

ORIENTAÇÕES PARA O ENCAMINHAMENTO DA LUTA PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

I. A RETOMADA DA LUTA

1. Essa não é uma experiência nova. A FENAJ foi, junto com outras entidades, fundadora da "Frente Nacional de Luta por Políticas Democrática de Comunicação", criada em 04/07/84, em Brasília, para um enfrentamento "não corporativo" dos problemas.
2. A "Frente" atuou regularmente até meados de 1985 e chegou a receber dezenas de adesões. Posteriormente, a mobilização foi retomada em 1987 quando essas entidades foram convidadas pela FENAJ a apresentar uma Emenda Popular à Constituinte.
3. A atual fase da luta, portanto, considera o acúmulo realizado com essa experiência, seus acertos e erros. Para conduzir nossa luta, o 24 Congresso Nacional dos Jornalistas constituiu uma **Comissão Nacional pela Democratização da Comunicação** e o Conselho de Representantes, reunido no dia 04/11/90, indicou seus membros: Beth Costa (RJ), Sérgio Murilo (SC) e Daniel Herz (RS). Posteriormente, integrou-se à comissão o companheiro Fred Ghedini (SP).
4. Desde então, a Comissão reuniu-se regularmente, através de tele-reuniões e de uma reunião geral, realizada em fevereiro, em Florianópolis.
5. A Comissão ao implementar as deliberações do 24 Congresso, enfrentou muitas dificuldades. As principais delas serão referidas a seguir.

II. BALANÇO DA SITUAÇÃO ATUAL

1. Cada Sindicato de Jornalistas deveria ter indicado um Coordenador Regional para articular a luta pela democratização e o contatos com entidades da sociedade civil. **Isso não ocorreu. A maioria dos sindicatos sequer respondeu às solicitações de contato feitas pela comissão.**
2. Os sindicatos deveriam ter enviado à comissão uma pequena contribuição financeira, compatível com o porte do sindicato. **Isso também não ocorreu. A falta de recursos impediu que a comissão instalasse uma Secretaria e avançasse na iniciativa de profissionalizar um Secretário Executivo (e, se possível, de um Secretário de Relações Institucionais) tal como foi deliberado pelo Congresso.**
3. A Comissão avalia que a inércia, a falta de cooperação e a débil resposta dos Sindicatos deve-se a uma incompreensão quanto ao caráter **estratégico** da luta pela democratização da comunicação. É necessário aprofundar o debate do significado dessa luta para os jornalistas. Ratificando as resoluções do 24 Congresso, a Comissão reitera o entendimento de que a luta pela democratização envolve os **principais** objetivos políticos da categoria.
4. Não se trata, aqui, de pregar a diminuição da ação sindical na luta por melhores salários e condições de trabalho, mas de colo-

car no dia-a-dia dos sindicatos a disputa pela **conformação** do mercado de trabalho. Priorizar essa luta é enfrentar um antigo vício do movimento sindical que atua mais sobre os efeitos do que sobre as causas dos problemas estruturais e conjunturais da sociedade brasileira.

5. Os jornalistas e suas lideranças sindicais devem se preparar para a disputa de poder que envolve a luta pela democratização dos meios de comunicação. Algo assim como discutir a divisão do pão ao invés de perpetuar a disputa pelas migalhas. É assumir essa tarefa com um grau de radicalidade que dispense os chavões e as desculpas de plantão. Reduzir a distância entre o acaso e a organização, a ingenuidade e a consciência política, entre atirar a esmo e acertar o alvo: essa é a política que fará a diferença.

6. Nas redações, os jornalistas se angustiam com um cotidiano de solicitações que arranham ou mesmo ferem princípios éticos e, muitas vezes, o forçam a renunciar à cidadania. Os jornalistas, em determinadas oportunidades, aceitam se submeter a constrangimentos que, fora das redações, não aceitariam. Alcoolismo, reações neuróticas, resmungos nos bares, funcionam como válvulas de escape. Mas muitos não conseguem estabelecer um nexo entre a sua sensação de impotência, na atividade profissional, e as restrições à liberdade de expressão que impede a absoluta maioria dos brasileiros ter suas posições e interesses refletidos nos meios de comunicação de massa. É preciso reconhecer que grande parte dos dirigentes sindicais jornalistas tem dificuldade para corresponder a essas inquietações da categoria e transformar as angústias individuais num sentimento comum, capaz de embasar atitudes e iniciativas políticas.

7. Apesar de todos esses problemas a Comissão concluiu a elaboração de um **documento-manifesto** e de um **anteprojeto** de lei para instituição do Conselho de Comunicação Social, previsto na Constituição.

