamento da trajetória filosófica de Marx, especialmente a partir de Hegel, Adelmo deste se aproxima radicalizando a sua constatação da inevitável excedência dos meios em relação aos seus fins particulares, o que o marxismo não digeriu satisfatoriamente. Mas se afasta de Hegel ao não reconhecer a superioridade dos meios e a existência benigna de uma Razão, cuja manifestação o marxismo identificava como uma mera expressão da {lógica das coisas}, isto é, a {lógica da mercadoria}.

Por outro lado, Adelmo aproxima-se de Marx com a valorização do seu conceito de práxis. Mas se afasta de Marx ao rejeitar a mitificação do comunismo primitivo e da imanência de uma essência comunista do homem.

É com uma abordagem assim delineada - aqui sintetizada de modo quase esquemático - que Adelmo dá largos passos para uma recuperação e uma verdadeira refundação do conceito de práxis, procurando redefinir as bases de relacionamento do homem com sua essência. Adelmo começa reformulando o conceito marxiano de alienação (essência perdida), substituindo pelo de "potencialidade não apropriada", isto é, os homens produzem a sua própria realidade mas, neste processo, estranham a realidade produzida e seus meios, deixam de com se identificar e, assim, abre-se o caminho, inclusive, para que os meios acabem contradizendo os fins para para os quais foram concebidos. Nada indica que algum dia o homem foi desalienado. E nada assegura que, necessariamente, o homem se desalienará dada a persistência do fenômeno da excedência dos meios. Aliás, não é outra a tragédia do próprio marxismo, fundado num humanismo radical e numa incontestável generosidade de propósitos, que foi corrompido pelas próprias contradições que gerou.

Chegamos então ao ponto que justifica o esforço para amparar esta proposta de programa em elementos filosóficos e teóricos, ainda que sinteticamente e até certo ponto grosseiramente aqui evocados. Trata-se de um momento e de questões cruciais que exigem "pontes" lançadas entre a filosofia e a política, ainda que sejam construções precárias, uma "ponte" produzida com "cordas e troncos".

Constatando a inevitável e incontornável excedência dos meios em relação aos fins ("tudo o eu faço me excede") como um dos mais graves dilemas da humanidade, Adelmo contrapõe a idéia de {consciência excedente}. Identificando no homem a característica de perpetuamente violar legalidades (da natureza e das relações entre os próprios homens), constantemente criando realidades novas que desmentem conceitos, superam tradições e descortinam novas possibilidades, Adelmo concebe uma saída, justamente na {possibilidade} de um esforço sistemático para que o homem responda à {excedência dos meios} com uma {excedência da consciência}.

Precocemente falecido, em 1988, aos 36 anos, Adelmo deixou uma obra recém iniciada. Mas talvez ainda possa ser considerado como um dos fundadores de uma "filosofia da práxis", lançada com respostas concretas ao problema da tragédia humana: a condição de violar perpétuo das legalidades estabelecidas dá à consciência um lugar central no ciclo da práxis e permite que o homem passe a orientar conscientemente e com sucesso a construção da sua própria essência (os meios produzidos fora de si) e possa superar os condicionamentos da realidade humana (a {lógica das coisas}, que no atual estágio do desenvolvimento humano é a {lógica da mercadoria}).

{Consciência excedente}, deste modo, mais do que uma categoria epistemológica ou metodológica, é base para uma ação crítico-transformadora do homem, capaz de reaproximar os homens dos meios que ele próprio produz e, habilitando-se para controlá-los, possa produzir conscientemente sua própria essência. Mesmo sabendo que esse controle é o resultado de uma relação necessariamente tensa, provisória e contraditória.

A este desdobramento da {filosofia da práxis} no campo da estratégia, podemos denominar {estratégia do controle}. Com esta abordagem recusa-se os cânones próprios de um sistema fechado, que aponte para um fim determinado e exclusivo, como um modo de produção definitivo ou uma forma de ser perpétuo. Ao contrário, o futuro humano estará sempre em aberto, o que exige uma recorrência de método e conduta para abordagem dos problemas humanos e equacionamento da condição humana. Sem querer substituir as noções românticas, messiânicas e salvacionistas do comunismo de Marx e dos vários marxismos, a {estratégia do controle} retoma o humanis-

mo radical e as possibilidades transformadoras abertas pela noção de práxis fundada por Marx.

Neste contexto, {sociedade inteligente} refere o estatuto e a qualidade das relações que se deseja estabelecer a partir da {estratégia do controle}. Capacitação para a produção de {consciência excedente} é um dos requisitos da {sociedade inteligente}, como requalificação da sociedade, como condição de politização do equacionamento de suas demandas e das suas relações com o Estado, como base da reivindicação de um Estado dotado de crescente transparência, no sentido de se deixar informar pelo conteúdo ético da sociedade.

