

Objetivos estratégicos FNDC	Sugestões de alteração	Sugestões de substituição
9.1. Adotar o planejamento estratégico para a área das comunicações, 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 autonomia estratégica do país, assim como da cidadania e da dignidade humana.		
9.2. Mobilizar os setores organizados da sociedade para fazer frente à dimensão estratégica da área das comunicações na contemporaneidade.		
9.3. Estabelecer formas de <b>controle público</b> sobre os meios de comunicação de massa - sendo <b>controle</b> aqui entendido como um processo eminentemente político, não burocrático, formalista ou censório - como condição para orientar as decisivas determinações do conteúdo destes meios no desenvolvimento da cultura e da democracia no país.		
9.4. Estabelecer novas relações entre o Estado, o setor privado e a sociedade civil, no que se refere à estruturação dos sistemas de comunicações e na definição dos conteúdos veiculados e do papel cultural, político e econômico desempenhado pelos meios de comunicação.		
9.5. Formular uma Política de Comunicações que acolha, como elementos decisivos, a participação da sociedade no seu processo de implementação e a incidência democrática sobre os conteúdos veiculados, assim como a apresentação de requisições para as políticas de telecomunicações e informática e o equacionamento das conexões da área de comunicações com as diversas áreas de atuação governamental (educação, saúde, etc.)		

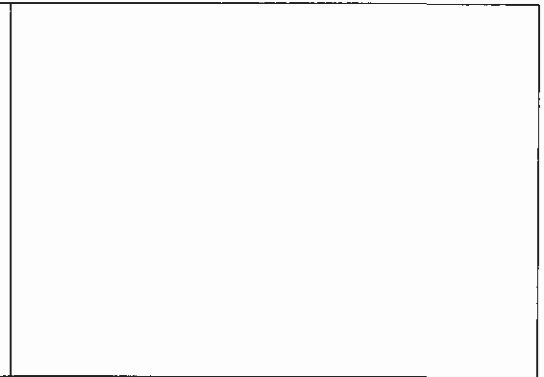
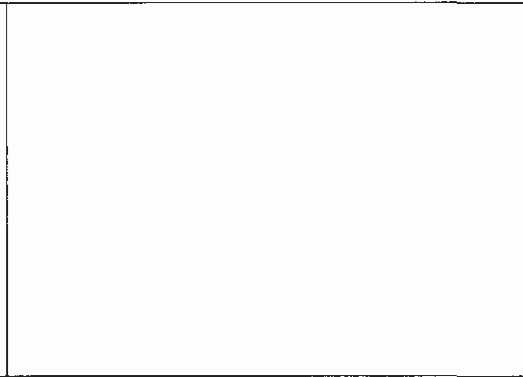
<p>9.6. Empreender a reestruturação do mercado de comunicação no Brasil, através de medidas legais e políticas, com a criação de condições favoráveis para a concorrência comercial; fortalecimento da capacidade de produção por empresas e entidades; impulso a segmentos da mídia com necessidades de valorização; regionalização da produção e ampliação do mercado, inclusive para viabilização da produção hoje sem canais de distribuição, e amplo estímulo à pluralidade de expressão.</p>		
<p>9.7. Impulsionar a implantação de infra-estrutura para a constituição das "estradas eletrônicas" que permitirão o desenvolvimento integrado dos diversos serviços de comunicações e telecomunicações, especialmente a multimídia.</p>		
<p>9.8. Formular política industrial, de importações e de desenvolvimento de tecnologia nacional adequada para o desenvolvimento da área de comunicações no seu conjunto.</p>		
<p>9.9. Capacitar os cidadãos para a leitura crítica dos meios de comunicação, nas suas diversas modalidades, e para o debate da estética, a partir da compreensão da linguagem e dos artifícios empregados, e desenvolvimento de formas e condições de defesa da cidadania e da dignidade humana em relação à atuação destes meios, entendendo-se que autonomia intelectual dos indivíduos e capacidade crítica são fatores decisivos para a afirmação da autonomia estratégica do país.</p>		