8. Diante do quadro acima descrito, a Comissão está reafirmando as propostas do 24 Congresso sobre o perfil do Movimento e reprogramando as iniciativas na luta pela democratização da comunicação, a ser desenvolvida em duas fases, como veremos adiante.

9. Além disso, as iniciativas já empreendidas por alguns Estados mostram excelente receptividade dos setores da sociedade civil contatados. Além do RJ e SP, que já haviam constituído Comitês Estaduais de Luta pela Democratização da Comunicação, atualmente SC, RS, MT, MG, GO e BA estão mobilizados e preparam a criação de Comitês.

III. PERFIL DO MOVIMENTO NACIONAL

1. Ao lançar publicamente suas propostas, os jornalistas não estão **criando** o Movimento: estão procurando sensibilizar e mobilizar entidades da sociedade civil para que estas criem e passem a integrar esse movimento.

2. O **Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação**, proposto pela FENAJ, visa unificar objetivos de luta das diversas iniciativas já existentes, impulsionar a criação de Comitês nos demais estados e procurar imprimir um caráter de massa e não corporativo à mobilização.

c) Criar, em conjunto com o maior número possível de entidades, um **Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação**, apoiados por **Comitês Estaduais**.

2. AÇÕES

a) Os sindicatos deverão enviar a **contribuição financeira**, nos termos que for deliberado pelo Congresso Extraordinário, para assegurar as condições mínimas para atuação da Comissão.

b) Cada Sindicato de Jornalistas deverá indicar um companheiro para ser **Coordenador Regional** das iniciativas desta luta pela democratização da comunicação e encaminhar contatos com todas as entidades que possam integrar um comitê, no âmbito da sua região. Evidentemente, deverá ser um companheiro que tenha - ou venha a ter - domínio da fundamentação da campanha e, além disso, também tenha trânsito e respeitabilidade junto à sociedade civil.

Esse **Coordenador Regional**, também passará a fazer contato diretamente com a Comissão Nacional pela Democratização da FENAJ, especialmente com seu Secretário Executivo.

c) De posse do manifesto "**Proposta dos Jornalistas à Sociedade Civil**", editado pela FENAJ, o Coordenador Regional irá contatar todas as entidades possíveis. Em cada Estado se espera, pelo menos, adesão de radialistas, artistas, trabalhadores em telecomunicações, cineastas e estudantes de comunicação (que deverão ser a espinha dorsal do movimento). Mas as experiências já realizadas demonstram boa receptividade junto ao movimento popular e sindical e demais entidades da sociedade civil.

d) Essas entidades serão convidadas para debater a constituição de um **Comitê Estadual pela Democratização da Comunicação**. Deverão ser organizados eventos destinados à apresentação e debate das propostas da FENAJ.

e) A Comissão estará à disposição dos estados, diretamente ou através de pessoas qualificadas, para participar desses eventos, expondo e debatendo as propostas da FENAJ.

f) A **sistemática** de eventos propostas pela comissão é a seguinte: um **debate público** para o qual as entidades seriam formalmente convidadas para conhecer as proposições da FENAJ e, no dia seguinte, uma **reunião reservada** para aprofundar o debate e solicitar, se possível, um posicionamento das entidades.

g) A Comissão Nacional produzirá **materiais** para auxiliar na realização desses eventos. Dispondo de recursos, editará um **Boletim Nacional** com a evolução das articulações em cada estado. E também sugerirá e acolherá sugestões de programações e atividades.

h) A meta é, até o **final de julho**, realizar eventos em todas as capitais e ter Comitês criados em todos os estados. A finalidade é a construção do movimento "**de baixo para cima**". Isto é, evitar que seja um movimento apenas de "entidades nacionais" que, embora representativo, não tenha poder de mobilização direta de base popular e capacidade de criação de fatos políticos nos estados, pois isso será imprescindível no tipo de enfrentamento que vamos tentar.

i) Imediatamente, os Comitês Estaduais já instalados serão convidados a se fazer representar numa **Comissão Pró-Criação do**

3. Em síntese, e guardadas as proporções, buscamos deflagrar uma espécie de "diretas-já" da comunicação. E para que a mobilização tenha intensidade correspondente à dimensão dos seus objetivos políticos, é necessário que o Movimento constitua uma organicidade ágil, criativa e arrojada. Necessitamos, se a analogia é possível, de uma espécie de "greenpeace" voltado para a defesa da democracia na comunicação de massa.

