

CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO GESTÃO ESTRATÉGICA EM POLÍTICAS PÚBLICAS
FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO – GAPI/UNICAMP
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PROBLEMA: Gestão da Comunicação Pública do Brasil é antidemocrática

ATOR QUE DECLARA O PROBLEMA: Associação das Rádios Comunitárias do Brasil

Equipe:

Bernardo Fernandes Távora

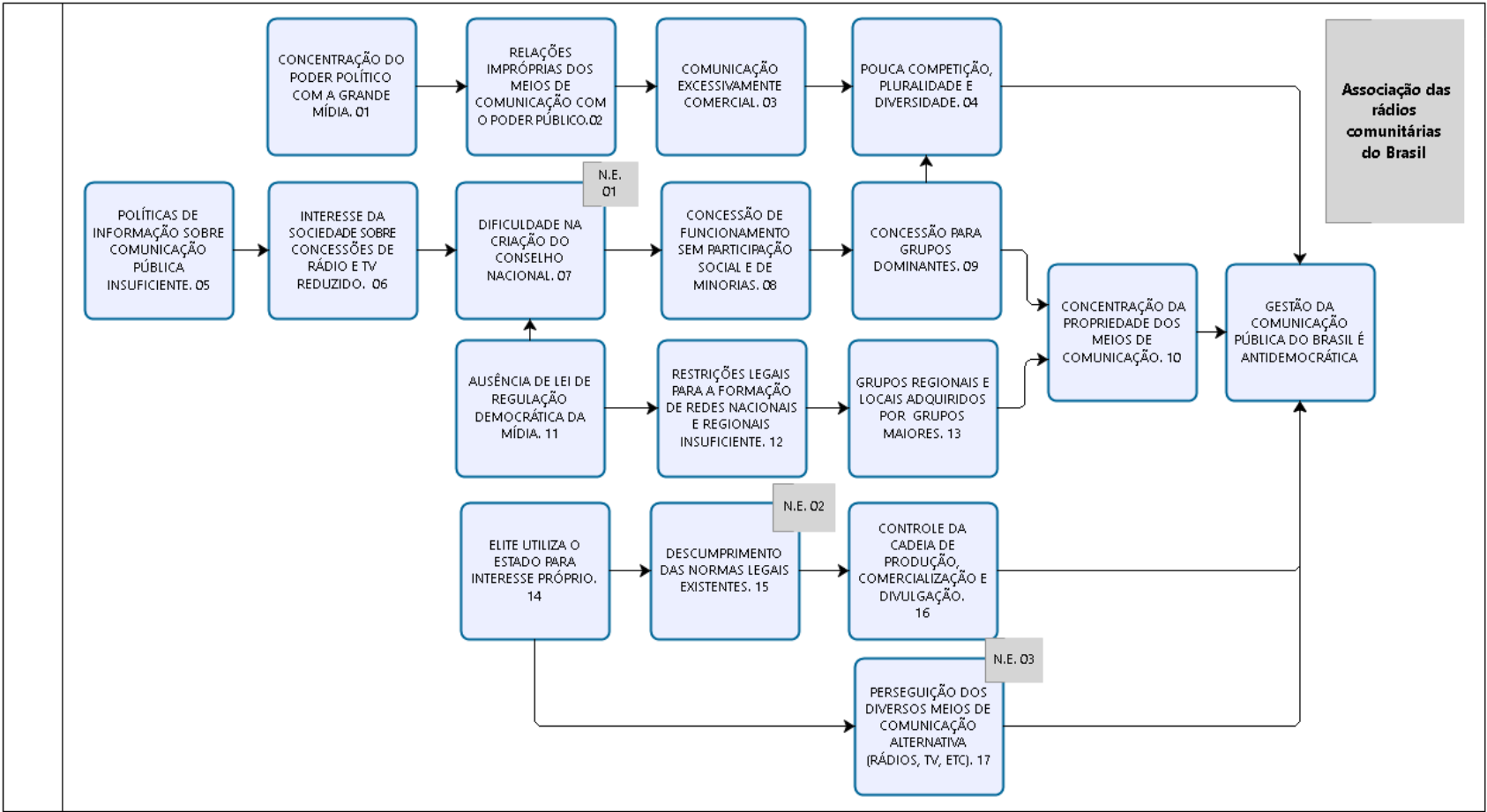
Divino Barros Vieira

Emanuel Camilo de Oliveira Marra

Ronald Diniz Coimbra

Maio/2017

PARTE 1- FLUXOGRAMA EXPLICATIVO DO PROBLEMA



PARTE 2 – COMENTÁRIOS ANALÍTICO-CONCEITUAIS SOBRE OS NÓS EXPLICATIVOS

De acordo com o FNDC – Fórum Nacional pela Democracia da Comunicação - No ano 2017, apenas 11 famílias controlam os principais meios de comunicação brasileiros. Além disso, foi verificado que do ano 2007 a 2014, 25% dos senadores e 10% dos deputados são donos de concessões de rádio e de televisão. Esse quadro restringe gravemente o conteúdo transmitido pelos meios de comunicação. Via de regra, veicula-se somente o interesse dos detentores das concessões de emissoras, deixando de lado as aspirações da população, sobretudo das classes subalternas.

