

TESE PONTO 2 - "FRENTES DE LUTA"

CONSELHO AMEAÇADO: POSIÇÃO DA PLENÁRIA DEFINE RUMOS DO FÓRUM

I. INTRODUÇÃO

1. A única grande conquista do *Fórum* - que foi a criação do Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional - está sendo derrubada por uma ampla conjugação de forças, envolvendo o Executivo, o empresariado de comunicação e até mesmo parlamentares. Em paralelo, internamente ao *Fórum*, depois de serem criadas condições para a desorganização do *Fórum*, começa a surgir, explicitamente, a posição de que o Conselho *não é importante* para o *Fórum* e merece ser esvaziado.

2. Coincidência, ou não, a simultaneidade dessas vontades, externa e interna ao *Fórum*, cobra da *IV Plenária* clareza em relação às suas definições estratégicas e afirmação de rumos.

3. Entendemos que está em disputa, nas definições da *IV Plenária*, em relação ao Conselho, a própria concepção e os fundamentos da luta pela democratização da comunicação. O debate dessas perspectivas, sem dúvida, é um crucial divisor de águas nas concepções sobre o *Fórum*.

4. A intervenção do *Fórum* na tramitação do projeto de lei do Conselho, em 1991, foi fulminante e decisiva. Num movimento preciso e vigoroso, em lances que se desdobraram em apenas 24 horas, conseguiu vencer as resistências do empresariado de comunicação e lançar as bases para o acordo que possibilitou a criação do primeiro espaço institucional destinado a debater a comunicação de massa no Brasil, rompendo o monopólio antes exercido pelo empresariado em combinação com o Executivo. Foi no leito dessas bases de acordo que, um pouco mais adiante, no início de 1992, selou-se um segundo acordo, desta vez estabelecendo a nominata para a composição do Conselho.

5. Os descaminhos do *Fórum*, em 1992, com o estreitamento das suas perspectivas políticas, criou condições para que as forças conservadoras fossem se recompondo. O Congresso deixou, inúmeras vezes, de votar a composição do Conselho, especialmente por resistências surgidas no Senado. No início de 1993 as posições se explicitaram e diversos líderes do Senado expuseram sua inconformidade com o perfil da composição do Conselho, estabelecido pelo acordo, que o transforma em um *órgão da sociedade* e não um mero apêndice do Congresso Nacional. Nos bastidores, começou a ficar cada vez mais visível a movimentação do empresariado de comunicação que passou a recuar do acordo e rever as concessões que havia feito. Tanto no Senado como entre o empresariado, surgiu um combate à presença de entidades como a OAB e a CNBB no Conselho, que o dotariam de um alcance inquestionável. Hoje existe o risco, às vésperas da revisão constitucional, do Conselho ser definitivamente abortado.

6. Quando devia estar organizado e unido para defender aquela que, entendemos, é a tradução mais clara do seu projeto político, o *Fórum* está desarticulado. Coincidentemente, surge uma súbita e violenta oposição negando a validade do Conselho no próprio interior do *Fórum*. Nesse quadro, não há como aceitar tergiversações: o *Fórum* deve assumir a luta pela implantação do Conselho como sua *prioridade máxima*.

7. A implantação do Conselho, além disso, deve ser seguida por outras iniciativas do *Fórum* para sua sustentação, em conformidade com sua importância

estratégica. Destacamos um esforço específico para assessoramento técnico e político da nossa "bancada" e, a médio prazo, a criação de uma Fundação voltada para a produção de informação estratégica, afeta à área, realização de estudos e pesquisas e a permanente alimentação, junto à sociedade, de debates sobre a estética e a cultura produzido pelos meios de comunicação de massa no Brasil.

II. AS DIMENSÕES DO PROBLEMA

8. A transferência da decisão final sobre as outorgas de concessões e permissões de emissoras de rádio e televisão do Executivo para o Congresso Nacional, determinada pela Constituição de 88, foi um passo importante para dar visibilidade aos processos. Mas tratou-se de uma transferência da esfera de decisão *no interior* do Estado e, portanto, dotada da lógica autoritária de centralizar *exclusivamente* nas mãos do Estado o *controle dos principais meios de determinação da cultura no país*.