4. Muitas iniciativas começam a sinalizar esse perfil do Movimento:

- distribuição às entidades da sociedade civil, se necessário anunciadas nos veículos por publicidade paga, de um "kit para o exercício do direito de resposta";

- utilização da lei do consumidor para assegurar a veiculação de matérias pagas (inclusive com a possibilidade de críticas aos veículos);

- luta pela definição de competência e composição democrática dos **Conselhos Estaduais de Comunicação**;

- criação, em cada Estado, de um **mailing list** de líderes de opinião para divulgar denúncias sobre atitudes dos veículos ou mesmo de determinados profissionais, indicando que, mantida a impunidade, qualquer um poderá ser a "próxima vítima".

- preparação de materiais especiais e palestrantes para sustentar um **circuito nacional de debates**, envolvendo Universidades e entidades de todo o Brasil, para discutir temas como: Conselho de Comunicação Social, Regionalização da Produção, Medidas de Estímulo à Produção Independente, Aplicação do Princípio Constitucional da Liberdade de Expressão, Coibição do Monopólio e Oligopólio, Conceituação de Emissoras Públicas, Código de Ética para os Veículos e Profissionais da Comunicação, entre outros;

- **respostas** imediatas e contundentes a casos de manipulação ou violação de interesses (públicos ou privados) pelos veículos de comunicação, em todo o Brasil.

5. O Movimento Nacional, assim, centralizará a distribuição de informações sobre a atuação dos Comitês, socializar experiências, estimular iniciativas e unificar o sentido da luta pela democratização.

6. A Comissão entende que, para cumprir seu papel, a FENAJ deverá tentar suprir, com uma organicidade mínima, a articulação nacional que começa a desenvolver, até que se crie o Movimento Nacional. Para atingir esse objetivo, a Comissão propõe que as iniciativas da FENAJ sejam desdobradas em duas fases.

IV. FASE 1 - MAIO A AGOSTO DE 1991

1. OBJETIVOS

a) Mobilizar entidades da sociedade civil para o debate da necessidade de democratização da comunicação no Brasil.

b) Buscar sustentação para as propostas da FENAJ em relação à democratização da comunicação.

Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação, a ser constituída até o final de maio e destinada a articular iniciativas, socializar informações e preparar a criação do Movimento.

j) Finalmente, a partir desta Comissão, propõe-se para agosto a **criação formal** do Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação.

l) Em paralelo ao esforço para constituição dos Comitês, a FE-NAJ deve implementar a sustentação, junto ao Congresso, do anteprojeto de instituição do **Conselho de Comunicação Social**, além de aprofundar o debate de várias outras questões (regionalização da produção, estímulo à produção independente, restrições aos monopólios e oligopólios, entre outras) que envolverão disputas.

V. FASE 2 - A PARTIR DE AGOSTO DE 1991

1. OBJETIVOS

a) **Fortalecer e ampliar** o Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação, visando a sua transformação em um movimento de massas.

b) Realização de uma **campanha publicitária nacional** em defesa da democratização da comunicação.

c) Criação de um circuito de comunicação (publicações do movimento popular, sindical, estudantil e de entidades da sociedade civil, emissoras públicas de radiodifusão ou outras que aderirem) para divulgação regular das posições e propostas do Movimento.

2. AÇÕES

a) Criação, junto ao Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação, de uma **central de produção e distribuição** de materiais para divulgação regular das suas posições e propostas.

b) Conceber e implementar uma **campanha publicitária nacional**, em defesa da democratização da comunicação.

c) Instituição de **dias nacionais de luta** pela democratização da comunicação.

d) Criação de um **show-manifesto** (em bases comercialmente viáveis) para percorrer todas as capitais, como instrumento de divulgação e mobilização em torno da luta pela democratização da comunicação.

VI. CONSIDERAÇÕES FINAIS

1. Esperamos que todos os Sindicatos compreendam a importância desse processo. Não estamos apenas cumprindo formalmente uma decisão de Congresso. Os avanços na democratização da comunicação e, conseqüentemente, na reestruturação dos sistemas de comunicação - dependem do nosso empenho e da nossa mobilização.

2. Evidentemente, nossa categoria também deverá estar mobilizada. O manifesto "**Proposta dos Jornalistas à Sociedade Civil**" deverá ser discutido em assembleias, nas redações e nas escolas de comunicação.

3. A Comissão tem a convicção de que, sem democratizarmos a comunicação, não haverá democracia no Brasil. E está à disposição para sugestões, críticas e esclarecimentos.

Brasília, 22 de abril de 1991.

**SEM DEMOCRATIZAR A COMUNICAÇÃO
NÃO HAVERÁ DEMOCRACIA NO BRASIL**

Comissão Nacional Pela Democratização da Comunicação

Beth Costa (RJ)
Daniel Herz (RS)
Sérgio Murilo (SC)
Fred Ghedini (SP)