Ao se comparar o atual modelo brasileiro de concessões de emissoras de rádio e televisão (TV) com os modelos existentes em outros países, percebe-se a gravidade do problema. Nos Estado Unidos, país baluarte do capitalismo ocidental, por exemplo, quase 100% dos canais de rádio e TV são concessões transmitidas à iniciativa privada dentro de um modelo muito semelhante ao brasileiro. Contudo, a diferença fundamental dos EUA em relação ao Brasil é a existência de mecanismos legais impeditivos de um único grupo deter emissoras de rádio, TV e jornais ao mesmo tempo.

Em outras palavras, no Brasil, a liberdade de propriedade é, de fato, total para os empresários da comunicação. Assim, predomina o controle de toda a cadeia de produção, divulgação e comercialização, além de estratégias de aquisição indiscriminada de grupos menores de comunicação. Tem-se, assim, oligopólios dos meios de comunicação no país.

Nos países da Europa Ocidental, por sua vez, a realidade também é diferente da brasileira. A propriedade dos meios de comunicação é mais bem distribuída, como na Alemanha, França e Inglaterra. Nesses lugares, o percentual de emissoras públicas chega a cerca de 40% do total de emissoras existentes.

Ainda segundo a FNDC, foram feitos cerca de 20 mil pedidos de rádios comunitárias ao Governo Federal. Desses, 7,5 mil foram arquivados, 3,5 mil foram negados, somente 3,5 mil foram atendidos e o restante encontra-se pendente. Outro dado preocupante é que 3.700 rádios comunitárias foram fechadas nos anos entre 2010 e 2014.

Tais fatos demonstram com clareza a situação de exclusão da imensa maioria dos brasileiros do acesso aos meios de comunicação, nos termos de Antônio Gramsci, contra hegemônicos. Em outras palavras, tem-se um fenômeno de falta de pluralidade da mídia e de modelagem do Estado e da Administração Pública para atendimento dos interesses das classes dominantes. Tais elementos culminam em uma mídia partidária, reacionária, manipuladora e venal.

Nesse contexto, a cultura veiculada nos canais de comunicação não reflete a heterogeneidade do país. A sociedade, por sua vez, torna-se vítima e algoz de um discurso de pensamento único o qual engendra altos níveis de intolerância e preconceito. O nível de instrução e capacitação da população também é afetado. Até mesmo o lazer a partir do usufruto dos meios de comunicação hegemônicos possui baixa qualidade, ou seja, não é plural, democrático, heterogêneo ou estimula a inteligência.

Apesar dos esforços recentes de atores de esquerda no uso das mídias alternativas, a ação da mídia hegemônica brasileira contribui para retroalimentar e reforçar as estruturas de opressão, dominação e alienação existentes na sociedade. Nesse caso, à título de exemplo, basta recordar as práticas manipulatórias utilizadas pela grande mídia para a conflagração do sentimento de inevitabilidade do *impeachment* da presidenta Dilma. Nessa mesma toada, em 1989, teve-se uma ação orquestrada, via mídia, para impedir a vitória eleitoral do presidente Lula naquele ano.

Enfim, os meios de comunicação hegemônicos utilizam expedientes reiterados de comprovada eficácia, tais como: invenção, omissão e mentiras. Dessa forma, cria

sentimentos de “naturalização” das desigualdades, passividade frente as opressões e descrença no potencial transformador da realidade pela ação política.

O serviço de radiodifusão está regulado no Brasil por meio da lei 9.612 e pelo decreto 2.615 de 1998. Nesses diplomas, estabelece-se que uma

Frente a essa problemática, a fim de superar o presente quadro do “Estado Herdado” no que se refere à comunicação social, o grupo escolheu uma proposta de trabalho que possa contribuir com a democratização da mídia no país. Para tanto, parte-se da premissa de que a imprensa e os veículos de comunicação influenciam as ações e comportamentos de indivíduos e de atores sociais. Além disso, considera-se rádio comunitária como aquela de frequência modulada de baixa potência (25 watts) e cobertura restrita de 1 km a partir da antena transmissora. A exploração desse serviço é exclusiva de associações e fundações comunitárias sem fins lucrativos, sendo necessária a sede na localidade da prestação do serviço. A programação das rádios comunitárias deve ser pluralista e sem qualquer tipo de censura. Além disso, qualquer habitante da região atendida possui direito de expressão na rádio comunitária.