9. Essa lógica autoritária foi reafirmada com a atitude do Executivo, posterior à aprovação da Constituição, usurpando poderes do Congresso Nacional e mantendo o monopólio na regulamentação e nas autorizações para implantação das novas tecnologias de comunicação, sem debate público. Essa situação não teve uma reação à altura, nem da parte do Congresso, nem da sociedade.

10. A criação, na mesma Constituição, da figura do Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso, abriu a possibilidade de criação de um elemento novo diante desta lógica autoritária. Essa possibilidade foi confirmada com a aprovação da Lei 8389 de 30/12/91, instituindo o Conselho, em consequência de um inédito acordo firmado entre o *Fórum* e o empresariado de comunicação e que acabou sendo generosamente acolhido pelo Congresso.

11. A estruturação do Conselho atribuiu-lhe um perfil que o permite ser mais do que um mero órgão auxiliar do Congresso. Com esse perfil, o Conselho pode afirmar-se como um órgão da sociedade junto ao Congresso. Foi assim que surgiu, impulsionado pela capacidade de negociação do *Fórum* - depois de vencidas as resistências do empresariado - o primeiro espaço institucional para debater a problemática da comunicação no país, rompendo o circuito autoritário instalado no interior e em torno do Estado.

12. O acordo em torno da criação do Conselho foi complementado por outro acordo, sobre a nominata de composição, também firmado com o empresariado de comunicação e fechado no início de 92.

13. Em 1992, perdendo o rumo estratégico, o *Fórum* estreitou seus objetivos e desarticulou-se. Na sua atuação externa, praticamente reduziu-se a uma campanha que apenas utilizou *manipulatoriamente* o imenso potencial de mobilização de massa para a luta pela democratização a comunicação. A militância acabou desinformada sobre o conjunto das ações do *Fórum*. No momento em que deveria estar preparado para sustentar a implantação do Conselho, o *Fórum* desorganizou-se, embora tenha crescido nominalmente.

14. Enquanto isso, no Congresso, especialmente no Senado, começaram a surgir resistências à aprovação da composição decorrente do acordo. Em janeiro de 93, numa reunião do Colégio de líderes do senado, o acordo foi formalmente rejeitado, com a explicitação, não por acaso, de duros questionamentos à participação da OAB e da CNBB no Conselho e o senador Pedro Simon (PMDB-RS), líder do governo, alguns dias depois, numa atitude que contradiz sua trajetória democrática, propôs a criação de uma Comissão "de senadores", para debater "com

a sociedade" o problema da televisão no Brasil. Esta seria uma atitude meritória, se não tivesse como evidente conseqüência o esvaziamento do Conselho.

15. Além dessa iniciativa do líder do Governo, Senador Simon, o Ministério da Justiça passou a tratar diretamente com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) "sobre as normas a serem criadas para evitar abusos na programação de TV". O Ministério também anunciou a intenção de reativar o Conselho Superior de Defesa da Liberdade de Expressão e Pensamento (CODELIBER), criado no governo Sarney, ao qual se atribuiria funções específicas para examinar a programação da televisão no Brasil.

16. Por outro lado, no Ministério das Comunicações, fala-se na reativação do Conselho Nacional de Comunicação, órgão subordinado a este Ministério e criado pelo regime militar, que se reuniu algumas poucas vezes, e foi utilizado como um simulacro de abertura para o debate público.

17. São três iniciativas estatais com a evidente finalidade de substituir a representação autônoma da sociedade civil que se produziria no Conselho, caso fosse mantida a nominata aprovada pelo acordo.

18. Nos bastidores, surgiram indícios de que a ABERT inspirava diversos questionamentos, especialmente os surgidos no Senado. Em fevereiro, o endurecimento da ABERT ficou mais visível e começaram a surgir evidências de que a entidade recuava do acordo e descomprometia-se com a composição do Conselho.