<p>9.10. Capacitar a Nação e a cidadania para fazer frente à enorme quantidade de produção audiovisual internacional que está sendo introduzida no país - especialmente através 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, com a incrementação de meios e recursos para afirmação positiva da cultura e da autonomia estratégica e da soberania nacional.</p>		
<p>9.11. Capacitar o Brasil para ser um <b>pólo mundial</b> de elaboração teórica, técnico-científica e política sobre comunicação e, em particular, sobre a produção audiovisual, de modo a que o país se prepare adequadamente não apenas para ser informado pela cultura universal, mas também para informá-la.</p>		
<p>9.12. 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.</p>		

15. Primeira estratégia: construção do Controle Público, base de relações democráticas substantivas		
Texto atual	Sugestões de alteração	Sugestões de substituição
<p>15.1 Reposicionamento do <b>Ministério das Comunicações</b>, estruturando-o para que atue mais como um <b>ministério dos meios</b>, ou seja, como um ministério que lida com a infra-estrutura, mas também com a dimensão social das relações estabelecidas pelos meios, como forma de tratar a comunicação no seu sentido multidimensional, com abordagem tanto técnica, quanto cultural, econômica e política. Este enfoque também prevê atuação articulada do Ministério das Comunicações com os ministérios da Cultura, da Educação, da Ciência e Tecnologia, da Saúde e, em projetos específicos, com os demais ministérios. O <b>Ministério das Comunicações</b> deverá ser o principal agente implementador de políticas governamentais para as comunicações, atuando sobre telecomunicações, radiodifusão, novas tecnologias eletrônicas e também sobre as demais mídias. O <b>Ministério</b> atuará como elemento fomentador e de impulso para o desenvolvimento democrático da área das comunicações no seu conjunto.</p>		
<p>15.2. Implementação do <b>Conselho de Comunicação Social</b>, órgão auxiliar do Congresso Nacional, previsto na Constituição e regulamentado pela Lei 8.389/91, e seu reconhecimento como órgão da sociedade que, além de assessorar o Congresso Nacional, será interlocutor privilegiado do Executivo.</p>		
<p>15.3. Estímulo à criação e implementação de Conselhos Estaduais e Municipais de comunicação social, visando fortalecer o debate e a ação da sociedade civil sobre as questões da comunicação, com destaque para a implementação das políticas de regionalização da produção cultural, artística e jornalística.</p>		

<p>15.4. Elaboração de uma <b>Legislação Consolidada de Comunicações</b>, incluindo telecomunicações e os direitos e deveres envolvidos em todas as modalidades de meios de comunicação - tais como o direito de resposta e a pluralidade de versões - bem como regulamentando as diversas disposições constitucionais ainda sem vigência concreta. Será uma legislação ampla, mas flexível, no que se refere à incorporação de novos fatos tecnológicos e sociais, a ser complementada por normas e atos governamentais (decretos e portarias) cuja elaboração deverá ser legitimada pelo Conselho de Comunicação Social e pela adoção de procedimentos públicos. As disposições legais, deste modo, adquirirão sentido, sobretudo, pela existência de instituições capazes de responder com legitimidade e presteza à dinâmica dos fatos da contemporaneidade, e de promover a permanente pactuação e repactuação de acordos, sempre acompanhando e procurando se antecipar para orientar a evolução destes fatos.</p>		
<p>15.5. Estabelecimento legal de critério para <b>convocação de redes</b> de rádio e televisão, em caráter obrigatório ou voluntário, simultaneamente ou não, pelos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário em âmbito federal, estadual e municipal.</p>		
<p>15.6. Estímulo à criação de um <b>Código de Ética Conjunto da Área das Comunicações</b>, 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.</p>		

15.7. Estabelecimento de exigência legal de exibição, em cada uma das redes nacionais de televisão, de um **programa semanal**, a ser veiculado em horário nobre, atuando como um **ombudsman da televisão brasileira**, a ser produzido por uma **Fundação sem fins lucrativos** e amplamente representativa da sociedade civil, com a implementação de uma função 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.