Frente a essas premissas e definições, faz-se necessário oferecer alternativas capazes de aumentar os níveis de tolerância, pluralidade, senso crítico, bem como estratégias de ação política democrática que ampliem a qualidade do lazer, do nível de instrução e de capacitação da população por meio da gestão da comunicação pública. Em síntese, o que se deseja para toda a população do país, no que se refere à comunicação, é o exercício de forma plena e legítima da cidadania.

Do ponto de vista da Gestão Pública Estratégica, alcançar esse objetivo envolve um longo percurso de ações. Dessa maneira, após estudos, reflexões e debates, conseguiu-se sistematizar um Modelo de Diagnóstico de Problemas (MDP). Trata-se de um esquema que tem como problema a “gestão da Comunicação Pública do Brasil é antidemocrática”. O

modelo conta com 17 variáveis explicativas, sendo três delas nós estratégicos e a associação das rádios comunitárias do Brasil o ator declarante do problema.

Uma das cadeias causais diz respeito à “concentração do poder político com a grande mídia” (nó explicativo número 1). Como consequência desse nó, tem-se a constituição de relações patrimonialistas, ou seja, ausência de separação entre o público e o privado (nó explicativo número 2). Assim, gera-se uma predominância da comunicação comercial nos meios de comunicação (nó explicativo número 3). Tal predomínio, por fim, produz uma mídia sem pluralidade, diversidade ou competição (nó 4).

Outra cadeia causal concebida para o presente projeto foi a baixa quantidade de informações sobre comunicação pública (nó 5). A falta de informação contribui para o baixo interesse da sociedade sobre um ponto central de gestão da comunicação pública no Brasil, qual seja: a concessão de rádio e tevê (nó 6). Dessa maneira, emerge o problema da participação e do controle social expresso pela falta do conselho nacional (nó 7). A falta do controle social produz dinâmicas de concessão e funcionamento das rádios e tevês sem participação social e das minorias (nó 8). Nesse sentido, tem-se o nó explicativo número 9 (“concessão para grupos dominantes”) que, por sua vez, também é causa do nó explicativo número 04. Como consequência, conforme discutido anteriormente, gera-se a concentração dos meios de comunicação no país (nó 10).