{Sociedade inteligente} é a resposta para a reestruturação desta agência reguladora e qualificadora das relações e práticas sociais, que é o Estado, que está esgotando as funções que lhe foram atribuídas pela Era Moderna. {Sociedade inteligente} é a capacitação da sociedade necessária para o enfrentamento dos dilemas da contemporaneidade.

Espontaneamente, as razões de Estado, ao lidar com gigantescos sistemas de meios - nos planos nacional e internacional - em com aspectos globais da realidade, desenvolveram meios voltados para a produção de inteligência. O mesmo ocorreu com as grandes corporações empresariais transnacionais. Isto é, meios capazes de sistematizar informações sobre a realidade, permitir a prospecção de alternativas e a construção de cenários e antecipação de possibilidades.

Na medida em que a realidade humana se acelera e se torna cada vez mais planetária e violenta, nos sentidos substantivo e adjetivo, aumenta a importância da subjetividade. Neste contexto, inteligência e comunicação são fatores chave. No plano das razões de Estado e da ação empresarial privada, a inteligência tem um contorno pragmático: tanto afirmando condição para a subsistência de interesses particulares, como proporcionando o desenvolvimento da lógica da mercadoria. Neste mesmo plano, comunicação é um instrumento manipulatório e, igualmente, de afirmação da lógica coisificadora da mercadoria.

Em contrapartida a estas tendências, opomos a concepção de uma *sociedade inteligente*. Isto é, de uma sociedade que se capacita para fazer aquilo que o Estado e as corporações privadas já fazem: saber lidar com informação, prospecção, desenvolver capacidade de antecipação e planejamento estratégico. *Sociedade inteligente* é a sociedade que se organiza para informar o Estado de conteúdo. *Sociedade inteligente* é a consecução do esforço

de capacitação para o controle dos meios produzidos pelo homem, inclusive o mais gigantesco deles: o Estado. *Sociedade inteligente* é o esforço dos setores organizados da sociedade para produzir {consciência excedente} e substituir a espontaneidade pela busca de finalidades humanas nas relações e práticas sociais. No plano da comunicação, é tarefa da {sociedade inteligente} criar condições para que os meios de comunicação se orientem por um projeto para o país, por uma noção de cidadania e de dignidade humana.

### **Objetivos Estratégicos**

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 público 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

### Enfoque do problema

O uso da inteligência, tal como aqui foi definida, expressa a valorização da consciência num mundo onde a espontaneidade e a coisificação são decorrências da velocidade e da intensidade com que tudo acontece. Desenvolvimento de meios voltados para a produção de inteligência - sistemas de informação, capacidade de análise, prospecção de antecipação de possibilidades - é um esforço de produção de {consciência excedente} num mundo onde os meios hipertrofiados (tanto meios materiais, como as instituições) fogem ao controle humano e coisificam suas relações.

Inteligência, tal como aqui definimos, tem o propósito de informar a ação estratégica e superar a espontânea busca do mais fácil em detrimento do mais humano. Trata-se de uma apropriação inteligente do mundo com a finalidade de buscar o controle da inevitável excedência dos meios em relação aos fins, ainda que de forma precária, contraditória e provisória.

A *estratégia do controle* é a expressão política da luta permanente pela humanização e afirmação do papel da consciência no ciclo da práxis, capaz de criar realidades novas, mesmo aquelas não contidas nem como potência. *Estratégia do controle* supõe a construção de mediações orgânicas capazes de estabelecer novas relações.

A *sociedade inteligente* tem, entre suas finalidades, o objetivo de informar o Estado de um conteúdo ético, de forma politizada, não corporativa. E, em contrapartida, reivindicar um Estado que, regulando e qualificando as relações e práticas sociais, abra-se efetivamente e crie condições para a superação da universalidade opaca.

Tal como aqui está sendo definido, *controle* é um objetivo abstrato, é uma atitude mental que busca o estabelecimento da correspondência entre as instituições e o conteúdo da representação que estas pretendem exercer, pro-

curando permanentemente estabelecer um nexu entre fenômeno e essência, entre forma e conteúdo. Pois, na medida em que prevalecer forma em detrimento do conteúdo, caso as instituições percam a sua recorrência, caso estes não sejam permanentemente repactuadas, caso se tente aprisionar a dinâmica da sociedade humana a uma codificação, as instituições e as relações se ossificam e ficam fetichizadas e reificadas.

Neste sentido, o *controle* é muito mais indireto do que direto. Não pode ser absoluto, formal, normativo ou autoritário. *Controle* tem que ser entendido como relação política, isto é, como possibilidade de trânsito de essências, de persuasão, de estabelecimento de hegemonia e de *consenso entre diferentes*, ou seja, de busca do resíduo de unanimidade que pode ser obtido mesmo entre vontades contraditórias ou antagônicas.

