

Documento propõe um Conselho

Preparado a partir de discussões realizadas no âmbito do Sindicato dos Jornalistas do DF, o documento "A Comunicação na Constituinte" objetiva servir como um dos referenciais e bases para a discussão do tema a nível nacional, juntamente com outras propostas a serem oferecidas pelas demais entidades do setor.

Mais que a "garantia teórica" o direito à informação, o documento pretende que a próxima Constituição viabilize o pleno exercício desse direito, prevendo mecanismos como o Conselho Nacional de Comunicação Social e o sistema público de comunicação, e estabelecendo limites ao controle do Executivo sobre a produção e a disseminação de notícias, inclusive pela destinação aleatória de verbas publicitárias oficiais. Mas há outras questões importantes, e por isso polêmicas, como a exigência do diploma para o exercício da profissão e a suspensão da circulação de publicações, por violações à Constituição. Na íntegra, a proposta do Sindicato dos Jornalistas do DF:

"No momento em que a sociedade brasileira prepara-se para cumprir mais uma etapa histórica de seu processo de democratização, com a convocação de uma Constituinte, que se pretende livre e soberana, a discussão sobre as estruturas do sistema de comunicação social do País apresenta-se como um compromisso inarredável aos jornalistas.

Mais do que um debate restrito aos interesses profissionais, este compromisso traduz-se pela convicção de que o alcance da Constituinte estará irremediavelmente reduzido se os constituintes passarem ao largo do esforço de transformação das estruturas que regem a comunicação social brasileira. Transformação que, de resto, não pode ser desvinculada da legitimidade com que se quer revestir a nova ordem legal do País.

Buscar na Constituição em vigor parâmetros que possam nortear esse movimento progressivo significa esbarrar no obscurantismo político e jurídico. É verdade que está escrito no parágrafo oitavo, do artigo 153 do capítulo quarto, que "é livre a manifestação de pensamento, de convicção política ou filosófica, bem como a prestação de informação". Não são garantias suficientes, entretanto, para assegurar o "Direito à Informação" aqui entendido com uma abrangência que passa pela democratização do acesso aos veículos de comunicação, pela pluralização das fontes de informação e por uma marcante conotação social nos serviços prestados à população por esses mesmos veículos. Enfim, um direito fundamental da população na vigência de um estado democrático e moderno.

Trata-se de instituir e colocar em prática no País um novo modelo de comunicação social, apto a atender aos anseios de participação social e política da população e capaz de se converter em efetivo instrumento de radiografia, debate e crítica da sociedade. Significa, ainda enfatizar os meios de comunicação como um bem social e público, antes de privilegiar a visão que lhes confere um papel meramente mercadológico.

O caráter democrático deste novo modelo é incompatível com a concentração do sistema de produção e veiculação de informações em mãos de grupos econômicos monopolizantes, que impeçam a indispensável pluralidade de opinião. A democracia na comunicação não pode existir sem a adoção de mecanismos que caibam a manipulação de verbas publicitárias, privadas ou estatais, para favorecer grupos políticos e econômicos.

Assim como firma-se o pressuposto de que a presença esta-



tal na comunicação deve ter seus movimentos comandados pelo conjunto da sociedade e não converter-se num corpo autônomo alimentado por interesses de grupos específicos com assento na máquina governamental, coloca-se como indispensável a instituição de um sistema público de comunicação no Brasil. Complementar aos sistemas privados e estatal, este sistema público de comunicação define-se pelo caráter não-comercial de suas atividades e pela presença de setores representativos da sociedade em sua direção.

O que estamos propondo é o reconhecimento de que a comunicação é um bem cultural e social, um direito inalienável de todo cidadão. O que queremos é o acesso igualitário de todas as camadas da população à produção, difusão e consumo do bem cultural. E que a comunicação seja posta a serviço do desenvolvimento integral do povo brasileiro, funcionando como agente catalisador do processo de transformação das estruturas sociais, políticas, econômicas e culturais do País.