19. O Congresso, conforme determina a Lei 8389, deveria ter votado o Conselho até março de 92. Não o fez, descumprindo a Lei. O *Fórum*, no seu conjunto, de fato, abandonou a idéia do Conselho porque foi impulsionado por políticas de estreitamento das suas perspectivas. A ABERT e as demais entidades empresariais, obviamente, nunca fizeram segredo disso, preferiam que "não existisse Conselho". Estes, agora, têm diante de si a possibilidade de impedir a nascimento do Conselho e, talvez, preparar sua eliminação na revisão constitucional de 93. Sem dúvida, o esvaziamento das perspectivas do *Fórum*, verificado em 92, contribuiu para esse retrocesso.

20. É de se perguntar porque um Conselho, que foi criado com relativa facilidade, passou a ser sabotado. O que justifica toda essa reação e porque a ABERT estaria voltando atrás e revendo um acordo que pareceu ser aceito com tranqüilidade? Aparentemente, o acordo em torno da criação e, posteriormente, da sua composição, deu-se numa conjuntura de agravamento da crise institucional no país e de insegurança do empresariado. O que mudou? Já surgiram garantias para preservar os interesses dos donos das redes de televisão que estão com a maioria das suas concessões em processo de renovação no Congresso? Ou, ao contrário, quer se evitar o Conselho durante o processo de renovações? É preciso acelerar, com a criação de situações de fato, a implantação das novas tecnologia, antes de sentar numa mesa de debates e, eventualmente, de negociações? Entendeu-se que o «Fórum» não tem cacife para bancar um processo de negociações? Seja qual for a resposta perderão todos se a disposição do empresariado for um retorno ao patamar de disputa verificado ao longo da década de 80. De qualquer modo, é sintomático que as resistências ao Conselho dirijam-se contra a participação de entidades como a OAB e a CNBB que lhe confeririam legitimidade inquestionável, com a seriedade, com os recursos que tem à disposição, com a influência pública, com o reconhecido caráter mediador e pela função moderadora exercida por estas entidades, tantas vezes na história do país. As motivações das resistências parecem não ficar apenas no temor do peso dessas entidades.

A LÓGICA QUE PERPASSA AS REAÇÕES

21. Avaliamos que essas reações contra o Conselho tem sua origem em três lógicas que perpassam o Estado, os negócios e a vida pública no país: as lógicas *patrimonialista*, *corporativa* e *cartorial* que, na área da comunicação de massa, constituem um caso exemplar.

22. O *patrimonialismo* se manifesta na atuação de indivíduos que ocupam cargos públicos e desempenham funções no Estado e o tratam como se este fosse propriedade sua, utilizando as prerrogativas das funções ocupadas para prestar favores, conceder benefícios, realizar negócios, barganhas e intermediações, quando não se chega à pura e simples corrupção.

23. O *corporativismo* diz respeito a interesses de estamentos que são gerados no interior do Estado e passam a atuar em função dos seus próprios interesses, agindo acima e apesar dos interesses mais gerais do Estado e da população. A ação desses estamentos corporativos, seja por necessidade de afirmação de poder político, da parte desses estamentos corporativos, seja por corrupção, acaba transformando o que deveriam ser políticas públicas em práticas de favorecimento e beneficiamento, com a manipulação de recursos públicos em função de interesses privado-comerciais ou, simplesmente, particulares. Uma atitude correspondente se verifica entre muitos empresários de radiodifusão – que são concessionários ou permissionários do Estado – cuja lógica corporativa impede que estes reconheçam a dimensão pública e social da sua atividade. Estes utilizam as frequências e canais como se fossem da sua propriedade, sem nenhum compromisso com o interesse público.

24. Finalmente, a lógica *cartorial*, resultante de um complexo processo, peculiar no Brasil, de geração da sociedade civil pelo Estado e do desenvolvimento do mercado com intensa dependência das iniciativas do Estado, desde a Colonização até os dias de hoje. Essa lógica *cartorial* refere a simbiose que o setor privado mantém com o Estado, em busca de obtenção de soluções e meios de alcance estratégico, com obras de infra-estrutura, capital sob a forma de empréstimos ou financiamentos e, inclusive, subsídios.