*Estratégia do controle*, deste modo, insere-se numa perspectiva estratégica e não apenas tática. Não é uma resposta a uma situação desfavorável na correlação de forças ou uma atitude defensiva diante de oponentes poderosos. É uma resposta que pretende ir muito além do *conselhismo* que visa enfraquecer uma fonte de poder, ou de um *sovietismo* que procura partilhar o poder pela fragmentação deste poder. Trata-se de uma iniciativa empenhada na construção de novas possibilidades para o trânsito da política a partir de novas relações, afirmadas a partir de uma democratização substantiva e pela pluralidade como fonte de geração de potência para o país.

A luta contra a fome e a miséria, inspirada pelo sociólogo Betinho Henfil, é exemplo de que é possível construir uma vontade nacional a partir de um {consenso entre diferentes}, sendo este um movimento que recebe um amplo leque de adesões e, inclusive, tendo que ser "engolido" mesmo por setores ou indivíduos insensíveis ao drama de dezenas de milhões de brasileiros.

Desenvolvimento da *sociedade inteligente* e da capacidade de planejamento estratégico são elementos indissociáveis da *estratégia de controle* e das novas relações que precisam ser estabelecidas - hoje, com efeitos imediatos - entre o Estado, o setor privado e a sociedade civil. A *estratégia do controle*, orientada por finalidades humanas, visa estabelecer diques de contenção da espontaneidade e da lógica da mercado, visa enfrentar a excedência dos meios e a perda da capacidade de orientá-los. Enfrenta o desafio do convívio com a mercadoria. E visa, sobretudo, desbloquear a política e afirmar o primado das finalidades humanas, ainda que convivendo no quadro de relações e práticas que, permanentemente, teimam em fugir ao controle humano.

## Objetivos Estratégicos

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, acompanhando e assimilando a evolução destes fatos.
2. Implementação do Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional, previsto na Constituição e regulamentado pela Lei 8.389/91.
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 8.389/91, 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 já formulado 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 ampla e 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; a política de redes de televisão e de regionalização da produção; e a regulamentação das novas tecnologias de comunicação.

**4. Estimulo 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

#### Enfoque do problema

A modernidade, no Brasil, já se realizou do jeito que é possível, com todas as suas limitações. O resultado é uma sociedade civil inorgânica e corporativa. É um Estado com limitada capacidade de representação, dominado por estamentos e corporações e que tem nas práticas cartoriais e patrimonialistas os seus grandes instrumentos de barganha. O resultado é um setor privado também viciado em práticas cartoriais, igualmente corporativo e avesso ao risco, vicejando à sombra de um Estado paternal que o libera da competição e dos riscos. Em síntese, destacamos que patrimonialismo, corporativismo, cartorialismo, entre outras deformações perversas, não são características típicas e exclusivas de um ou outro setor. São traços profundamente enraizados na vida e nos negócios públicos do país, tanto do Estado, como do setor privado e da sociedade civil.

Modernidade, hoje, é estupidamente associada pelos neo-liberais a desmonte do Estado, o que revela, no mínimo, uma negligência em relação ao papel cumprido pelo Estado na Era Moderna, talvez a sua grande invenção institucional. Na verdade, estes defendem o desmonte dos Estados como estratégia de destruição dos Estados-nação capitulando ao favorecimento das políticas de megablocos que surgem como pano de fundo da ação, em escala planetária, das grandes corporações.

O setor privado que, no Brasil, faz coro com o neo-liberalismo, denuncia-se na estreiteza do seu projeto ao valorizar os traços mais utilitários e mesquinhos desta proposta, especialmente a possibilidade de devorar patrimônio público através da privatização de empresas estatais através de moeda podre e sem sentido estratégico. Muitos destes "privatistas" - entre os quais diversos que foram artífices do "estatismo" brasileiro - demonstram não compreender os projetos estratégicos que estão em disputa porque não defendem uma real integração com mercados mundiais, o que pressupõe qualidade, condições de competição, aprimoramento dos processos de trabalho e melhor remuneração da mão de obra, entre outros requisitos. Ao contrário, na hora em que deveriam mostrar capacidade de competir e enfrentar riscos, recorrem às velhas reivindicações de restrição a importações, redução de impostos, concessão de subsídios e favores, etc.

Evidentemente o Estado brasileiro necessita uma profunda reestruturação. Mas o mesmo precisa se obter do setor privado - o próprio empresariado vem admitindo a necessidade de uma *reengenharia* das empresas - e da sociedade civil. É preciso, por outro lado, desfazer o abismo entre sociedade civil e sociedade política, inclusive, gerado por conveniências das duas partes. É preciso reconhecer que o puro e simples desmonte do Estado corresponde ao suicídio de algumas das melhores possibilidades geradas pela humanidade em século de desenvolvimento da civilização.