Significa, finalmente, traçar uma nova política de comunicação social que, longe de opor-se às transformações, faça delas o seu objetivo maior. Por isso defendemos a revogação da Lei de Segurança Nacional e a extinção de todos os dispositivos legais que restringem a liberdade de expressão pública. E, ainda, que seja proporcionada à sociedade, em todos os seus setores, a oportunidade de participar da definição das políticas de comunicação no País, subordinando-se à manifestação democrática da vontade da maioria. A Constituinte, como entendemos, é um largo passo nesta direção.

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. Direito à Comunicação

Deve estar garantido na Constituição o direito à comunicação da mesma forma que a lei garante o direito à educação, ao trabalho e à saúde. Para que isso ocorra, no entanto, é necessário que a Constituição garanta:

- pleno acesso dos jornalistas às fontes de informação
- possibilidade de todos os setores da sociedade terem acesso aos meios de comunicação para transmitirem suas mensagens;
- acesso igualitário de todos os setores da sociedade às informações produzidas pelos meios de comunicação;
- controle da sociedade sobre as políticas de comunicação.

2. Conselho Nacional de Comunicação Social

Deve ser instituído um Conselho Nacional de Comunicação Social, que terá a responsabilidade de debater, traçar planos, estabelecer e formular a política de comunicação social, fator essencial para a democratização da informação. O Conselho deve ainda participar da decisão de concessão dos serviços de telerrádiodifusão e fiscalizar o cumprimento da legislação pelos meios de comunicação social. Suas deliberações só poderão ser revogadas pelo Congresso Nacional.

a) Compõem o Conselho Nacional de Comunicação Social re-

presentantes do governo e da sociedade civil, sendo que a representação governamental não deve ultrapassar a um terço da composição global. A sociedade civil deve ser representada por entidades de âmbito nacional, entre elas — mas não exclusivamente — entidades representativas dos empresários e dos trabalhadores do setor, tais como a ABERT, ANJ, ABRAJORI, FENAJ, FENART, FENAP etc.

b) O Conselho Nacional de Comunicação Social terá seções estaduais, para melhor exercer suas atividades. A composição das seções estaduais deve procurar manter a mesma equivalência de representatividade observada no órgão nacional.

3. Concessões

Cabe ao Conselho Nacional de Comunicação Social indicar previamente, para deliberação final do Congresso Nacional, os titulares das concessões dos serviços de rádio e televisão no País. As decisões do Conselho, nesta área, devem levar em consideração, prioritariamente, o caráter educativo e cultural das propostas apresentadas, assim como favorecer a desconcentração de grupos ou pessoas titulares desses serviços. O Conselho deve, ainda, buscar a harmonização da localização e características dos serviços de radiodifusão com os anseios e reivindicações das comunidades a serem atendidas.

A legislação deve estabelecer normas que impeçam monopólios na radiodifusão, baseando-se em parâmetros mínimos que respeitem as particularidades regionais.

4. Meios Imprensos

Na formulação da política de comunicação social no País, os meios impressos devem ser enfocados como de interesse público, sendo que seu caráter social deve estar acima de sua condição de bem privado. Para isso a população deve ter gerência e influência sobre eles.

a) É livre a abertura de qualquer tipo de publicação registrada no Conselho Nacional de Comunicação Social.

b) Ao Conselho caberá examinar e deliberar sobre todas as queixas que, fora do âmbito penal, sejam apresentadas contra a publicação por cidadãos, pelo Estado e seus representantes ou por organizações sociais. O Conselho assegurará a prevalência da lei e dos interesses sociais limitando sua ação punitiva à advertência pública do meio impresso e exigência de reparação e retratação em suas próprias páginas, uma vez considerada sua culpa.

c) O Conselho pode propor ao Congresso Nacional a não renovação do registro de um meio impresso, depois do prazo de cinco anos, quando for observada a reiteração de violações à lei — seja à Constituição, à legislação específica, à legislação trabalhista ou à legislação penal — e ao interesse público. O Conselho poderá ainda observar as violações descritas acima, a qualquer instante, suspender temporariamente a circulação da publicação, desde que a decisão seja tomada por dois terços de seus membros. De todas as decisões tomadas pelo Conselho, cabe recurso ao Congresso Nacional.