25. Na área da comunicação, especialmente no que se refere à radiodifusão e as novas tecnologias, é notório o amálgama dessas três lógicas *patrimonialista*, *corporativa* e *cartorial*. A história dos meios de comunicação de massa no Brasil é uma história de negociatas, favorecimentos, práticas escusas e beneficiamentos de toda ordem. Nenhum empresário da área parece escapar incólume desse tipo de prática. Alguns, porque de fato buscam beneficiar-se e outros porque não tem saída se quiserem sobreviver empresarialmente num contexto prostituído e acabam sucumbindo à força centrípeta dessas lógicas.

26. O *Fórum* propõe condições para que essa situação se reverta. Obviamente, muitos empresários, assim como inúmeros integrantes da burocracia estatal, não o desejam. Por isso o Conselho é revolucionário. Pois corresponde à inserção da *lógica do Público* como um elemento de artificialidade, como um gesto criador da consciência, já que o movimento espontâneo é reproduzir essa lógica perversa *ad eternum*. O Conselho é revolucionário porque é um instrumento, ainda que de forma localizada, para quebrar com essas três lógicas e poderá ser capaz de estabelecer uma eticidade que vem da sociedade para o Estado, impulsionando uma verdadeira *lógica do Público* que, como tal, é necessariamente impessoal e estabelece regras comuns e claras para o jogo. Isto é intolerável, tanto para o Estado corporativo-patrimonialista, como para o capitalismo-cartorial da área da comunicação que se nutre intensamente, além dos favorecimentos estatais diversos, das verbas publicitárias do setor público.

27. Por isso tudo, estamos percebendo uma contra-ofensiva dos interesses do Estado e dos empresário que, na verdade, são avessos à livre-concorrência que tanto propugnam. Estes ameaçam unir-se para barrar a implantação do Conselho, nas bases em que defendemos. Trata-se de uma movimentação para destruir a iniciativa que ameaça levantar os véus que ocultam a lógica perversa que caracteriza as relações do Estado com o setor privado na área da comunicação no Brasil, onde sempre brande-se argumentos em favor do "Público" e do "bem comum" (ou do "progresso", que "não pode ser freado") mas geralmente atraíam-se os verdadeiros interesses populares e o genuíno interesse público.

28. O futuro do Conselho, mantidas as tendências atuais e sem que estabeleçamos um processo de enfrentamento dessas tendências, evidencia-se negativamente: ou será abortado definitivamente ou, o que talvez seja ainda pior, será mantido com uma existência formal, como um mero apêndice do Congresso, esvaziado do seu conteúdo e sem ter uma representação real da sociedade, enfim, um simulacro do que deveria ser.

A DIMENSÃO DO DEBATE SOBRE A ESTÉTICA E A CULTURA

29. O Conselho, entretanto, pode ir muito além de uma função saneadora ou moralizadora das relações entre o Estado, o setor privado e a sociedade. Há um campo de intervenção do Conselho, no debate da estética e da cultura, que também pode impulsionar mudanças na qualidade da comunicação de massa no país.

30. A estética, ao contrário do que se pensa, não é uma particularidade restrita exclusivamente à arte, embora, sem dúvida, a obra de arte se distinga justamente pelo valor estético. Estética é aqui entendida como uma categoria universal que está presente em todos os campos da expressão humana, obviamente, não de igual maneira.

31. É no plano da percepção estética e dos seus significados mais profundos e que se enraizam na própria cultura, mediante a realização de uma dialética entre forma e conteúdo, que se pode construir a possibilidade de uma estética de sentido emancipatório. Isto é, se houver condições para uma apropriação crítica da elaboração artística e também da dimensão estética de todas as criações humanas. Também é no plano da percepção estética que se pode sucumbir ao caráter desumanizante da produção massificada que não vai além da padronização, da reiteração e da homogeneização. Ou seja, uma produção que, por não ser assimilada criticamente, acaba realizando uma regulação burocrática do cotidiano, "robotizando" os indivíduos.