No Brasil, a modernidade teve no Estado o maior fator de impulso à economia e geração de impulso civilizatório. Destruir o Estado é destruir o elemento mais dinâmico da sociedade brasileira que a levou, neste século, às ondas de modernização de 30/50 e de 60/70. É negar a ocorrência de verdadeiras revoluções, nestes períodos, ainda que sob a égide conservadora, que mudaram a face do país e o reposicionaram no sistema internacional. Foi o empenho do Estado - articulando as forças sociais - que produziu a infra-estrutura que faz do país a oitava economia do planeta.

Há que se reconhecer a capacidade dos atuais conspiradores contra o Estado. Estes senhores aparentemente asépticos levaram este projeto muito mais do que décadas de empenho da esquerda - numa luta romântica e até certo ponto ingênua - para destruir o Estado. Propagando teses verdadeiramente subversivas os neo-liberais, com seus colarinhos engomados, conseguiram empolgar importantes segmentos e obter adesão de massa. É verdade que eles têm inúmeras vantagens em relação à esquerda: livre acesso aos meios de comunicação de massa (em boa parte, seus próprios donos), não são tidos como "alienígenas" ou "traidores da pátria", não são seguidos pela polícia política, não têm seus telefones grampeados e nem têm suas vidas privadas sujeitas a devassas. Ao contrário, estes indivíduos que são tidos como os "motores da nação", em defesa da espontaneidade do mercado, avançam solapando as bases em cima das quais se construiu este país. E o fazem atacando esta agência da sociedade - o Estado - que cumpriu o papel que, no Brasil, os empresários não conseguiram ou não se dispuseram a cumprir: o de verdadeiro promotor do desenvolvimento.

Ao invés de conspirar para destruir o Estado - esta tarefa que, por muito tempo, a esquerda se atribuiu, o que agora também vem sendo reivindicada pelos setores conservadores - é preciso agir para recolocar, efetivamente, o Estado a serviço da construção de uma esfera pública plural e de um projeto de desenvolvimento. E isto se conseguirá estabelecendo-se uma capacidade dirigente da sociedade sobre o Estado, através de novas instituições e relações, que aproveitem a potencialidade desta imensa força material sem dispersar recursos e esforços.

Partilhar responsabilidades de direção dos assuntos públicos, "desestatizar" o controle exclusivo do Estado em determinadas áreas, abrindo-o para a sociedade, colocando-o verdadeiramente a serviço do interesse público e utilizando sua capacidade de qualificar e regular as relações e práticas sociais. Estas são tarefas na redefinição das relações entre o Estado, o setor privado e a sociedade civil.

Na área da comunicação temos um mercado que, na verdade, é uma enorme deformação corporativa e cartorial, com empreendimentos que dependem não só de concessões e permissões, mas de favores do Estado e da sua renúncia ao exercício da representação do interesse público. Não cabe aqui repisar esta análise, sobejamente conhecida, que evidencia a orgia de benefícios, concessões, irregularidades, corrupção e descompromisso com o interesse público que se facultou a determinados grupos privados. Tampouco cabe aqui uma atitude revanchista e destrutiva. Esta é a nossa realidade: o que o país conseguiu produzir até agora, de bom e de ruim, na área da

comunicação, foram os sistemas que aí estão. E a responsabilização, pelas mazelas verificadas, não pode ser atribuída, exclusivamente, ao setor privado ou ao Estado. Ambos têm sua parcela de responsabilidade e também a sociedade civil é conivente com o que aí está instalado, mesclando traços perversos, em alguns casos, com alta qualidade, em outros.

A tarefa de estruturação do mercado, na área da comunicação, só adquire sentido se superar os marcos do moderno. Ir além do moderno é ter um novo projeto para o país, defrontando-se com os desafios da contemporaneidade.

Transformações desta natureza, além de uma nova atitude da sociedade civil e do setor privado, exigem, igualmente, uma mudança de mentalidade no interior do próprio Estado. Já não basta uma modernização conservadora. A aceleração do ciclo da práxis e a gama de novas determinações e condicionamentos próprios da contemporaneidade, exige um novo ímpeto civilizatório que terá de vir sob a forma de {transformações revolucionárias}. Usamos a expressão {revolucionária} na acepção que este termo pode ter numa {filosofia da práxis}, que é a capacidade da consciência fundar novas realidade. Este é o sentido atual que atribuímos para revolução: o exercício da capacidade de arrancar da objetividade desígnios que não estão contidos nem como potência, afirmando o primado das finalidades humanas.