5. Normas de Programação

A programação adotada pelos veículos de rádio e televisão deve garantir a pluralidade de fontes, assegurando à população o direito de informar e de ser informada. Assim como deve atender à necessidade de uma distribuição regional equilibrada da programação e informações veiculadas e observar o caráter educativo e cultural dos serviços prestados. As mesmas definições são válidas para a atuação dos meios impressos.

a) deve ser mantido e ampliado o acesso dos partidos políticos à divulgação de mensagens do interesse público e estendidas as mesmas oportunidades às entidades representativas da socie-

dade;

b) a regionalização e municipalização dos serviços de radiodifusão parte da definição clara do campo de abrangência geográfica dessas concessões e do estabelecimento de limitações à potência e equiparação técnica das emissoras, para equilibrar a competição entre os veículos;

c) devem ser fixados limites máximos para exibição de programas produzidos em outros estados e no exterior, limites mínimos para a exibição de programas produzidos em âmbito regional e local e limites máximos para a aquisição de programas de uma mesma fonte.

6. Sistema Estatal

Os princípios básicos que devem imperar na atuação do sistema estatal de comunicação, que não escapa às formulações do Conselho Nacional de Comunicação Social, são a credibilidade das informações que presta e a liberdade de acesso às fontes autorizadas dos diversos níveis governamentais. Princípios que partem da definição de que o poder público tem por obrigação prestar contas de suas atividades à sociedade. O sistema estatal de comunicação tem, ainda, um importante papel a cumprir na abertura de espaço para a divulgação de produções culturais independentes e nos serviços ligados à educação popular.

a) as organizações do sistema estatal de comunicação devem criar conselhos superiores, formados por representantes da sociedade civil, inclusive das entidades profissionais, com a responsabilidade de definir a sua política geral.

b) devem ser estabelecidas medidas de co-gestão editorial, que permitam a participação dos profissionais nas decisões editoriais, seja integrando colegiados, seja ocupando postos na hierarquia funcional, para as quais sejam eleitos pela maioria de funcionários.

7. Sistema Público

O sistema público de comunicação caracteriza-se pela independência aos sistemas estatal e privado, em relação aos quais exerce um papel complementar, ampliando as oportunidades de acesso da sociedade à prestação e recebimento de informações. As organizações do sistema público de comunicação definem-se, ainda, pelo estrito controle de suas atividades pela população através de mecanismos que garantam aos seus diversos setores uma gestão efetiva nos rumos e atuação desses veículos.

a) a Radiobrás e a Funtevê serão transformadas em entidades de direito público, geridas por conselhos representativos da sociedade civil.

b) será estimulada a criação de sistemas regionais, municipais e comunitários de comunicação social, como jornais, emissoras de rádio e televisão, dando-se apoio a iniciativas de associações de moradores, associações profissionais e de classe, prefeituras e entidades artísticas e culturais.

8. Publicidade

Propõe-se o estabelecimento de critérios claros e democráticos para a destinação das verbas publicitárias dos governos federal, estaduais e municipais e das verbas de natureza pública. O critério básico que deve orientar a aplicação das verbas publicitárias oficiais é social e não econômico. As verbas devem ser aplicadas para garantir a sobrevivência dos meios de comunicação, cujo objetivo principal não deve ser o lucro. Por definição as mensagens veiculadas sob a responsabilidade do poder público devem obedecer à expressão da verdade, ao caráter explicativo, educativo e informativo. Oriundos do poder público ou da área privada, as mensagens publicitárias não podem ser instrumento de pressão sobre o teor de informações e programação adotadas nos meios de comunicação".