<b>16. Segunda estratégia: Reestruturação do Mercado na área das comunicações</b>		
<b>Texto atual</b>	<b>Sugestões de alteração</b>	<b>Sugestões de substituição</b>
<p>16.1. Elaborar, como desfecho de um <b>aprofundado debate</b> entre o setor privado e a sociedade, uma legislação que aplique o <b>princípio constitucional da proibição do monopólio e oligopólio</b>, na área da comunicação e equacione os problemas decorrentes da propriedade cruzada dos veículos de comunicação. A legislação será concebida de modo a se evitar práticas abusivas, antidemocráticas e cerceadoras da concorrência, mas sem perder de vista a necessidade de garantir produção de qualidade no país e a viabilidade econômica dos empreendimentos.</p>		
<p>16.2. Elaboração de um <b>Plano Nacional de Diretrizes e Metas para o Desenvolvimento da Área das Comunicações</b>, sistematizando e especificando os objetivos programáticos e definindo e quantificando metas a serem atingidas. Este Plano norteará os estímulos que serão dados ao desenvolvimento do mercado nacional e à abordagem do mercado internacional, sendo 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 projeção de uma imagem real do Brasil e para a desconstituição de estereótipos e preconceitos que geram hostilidade contra o país. Será buscada uma projeção da cultura do país junto à cultura universal, também visando a pavimentação de relações econômicas e diplomáticas.</p>		
<p>16.3. <b>Enquadramento da Política de Telecomunicações</b> numa ampla Política de Comunicações que dê conta do</p>		

<p>conjunto das necessidades do país. Planejamento dos aspectos de política industrial ligados ao desenvolvimento da infra-estrutura e dos serviços. Reciclagem administrativa com a adoção do <b>contrato de gestão</b> para as empresas do setor de telecomunicações e correspondente definição de objetivos e condições para o seu alcance.</p>		
<p>16.4. Estimular o <b>desenvolvimento dos mercados nacionais das novas tecnologias de comunicação</b> (TV a Cabo, MMDS, DBS, Multimídia e recursos de interatividade e bidirecionalidade) entendendo-as como parte de um conjunto de sistemas de comunicações que, além de oferecer lazer e entretenimento, gerarão novos empregos, regionalizarão a produção cultural, e alavancarão o desenvolvimento. Estas tecnologias também permitirão o equacionamento de novas soluções para o desenvolvimento da educação, do atendimento de saúde, entre outras formas de atendimento das necessidades da população.</p>		
<p>16.5. Assegurar, especialmente, a implantação de um <b>Sistema Nacional de TV a Cabo</b> amparado nos conceitos de <b>Rede Única, Rede Pública</b> e de <b>Participação da Sociedade</b>, que marcam as propostas do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, como um sistema aberto - mesmo na sua operação privada - 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 periódicas ou eventuais, inclusive de caráter não comercial.</p>		
<p>16.6. Programa de criação do <b>Círculo Nacional de Exibição Coletiva de Televisão e Vídeo</b>, as <b>Salas de Cultura Contemporânea</b>, através da abertura de linhas de crédito para instalação, por pessoas físicas e jurídicas interessadas, de pelo menos dez mil salas com recursos</p>		