A reestruturação do mercado de comunicação deverá se defrontar com aquilo que a sociedade se omitiu de fazer, até agora: definir claramente o papel social dos sistemas de comunicação, com o reconhecimento de que o dinamismo dos sistemas terá que ser {alicerçado no setor privado}, ainda que exista um sistema público de comunicação; com o equacionamento das responsabilidades dos sistemas de comunicação na determinação da cultura nacional, na construção da unicidade do país e da integração entre as suas regiões, na formação democrática da vontade nacional; com a compreensão da necessidade de uma integração com os mercados internacionais, o que não quer dizer submissão, nem abdicar da luta pela autonomia estratégica do país e do sentido de nacionalidade.

Enfim, estruturar o mercado de comunicação implica em superar a ilegitimidade dos atuais sistemas - que, obviamente, é muito maior do que qualquer ilegitimidade que se possa atribuir ao Estado - e torná-los, pelo menos tendencialmente, parceiros da sociedade na construção da democracia, da cidadania e da nacionalidade. Isto significa cumprir uma tarefa central de estruturação de relações que são, nas sociedades contemporâneas, a um só tempo,

culturais, políticas e econômicas. Não subestimemos a dimensão da tarefa. Insistimos que a estruturação do mercado de comunicação, contemporaneamente, é *premissa* para a estruturação das relações políticas e econômicas no país. Isto é, temos de constituir, com os sistemas de comunicação sob {controle público} as bases de uma nova cultura e deflagrar um novo processo civilizatório no país.

### Objetivos Estratégicos

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 atual produção alternativa e o mercado, criando condições para sua viabilização econômica e qualificação técnica, também favorecendo a pluralidade de expressão.
5. Criação de um mercado nacional massivo para a produção de cinema, vídeo e multimídia, com o impulso da desconcentração da produção a criação de pólos regionais voltados para o abastecimento do mercado nacional e internacional.
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. Serão também previstas linhas de ação específicas em relação à América Latina, bem como voltadas para o mercado dos países centrais. Além dos objetivos econômicos, a busca de mercados internacionais se voltará para a constituição de uma imagem do país e desconstituição de elementos de hostilidade que hoje surgem, principalmente, a partir de noticiário discricionário sobre o país, com a fixação de estereótipos e preconceitos. Em síntese, se buscará uma projeção da cultura do país junto à cultura universal, também visando a pavimentação de relações econômicas e diplomáticas.

**2. Implantação de um Sistema Nacional de TV a Cabo** - Implantação deste Sistema amparado nos conceitos de {Rede Única}, {Rede Pública} e de {Participação da Sociedade}, que marcam as propostas do Fórum no atual debate da regulamentação da TV a Cabo, em curso no Congresso. Este Sistema será capaz de interligar nacionalmente as redes de TV a Cabo, criando condições para o desenvolvimento de um mercado nacional e integração das regiões. A regulamentação da TV a Cabo, ainda em elaboração, deverá criar condições de viabilidade para este Sistema Nacional, prevendo um sistema aberto para todo e qualquer produtor que quiser operar regional ou nacionalmente e para todo e qualquer segmento social (sindicatos, entidades, associações, etc.) que deseje utilizar os canais que ficarão disponíveis para transmissões 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, sendo o custo de instalação coberto pelos interessados (empresas, micro-empresas, escolas públicas e privadas, centros comunitários, sindicatos, entidades associativas e mesmo 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 com liberdade, tendo como único controle o pagamento destas taxas especiais de

exibição. Deste modo, o custo das exposições pode ser custeado pelos espectadores, através do pagamento de ingressos, ou as exposições poderão ser 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 exposições 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. Este programa consistirá a base de um conceito de regionalização da produção, alicerçado na construção de um mercado nacional. Isto é, criará condições para que existam recursos de produção disseminados de tal forma, pelo país, que além da eventual produção que possa ser absorvida por mercados locais ou regionais, a produção das regiões possa operar com perspectivas de colocação no mercado nacional e, até mesmo, internacional. Deste modo, uma produtora altamente especializada num determinado tipo de programa possa ser operada em qualquer ponto do país, com a certeza de que terá meios e condições de acesso ao mercado nacional como um todo. Garantirão este acesso ao mercado o Sistema Nacional de TV a Cabo, o Circuito Nacional de Exibição Coletiva de Televisão e Vídeo e o estabelecimento de exigências para que as emissoras de televisão tenham uma parcela do seu tempo de transmissão obrigatoriamente abertas para a produção de terceiros.