32. Os elementos da percepção estética perpassam, por exemplo, as relações que a TV mantém com o imaginário popular e as conexões estabelecidas com o psiquismo humano, produzindo e induzindo idéias, concepções, hábitos, condutas e valores. Por isso a discussão sobre os padrões estéticos na produção do rádio e da TV é decisiva para a construção de uma cultura nacional-popular e para a afirmação de valores de sentido emancipatórios. Sob este ponto de vista, o debate estético se torna uma tarefa e uma responsabilidade da própria cidadania.

33. Decorre desta preocupação a busca estratégica da criação de instituições especializadas na "mediação" entre aquilo que o setor privado-comercial produz e o que é assistido pelo público, criando-se uma relação de duplo sentido. Esta relação consiste, de um lado, em saber valorizar frente ao público consumidor aquelas obras que contêm valor estético, e aqueles conteúdos que transitam valores humanos e qualificam a cultura. Enfim, busca-se a elevação do nível de percepção do público e o desenvolvimento do seu senso crítico, apurando seu discernimento, dotando-o de premissas a partir das quais seja possível

estabelecer uma relação crítica com a mídia e, portanto, sendo virtualmente humanizadora.

34. Em contrapartida, de outro lado, esta relação leva as demandas dos setores organizados da sociedade para dentro dos veículos privado-comerciais, responsáveis pela produção de programação, estimulando as práticas qualificadas e expondo-lhes a crítica quando estes incorrem em concorrência predatória, degenerando o conteúdo da programação – por exemplo, com o recurso gratuito à pornografia e à violência – ou mesmo discutindo alternativas para a programação destituída de valor estético e que brutaliza e desumaniza.

35. Este é um complexo campo de debate, porém inarredável. Infelizmente, para uma grande parte dos profissionais da área da comunicação – jornalistas, radialistas, artistas, etc. – o conceito de estética não faz o menor sentido e suas atuações profissionais tendem a se reduzir a um tecnicismo operativo. O problema, evidente, não é menor entre os setores mais esclarecidos da sociedade civil. O que não é gratuito, pois um dos aspectos perversos da comunicação de massas tem sido, a condição de emascular da produção cultural de massa a categoria da estética.

36. Enfatizamos que estética supõe juízo, e que juízo supõe crítica e debate. Eliminando-se o debate da percepção estética, elimina-se o juízo e a crítica. É um problema da cidadania superar a mera relação de empatia e identificação com os produtos veiculados nos meios de comunicação de massa e substituir essa relação passiva por uma atitude crítica diante desses conteúdos. Essa relação crítica constitui um momento importante da construção da cidadania porque ela forma indivíduos que, se não forem assim mobilizados por um esforço de capacitação crítica – no contexto de um projeto de construção da cultura e da nacionalidade – serão reduzidos à condição de meros objetos de um mercado que privilegia a relação instrumental.

37. O Conselho, diante desse complexo e grave problema da contemporaneidade, portanto, atuará sobre uma esfera de problemas que é brasileira, mas também é universal. Trata-se do esforço para que no país se controle, de forma democrática e plural, os meios que a própria sociedade desenvolve e para que estes – os meios de comunicação, inclusive, não se voltem contra o próprio homem. Uma experiência dessa natureza, se bem sucedida, poderia, pela força do exemplo, ter importância para a própria humanidade.

IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA

38. Sem uma vigorosa ação do *Fórum* o Conselho, que surgiu graças à grandeza e ao espírito público demonstradas inicialmente pelo Congresso, jamais será a inédita instituição mediadora que poderia permitir a discussão do conteúdo da cultura produzida pelos meios de comunicação de massa e sua transformação num efetivo canal de interlocução entre profissionais, setores organizados da sociedade civil, empresariado de comunicação, Congresso e mesmo o Executivo.