<p>técnicos (projeto de vídeo, telão, videocassete, amplificadores de som e cadeiras, e conexão às redes de TV a Cabo) para exibição coletiva de cinema, televisão e vídeo. Além da criação de um mercado nacional massivo para a TV a Cabo e exibição de produções de vídeo e cinematográficas, além da constituição de <b>auditórios eletrônicos</b> (em âmbito municipal, regional ou nacional), este programa deverá deflagrar um grande <b>movimento cultural</b> em torno da televisão e do vídeo, criando uma experiência socialmente partilhada de audiência crítica e debate da estética da produção audiovisual, assim como exibições acompanhadas de debates e avaliações críticas.</p>		
<p>16.7. Programa de <b>disseminação de recursos de produção e tecnologia</b> de cinema, televisão e vídeo, com ênfase na constituição de 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 cinema, televisão, vídeo e multimídia, como base de um conceito de regionalização da produção com condições de ter acesso ao mercado nacional, pelas redes nacionais e regionais de televisão e pelos serviços baseados nas novas tecnologias. Trata-se de um programa voltado para a 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. Neste sentido, os estímulos econômicos e legais previstos no programa também se voltarão para favorecer o acesso de grupos e setores sociais representativos à tecnologia de produção, à formação de recursos humanos e à veiculação, em caráter comercial ou como exercício do direito de expressão.</p>		
<p>16.8. Programa de <b>formação de recursos humanos</b> para</p>		

produção de cinema, televisão, vídeo e multimídia.		
16.9. <b>Programa de Valorização da Mídia Impressa</b> , com a definição de estímulos legais e econômicos para o desenvolvimento dos meios jornal e revista, buscando barateamento dos custos de produção e distribuição e do preço final para os leitores, visando a sua massificação no país.		
16.10. Formulação de uma <b>política industrial</b> , de <b>importações</b> e de <b>desenvolvimento de tecnologia nacional</b> adequada para o desenvolvimento da área de comunicações no seu conjunto, articulando diretrizes para os segmentos de telecomunicações, informática, televisão e rádio, mídia impressa, cinema e vídeo.		
16.11. Todas as <b>emissoras de rádio e televisão do Governo Federal</b> serão agrupadas e subordinadas a uma <b>Fundação sem fins lucrativos</b> , que será instituída e mantida pelo Executivo, com dotação orçamentária prevista em lei, e também por doações de pessoas físicas e jurídicas, com incentivo fiscal e com caráter de apoio cultural. Esta Fundação será dirigida por um conselho amplamente representativo da sociedade.		
16.12. Serão definidos critérios legais para <b>orientar a atuação</b> das emissoras subordinadas, direta ou indiretamente, aos governos estaduais e municipais, fundações privadas e autarquias federais, estaduais e municipais, ressaltando-se a definição de formas de representação da sociedade junto a seus órgãos diretivos.		
16.13. Desenvolvimento do conceito de emissora pública de radiodifusão, em conformidade com o artigo 223 da Constituição, que prevê a observância do "princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal".		

<p>16.14. Os governos Federal, Estadual e Municipal terão direito à <b>veiculação gratuita de mensagens publicitárias</b>, nas emissoras de rádio e televisão sediadas nas respectivas áreas de jurisdição, de acordo com percentuais definidos por faixa de horário, referentes a campanhas de interesse público. Estas mensagens publicitárias não poderão ter qualquer personalização identificando governantes ou mesmo a gestão em curso. Poderão ser adotadas <b>formas de compensação</b> não financeira, através de expedientes contábeis ou fiscais, pela utilização destes espaços.</p>		
<p>16.15. Definição legal de critérios políticos, técnicos e de estímulo à competição no mercado, para <b>orientar a destinação das verbas publicitárias dos órgãos governamentais</b> - federais, estaduais e municipais, das administrações direta e indireta. Além da transparência nos critérios de aplicação das verbas e de observância de requisitos de interesse público, será coibida toda e qualquer forma de aparelhamento político-partidário.</p>		
<p>16.16. Formulação de uma nova <b>política de outorgas</b> e de <b>renovação das outorgas</b> de emissoras de radiodifusão e novas tecnologias de comunicação, com critérios claros e rito que permita o acompanhamento por todos os interessados, privilegiando a representatividade social dos pretendentes e a participação de segmentos sociais que ainda não dispõem de emissoras, de modo a favorecer a pluralidade.</p>		
<p>16.17. Reserva de uma frequência de rádio e um canal de televisão a ser partilhado pelas <b>instituições de ensino superior</b> existentes em cada município, com prioridade para a utilização pelas Universidades públicas.</p>		
<p>16.18. Reserva de faixas de frequências para utilização livre</p>		

por **emissoras de rádio e televisão de baixa potência,**  
em caráter local.