**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. O impulso à capacitação para a leitura crítica dos meios de comunicação e, em particular, da linguagem da televisão e do vídeo, deverá ter importante papel na valorização da mídia-impressa. É a capacidade de discernimento crítico dos indivíduos que os tornará mais sensíveis à necessidade de uma informação mais completa e propícia à reflexão. Isto supõe uma disposição de capacitar-se para lidar com uma linguagem mais exigente e menos fugaz do que a linguagem da televisão. Este programa reflete a idéia de que a estruturação de um novo mercado de comunicação no Brasil terá que se dar de forma artificial, arbitrada pela consciência, porque a espontaneidade do mercado já mostrou os seus limites. Por isso se quer, não destruir o mercado, mas reestruturá-lo em bases viáveis e operacionais, mas com finalidades humanizadoras.

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

##### Enfoque do problema

Na artificial discriminação dos eixos de planejamento estratégico do programa aqui apresentado, destacamos diversos aspectos, separados artificialmente pelo método de exposição adotado mas com grande conexão entre si. Na seqüência montada, este quarto eixo é consequência lógica dos anteriores: capacita-se a sociedade, busca-se novas relações, reestrutura-se o mercado, tudo isto para se alcançar um sentido e uma linha de conteúdo na construção da cultura do país.

Há uma grande questão em aberto, que o esforço para elaborar um programa setorial não tem como resolver: quais são as condições de potência que devem ser desenvolvidos por uma nação emergente, como o Brasil, que é o país, no mundo, que tem as maiores condições de ascender à condição de país pólo, no atual contexto do sistema internacional?

Estamos trabalhando com a idéia de que, para os fins de planejamento de uma estratégia nacional, {autonomia in-

telectual} dos indivíduos é o núcleo central da cidadania. Estamos referindo {autonomia intelectual} no sentido concebido por Adelmo Genro Filho, como capacidade dos indivíduos se posicionarem sobre as questões fundamentais e as grandes correntes do pensamento humano, tendo a possibilidade de fazer com que sua relação com o mundo possa se desdobrar, conscientemente, numa ação crítico-prático-transformadora.

Seria utopia de uma nova Razão esperar que todos os indivíduos alcancem {autonomia intelectual}. Mas a criação de condições para que se constituam indivíduos assim deve ser estendida a todos. Sem imaginar que todos consigam adquirir plena {autonomia intelectual}, podemos esperar deste processo a criação de indivíduos críticos, em escala de milhões, com algum grau de {autonomia intelectual}, capazes, por exemplo, de reconhecer a diversidade de esferas da realidade e hierarquizá-las de acordo com aquilo a que se propõe seus objetivos estratégicos.

Para produzir indivíduos críticos em escala de milhões necessitamos recorrer à televisão e ao vídeo. A lógica de ser da televisão e do vídeo, com sua vocação de poderosa imitação da realidade, na medida em que for sujeita a um senso crítico dos indivíduos, poderão favorecer uma atitude crítica dos indivíduos em relação à realidade.

A hipertrofia da importância da televisão no Brasil parece ter coerência com um traço cultural do país que é o de ter, amplamente disseminado, um senso crítico exacerbado, um criticismo mordaz, corrosivo, destrutivo e que, por isso, é dissolvente em relação ao objeto criticado. Trata-se de uma pseudo-crítica que não lida com uma dialética de destruição e construção, perdendo sua radicalidade em função da negatividade que aponta para o vazio e não para alternativas e possibilidades. É a crítica que se alicerça no deboche, na superficialidade, em síntese, no irracionalismo que faz com que se discuta os problemas políticos ou econômicos do país com a mesma futilidade, ingenuidade e irresponsabilidade com que se discute a escalação da seleção brasileira. É a crítica que acaba na indefectível conclusão de que "eles" estão "fazendo tudo errado".

Este traço cultural do país, que nos transforma talvez no povo campeão mundial de "baixa auto-estima", provavelmente é o responsável pelo sucesso da massiva campanha que os meios de comunicação tem movido contra as instituições no Brasil. Foi deposto pela via constitucional um Presidente da República corrupto, faz-se uma operação de limpeza no Congresso Nacional, irmana-se o país de forma sem precedentes como na campanha nacional liderada pelo sociólogo Betinho Henfil, mas "nada presta neste país". Sem dúvida o "impressionismo" explorado pelos meios de comunicação está reduzindo drasticamente a capacidade de percepção que os indivíduos tem da

realidade, em especial da política, a meros signos e imagens que ornamentam e dão impressão de vitalidade a discursos vazios e manipulatórios. A "estetização" da política e da realidade, operada principalmente pela televisão, está dissolvendo a capacidade crítica dos indivíduos numa prática, aliás, fundada pelo nazismo.