39. A criação do Conselho, portanto, não é um fim que se esgota em si mesmo. Como um espaço de intervenção do *Fórum*, é o início de um processo de superação da atomização e particularização de debates e de sistematização das relações políticas com o empresariado, o Congresso, o Executivo e mesmo com o conjunto da sociedade. Sem esse instrumento de relação global da sociedade com as questões da comunicação de massa, retrocederemos às lutas particularizadas, aos encaminhamentos tópicos, e às limitações orgânicas e institucionais que marcaram a luta pela democratização da comunicação no Brasil, desde o início da década de 80.

40. A criação do Conselho realiza o objetivo estratégico de institucionalização da intervenção do *Fórum*, rompendo assim seu sentido meramente instrumental, na luta pela democratização da comunicação. O objetivo do *Fórum*, por isso, não pode ser apenas a aprovação de leis, regulamentos ou formalidades, mas principalmente a mobilização da sociedade para a criação e sustentação de instituições voltadas de forma permanente para a introdução de conteúdos nas relações sociais. Percebe-se então o significado estratégico central do Conselho para o a política do *Fórum*.

41. Deve ser resolvido, finalmente - neste momento em que deveríamos estar preparados para uma disputa dura - o problema da oposição que começou a surgir no interior do *Fórum* à importância do Conselho. Um argumento usado é o de que o Conselho corresponde a um privilégio excessivo da "luta institucional", como se a luta para construir instituições não pudesse ser revolucionária. Paradoxalmente, os mesmos que brandem esse argumento privilegiam a defesa da "aprovação de uma lei pelo Congresso", o que é evidentemente mais rebaixado, aliás, puro "legalismo". Estes ainda negligenciam a possibilidade de que o Conselho seja a grande oportunidade de estabelecer uma ponte, especialmente através do *Fórum*, entre a luta institucional e a luta de massas. Outro argumento é o de que o Conselho constitui uma "ante-sala para a censura". Curiosamente, esse é o mesmo argumento usado por diversas lideranças do empresariado de comunicação. Estes temem a "ameaça" representada pelo Conselho, mas fingem desconhecer a ditadura exercida por "meia dúzia" de empresários que, cotidianamente, "selecionam" o que mais de oitenta milhões de brasileiros vão assistir na televisão. Em suma, está sendo reproduzida a argumentação hipócrita do empresariado que diz temer a "censura dos outros" para manter seu privilégio exclusivo de "censurar". É claro que uma representação da sociedade civil mobilizada para questionar a cultura produzida pelos meios de comunicação de massas é mesmo "ameaçadora". Sobretudo para os "carneiros" da comunicação de massa, sempre dispostos a reduzir as potencialidades culturais do país à mera pornografia, à violência gratuita, à exploração da morbidez humana, e à promoção da pura idiotia a título de entretenimento e de "atendimento da vontade do mercado".

42. Este amplo projeto para o Conselho evidencia as diferenças de concepção da atuação do *Fórum* em relação a campanhas messiânicas para a aprovação de leis. Ressaltamos nesse projeto o compromisso de luta pela democratização da comunicação como um esforço de fôlego, numa luta de longo curso e, também, a certeza de que mais do que regulamentos e leis, o que tem de ser operado, em nosso país, são alterações nos padrões culturais e mudanças de conduta. Enfim, todos os importantes pontos que estão indevidamente "enfiados" na *Lei da Informação Democrática* (ver argumentação na tese correspondente) serão tratados cotidianamente no Conselho, ao se fazer essa ponte decisiva entre a luta institucional e a mobilização do movimento de massas.

III. PROPOSTAS PARA A IV PLENARIA

43. Por não aceitarmos a destruição da primeira e grande conquista do *Fórum*, é necessária a adoção de uma política clara:

44. O *Fórum* assumirá como sua prioridade número um a aprovação da composição do Conselho de Comunicação Social, nos termos do acordo que foi aprovado em 93, e a criação de condições para o seu funcionamento como um órgão para a sociedade estabelecer interlocução com o Congresso, o empresariado, o Executivo e mesmo o conjunto da sociedade, de todas as questões referentes à comunicação de massa no Brasil.