<b>17. Terceira estratégia: Capacitação da Sociedade para o conhecimento e ação</b>		
<b>Texto atual</b>	<b>Sugestões de alteração</b>	<b>Sugestões de substituição</b>
17.1. Programa de apoio ao <b>debate teórico e político e à elaboração técnico-científica</b> sobre comunicação.		
17.2. <b>Plano de Diretrizes e Metas</b> para estímulo da produção científica e técnica das Instituições de Ensino Superior de Comunicação e dos Institutos de Pesquisa que atuam sobre temáticas da área das comunicações.		
17.3. Favorecimento da criação de um <b>Instituto de Altos Estudos de Comunicação e Estratégia</b> , destinado a congregar - como instituição da sociedade que terá o apoio e a participação do Governo Federal - todas entidades (profissionais, acadêmicas, associativas e empresariais) da área das comunicações, com a finalidade de atender demandas e pautas de pesquisa e elaboração técnico-científica e estabelecimento de interlocução com entidades pensantes estatais ou não, do país e do exterior.		
17.4. Formulação de um Programa de <b>Capacitação para Leitura Crítica dos Meios de Comunicação e Debate da Estética</b> , com a mobilização do sistema formal de educação, público e privado, bem como outros meios e sistemas de educação não formal, criando condições para a compreensão dos seus recursos de linguagem e artifícios empregados, análise crítica dos conteúdos e debate da estética, de forma a romper a passividade e a mera submissão aos conteúdos veiculados e adoção de uma atitude humanizada e humanizadora diante dos veículos. A principal finalidade deste Programa é transformar consumidores em cidadãos.		

**18. Quarta estratégia: Definição de uma política para o Desenvolvimento da Cultura do país**

Texto atual	Sugestões de alteração	Sugestões de substituição
<p>18.1. Desenvolver a <b>Agenda Nacional</b> para os meios de comunicação no Brasil, através de uma interlocução entre o Conselho de Comunicação Social, as instituições da sociedade civil voltadas para o estudo teórico e político da problemática da comunicação, juntamente com o Governo Federal e o setor privado. Esta <b>Agenda Nacional</b> será elaborada e atualizada, permanentemente, propondo objetivos culturais e políticos. A <b>Agenda</b> não será impositiva e fixará um compartilhamento voluntário 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. Terá como critérios norteadores o estímulo à autonomia intelectual dos indivíduos, o fortalecimento da cidadania, o impulso ao desenvolvimento e à afirmação da autonomia estratégica do país.</p>		
<p>18.2. Programa de <b>defesa da cidadania e da dignidade humana na atuação dos meios de comunicação social</b>, como síntese publicitária e de esclarecimento de todos os programas, condições e recursos que serão colocados à disposição do mercado, da sociedade e dos cidadãos. Será um programa estimulador da consciência dos cidadãos diante da nova realidade das comunicações no Brasil, dos direitos desfrutados e das responsabilidades por todos partilhadas, em relação aos meios de comunicação e ao papel que lhes é atribuído.</p>		
<p>18.3. Criação de um <b>Fundo Nacional para o Desenvolvimento Cultural da Comunicações</b>, destinado a financiar a formação de recursos humanos, pesquisas, tecnologia, a produção do programa <b>ombudsman</b> da</p>		

televisão brasileira, a rede de emissoras governamentais sob direção da sociedade, entre outras iniciativas de interesse público na área. O Fundo será formado a partir de uma taxa 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 orientação e a fiscalização de uma ampla representação do setor privado e da sociedade civil, de modo a assegurar que os recursos retirados do mercado, além de financiar algumas das instituições e instrumentos previstos nesta política de valorização da área da comunicação, seja efetivamente **reinvestido** como fator de dinamização e estímulo do próprio mercado e do conjunto dos sistemas de comunicações.

--	--