Defendemos o uso da televisão e do vídeo como germe do desenvolvimento da capacidade crítica. Para isso, é necessário que existam instituições especializadas para a produção de referências no debate estético da produção da televisão e do vídeo. Impulsionando os indivíduos para a crítica da programação que está tão presente no cotidiano de dezenas de milhões, queremos estabelecer um nexó crítico dos indivíduos com a realidade, estimulando a percepção da dimensão dinâmica desta realidade e a compreensão de que, diante dela, é possível cumprir um papel de sujeito prático-transformador.

Estamos num país em que a convocação para a cidadania ainda não alcança dezenas de milhões de brasileiros. E, além disso, estamos num país em que os meios de comunicação, através da veiculação de uma cultura dissolvente e desagregadora, destroem a auto-estima dos brasileiros como cidadãos, cumprindo um vergonhoso e inaceitável papel anti-nacional. Esta atuação, é preciso reconhecer, é predominante nos meios de comunicação de massa, e está levando a que os indivíduos renunciem não só a qualquer racionalidade, mas à própria cidadania. É por isso que ressaltamos que um programa para a área da comunicação no Brasil tem na disseminação da capacitação crítica dos indivíduos um dos pilares da construção da soberania nacional e da própria nacionalidade. A soberania nacional começa a ser exercida pela capacidade de pensar dos cidadãos, prossegue com a constituição da densidade orgânica e hegemônica e culmina com o poder do país projetar no Sistema Internacional.

Reconhecemos, nesta proposta de programa, o papel crescente da subjetividade no ciclo da práxis. Com isso apontamos para novas modalidades de potência que devem ser perseguidas, em conformidade com a contemporaneidade. A constituição de potência que aqui estamos defendendo tem um traço distinto da efetuada pelos países centrais. Nossa opção possui alguns traços sutis, que não justificariam uma agressão direta ou a deflagração, contra o Brasil, de uma guerra subterrânea em larga escala. Mas são alguns traços radicais e profundos que podem nos habilitar, no futuro e num contexto diferente da unipolaridade hoje existente, a competir com os países pólo e até adquirir uma posição de supremacia, a partir da radicalidade da nossa organização social. Está demonstrado, historicamente, que potência econômica ou militar não suficientes para assegurar supremacia e podem ser sobrepujados por capacidade hegemônica ou diplomática. Obviamente, esta aspiração a um importante papel

no Sistema Internacional não prescinde de desenvolvimento econômico, meios de defesa e dissuasão e capacidade de projeção de potência.

A história apresenta inúmeros exemplos de que os aspectos materiais da constituição de potência (capacidade econômica, recursos naturais, meios militares, etc.) não sustentam, por si só, a capacidade de projeção no Sistema Internacional. A potência também se qualifica com fatores espirituais (filosofia, valores, idéias, concepções religiosas, arte, instituições políticas). Esta dimensão da subjetividade humana, que confere qualidade à potência, parece pesar cada vez mais importantes os fatores *inteligência* e comunicação.

Do modo como relacionamos qualidade da potência com a possibilidade de êxito da atividade política, podemos concluir que o conteúdo da cultura e do processo civilizatório que queremos constituir não é algo que possa ser estipulado à priori. Este é o resultante do processo político que se conseguir deflagrar, das bases de consenso que se conseguir alcançar, da densidade orgânica e hegemônica que se constituir, enfim, da pluralidade de potência que se alcançar. Acreditamos que o conteúdo da cultura que pretendemos constituir dependerá do grau de universalidade que, efetivamente, se conseguir encarnar no país. Tanto no que diz respeito à síntese obtida das particularidades que integram a nação, como no que se refere ao papel que o país se dispõe a cumprir no mundo.

Acreditamos que esta é uma base não chauvinista e não irracionalista para se constituir a idéia de nação. No caso, por exemplo, pretendemos o desenvolvimento do Brasil não apenas como expressão dos interesses particulares de um conglomerado humano, mas de cumprimento de um papel no mundo como, por exemplo, a luta pela constituição de um mundo equilibrado por uma multipolaridade, ao contrário da unipolaridade hoje verificada que aponta, inclusive, para o risco de um Estado mundial. Existe uma missão civilizatória que podemos e devemos cumprir e esta se desdobra em tarefas no plano interno e externo. Ou seja, a resposta que darmos à relação entre as particularidades que integram nossa nação pode ser algo que vá além de afirmar uma particularidade nacional no mundo e se torne uma contribuição à humanidade. Pretender menos do que isso é esvaziar nossas melhores possibilidades.

É nesta tensão entre o universal e o particular que se legitima, filosófica e politicamente, o sentido da nacionalidade. Isto implica, em primeiro lugar, no combate ao mero apelo retórico à universalidade para justificar a exa-

cerbação de particularismos. Os que assumem esta atitude, na verdade, mostram não reconhecer uma hierarquia lógica no mundo, isto é, a vitalidade das características comuns dos segmentos que integram uma sociedade e que estabelecem uma unidade essencial, mesmo no seio de diferenças.