45. O *Fórum* entende que o Conselho é um elemento vital na sua política de luta pela democratização da comunicação, inaugurando as novas relações que pretendemos estabelecer na sociedade em torno da comunicação de massa no Brasil, atuando de modo a:

- a) pautar questões e agendas no interior da sociedade em relação à comunicação de massa;
- b) acompanhar e opinar sobre as ações do Congresso e mesmo do Executivo em relação à comunicação, visando a instituição de um verdadeira *lógica do Público*, em substituição ao *patrimonialismo*, ao *corporativismo* e ao *cartorialismo*;
- c) debater a qualidade estética e o conteúdo da produção cultural dos meios de comunicação de massa, procurando estimular o senso crítico do público e levando ao empresariado de comunicação as demandas dos setores organizados da sociedade civil;
- d) habilitando a sociedade civil para o debate da comunicação e sendo o elo de ligação entre o movimento de massa e a institucionalidade;
- e) enunciando bases para a formulação de políticas públicas;
- f) equacionando e mediando conflitos entre a sociedade, o empresariado e o Executivo, na assessoria ao Legislativo.

46. O *Fórum* criará, imediatamente, tão logo seja instalado o Conselho de Comunicação Social, uma Comissão Permanente com a finalidade de assessorar política e tecnicamente a bancada do *Fórum* e, especialmente:

- a) procurará dotá-la de vigor teórico e alcance estratégico no debate dos temas políticos, na avaliação estética e dos conteúdos da produção cultural e na formulação das políticas públicas de comunicação;
- b) estabelecerá uma rotina de consultas e contatos sistemáticos com a área acadêmica e a intelectualidade, colhendo subsídios para a abordagem dos assuntos tratados no Conselho;
- c) estabelecerá um processo de consultas, periódico e sistemático, junto a outras entidades da sociedade civil não integrantes do *Fórum*, de modo a complementar o debate interno ao *Fórum*, no que se refere aos assuntos tratados no Conselho.

47. O *Fórum* assume como objetivo estratégico de médio prazo a criação de uma Fundação sem fins lucrativos, destinada a:

- a) articular de forma permanente as atividades do Fórum com o Conselho de Comunicação Social e outras instituições que venham a ser criadas;
- b) desenvolver uma atividade profissional qualificada de elaboração teórica, coleta e processamento de informação técnica, realização de estudos e pesquisas e análise crítica da cultura produzida pela *mídia* no Brasil;
- c) captar recursos, no Brasil e no exterior, para financiar a luta pela democratização da comunicação e suas atividades.

48. O *Fórum* deflagrará uma campanha nacional e de massas - buscando o apoio de publicitários, jornalistas e especialistas em marketing e ativando todos os seus Comitês, Comissões Pró-Comitês e Entidades Nacionais integrantes - em defesa da imediata implantação do Conselho de Comunicação Social com a eleição da nominata que foi resultante do acordo com o empresariado de comunicação. Essa campanha explicará os interesses que estão em jogo e o papel revolucionário que o *Fórum* atribuirá ao Conselho. Essa campanha, mantendo o seu conteúdo básico, se adaptará à evolução dos acontecimentos:

- a) se o Conselho foi implantado da forma reivindicada, a campanha inflexionará para um esclarecimento da sociedade sobre o sentido que pretendemos atribuir ao Conselho;
- b) se o Conselho continuar sendo adiado, a campanha acentuará a denúncia para as possibilidades do Conselho que estão sendo barradas e as conseqüências

que advirão da sua "derrubada", bem como a denúncia dos setores que o estão obstaculizando;

c) finalmente, se o Conselho for "derrubado", a campanha fará uma contundente denúncia dos responsáveis e das oportunidades desperdiçadas para avanço da luta pela democratização da comunicação.

Porto Alegre, 23 de fevereiro de 1993

Daniel Herz

Diretor de Relações Institucionais da
Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ

Representante da FENAJ na
Coordenação Nacional do Fórum