Em segundo lugar, é necessário enfrentar a idéia cristalizada de nacional, que geralmente atribui ao Estado a encarnação do conceito, sendo legítimo apenas o que está contido no Estado e o que não está contido é tratado como alienígena e ameaçador. Este é o biombo da usurpação da universalidade, na medida em que se considera o Estado como representante legítimo e exclusivo da universalidade, o que autoriza a atribuição, discricionariamente, de ilegitimidade a determinadas particularidades.

É preciso reconhecer que não existe universalidade dada *a priori*. Particular e universal são construções humanas a partir de um critério de abrangência. Também o nacional é construção humana. Necessitamos perceber essa dupla noção da idéia de nação: particular, em relação às demais nações, e universal em relação aos diversos segmentos que a compõem.

A construção do nacional parte de uma tradição, de fatos em comuns, alguns até acidentais, mas é uma dialética viva, que se produz por exclusão - somos brasileiros, por exemplo, porque não somos argentinos - mas também com a afirmação positiva de determinados aspectos. Por exemplo, somos brasileiros porque estamos construindo, neste país, uma nova institucionalidade, porque alcançamos uma nova relação entre o Estado e a sociedade, porque estamos desenvolvendo uma {sociedade inteligente}. Em síntese: somos brasileiros, acima de tudo, porque queremos ser brasileiros. De fato, há um grande grau de artificialidade nesta construção. Mas isto é algo que a contemporaneidade suscita com o gigantismo e o elevadíssimo grau de artificialidade dos meios criados pelo homem nessa época. Esta dinâmica da contemporaneidade também recomenda a integração permanente da nossa bagagem cultural, do nosso acúmulo, com o que se desenvolve no mundo. Esta dinâmica de integração, diálogo e contraposição crítica com o internacional é, também, um modo de nos construirmos.

Porém, é preciso ressaltar que não há um automatismo benigno na difusão da cultura. A integração e o diálogo da cultura nacional com o que é produzido pelo gênero humano precisa de uma apropriação artificial, através de mediações, através do crivo de padrões culturais do país e de elaboração de respostas nacionais.

Na contemporaneidade, as nações que não se preocuparem com o desenvolvimento desta capacidade, num mundo de comunicações sem fronteiras, sucumbirão diante de outras nações ou, simplesmente se desagregarão no ritmo da exacerbação das particularidades do tribalismo. O país não pode renegar a contribuição da cultura universal e com esta deve dialogar, sem apriorismos, mas não pode se dispor a uma assimilação automática. O Brasil tem que fazer opções, tem que desenvolver seus critérios e suas formas próprias de equacionamento.

É neste sentido que as idéias de *controle público* e público, correspondem, no campo da política, às idéias que aqui defendemos de nação. A necessidade de uma partilha de responsabilidades entre o Estado, o setor privado e a sociedade civil, que fundamenta as noções de *controle público* e de *consenso entre diferentes*, correspondem à uma idéia de afirmação da soberania nacional e de construção de potência para o país.

A capacidade de produção de consenso que conseguir desenvolver internamente, produzindo uma síntese da pluralidade e da diversidade deste todo que é o Brasil, será uma medida importante das nossas possibilidades de nos afirmarmos como nação e projetarmos nosso lugar no mundo. Essa orientação, em larga medida, é um produto artificial da consciência, é expressão da nossa vontade e deve ser fundamento de uma nova cultura. E é isto que justifica sua inclusão num programa global para a área da comunicação no Brasil.

#### Objetivos Estratégicos

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 criação 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, juntamente com o Governo Federal, 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 Estado e os setores organizados da sociedade, quanto a uma expectativa de atuação e de 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. Trabalha-se com a hipótese de que o uso do vídeo como recurso didático-pedagógico para formação da capacidade crítica dos indivíduos possa ser explorado, inclusive, como requisito para o pleno domínio da linguagem escrita e oral.

**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 te-**

levisã **atuando como um *ombudsman* da televisão brasileira** - Cada uma das redes de televisão deverá veicular, semanalmente, em horário nobre, um programa, atraente e com linguagem de televisão, 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, será implementada a função de uma instituição mediadora 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 do setor privado e da sociedade civil. Ao retirar do próprio mercado de comunicação os recursos para financiamento de algumas das instituições e instrumentos previstos nesta política de valorização da área da comunicação, busca-se garantias para que o reinvestimento seja fator de dinamização e estímulo do próprio mercado. Além disso, ressalta-se que esta opção, apesar de se valer de um imposto federal, será desenvolvida sem a dependência do Estado, na medida em que as aplicações dos recursos se dará sob controle do setor privado e da sociedade civil.