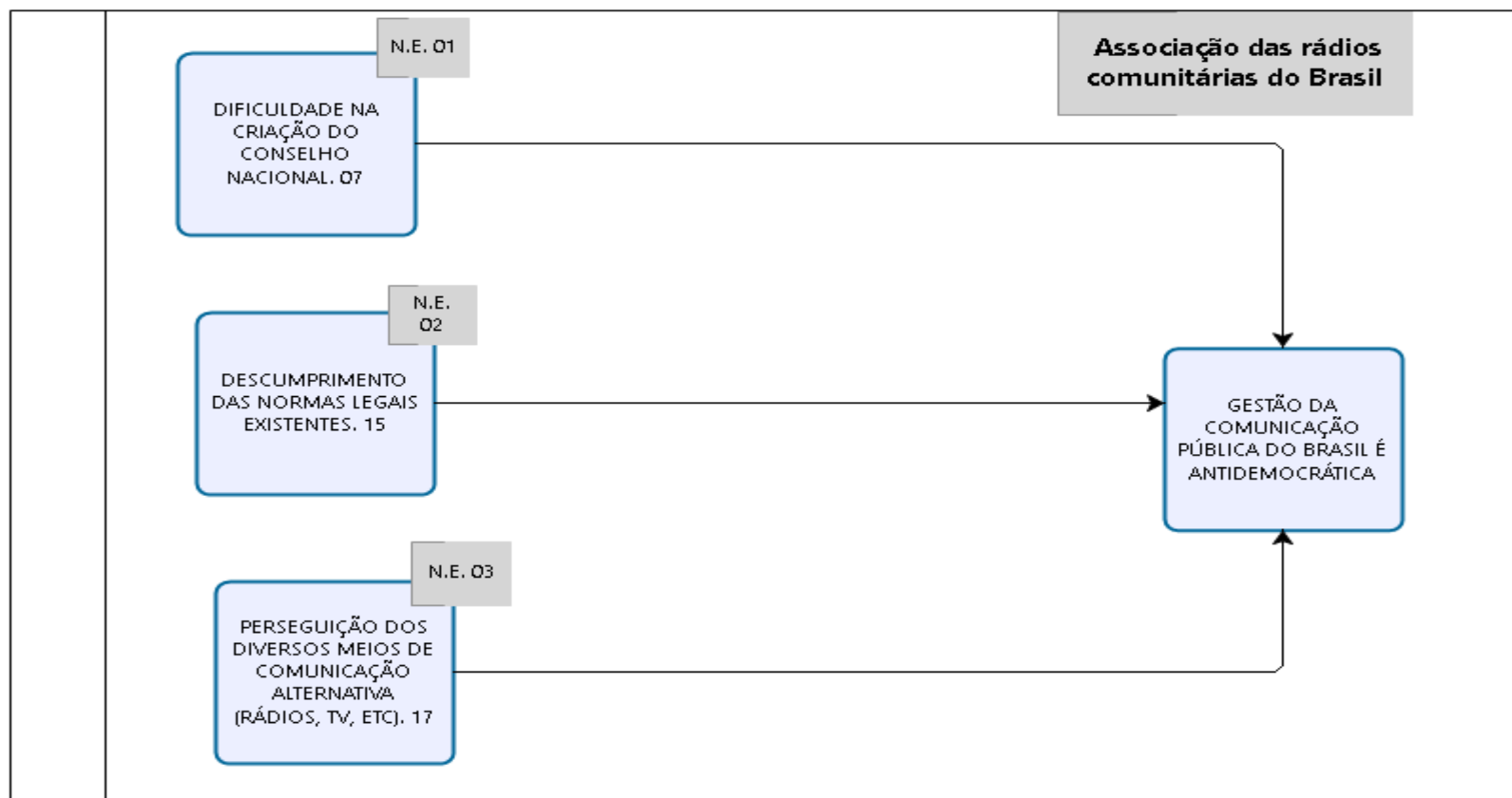
Um desdobramento da cadeia causal anterior refere-se à “ausência de lei de regulação democrática da mídia” (nó 11). Esse nó é também causa do problema relatado no nó explicativo 07. Além disso, o nó 11 produz “restrições legais para a formação de rede nacionais e regionais” (nó 12). Tem-se, dessa forma, a aquisição de pequeno e médios grupos por grandes grupos de comunicação (nó 13). Mais uma vez, gera-se a concentração da propriedade dos meios de comunicação (nó 10).

Por fim, outra cadeia causal analisa a apropriação do Estado brasileiro pela elite (nó 14). Essa privatização do Estado, por seu turno, gera o descumprimento das normas legais

existentes (nó 15). Tais normas, vale destacar, embora não representem um projeto democrático, expressam garantias e obrigações que deveriam ser observadas. A não observância das normas legais gera controle da cadeia de produção, comercialização e divulgação (nó 16). Ainda refletindo sobre a apropriação do Estado pela elite, tem-se o uso do poder de política da administração pública para a perseguição dos meios de comunicação alternativos (nó 17).

Os nós estratégicos estão detalhados na “árvore de problema” logo a seguir e são os seguintes: (i) “dificuldade na criação do conselho nacional”; (ii) “descumprimento das normas legais existentes” e (iii) “perseguição dos diversos meios de comunicação alternativa (rádios, tevês, etc.)”. Todas essas três variáveis, conforme metodologia da Gestão Pública Estratégica, possuem alto impacto no problema relatado, caso resolvidas. Além disso, o equacionamento dos problemas que esses nós estratégicos geram não promove desgaste político excessivo – vez que ainda estão dentro do marco do capitalismo democrático dos países avançados. Por fim, as ações de resolução da problemática estão dentro da governabilidade do ator que declara o problema, qual seja: a associação das rádios comunitárias do Brasil.

PARTE 3 - ÁRVORE DE PROBLEMA



PARTE 3 - ÁRVORE DO PROBLEMA

PAINEL 1 – Nós Estratégicos, Ações para equacionar e Resultados esperados.

NÓS ESTRATÉGICOS	AÇÕES	RESULTADOS
<p>NE1 - Dificuldade na criação de conselho nacional.</p>	<p>A.1.1. Promover debates sobre o projeto de lei de iniciativa popular da comunicação social (Lei da Mídia Democrática).</p> <p>A.1.2. Mobilizar apoio para a aprovação da lei de criação do Conselho Nacional de Comunicação (Lei da Mídia Democrática).</p>	<p>Realização mensal de, pelo menos, dois encontros/debates sobre o projeto de Lei da Mídia Democrática em todos os estados do país.</p> <p>Aprovação da Lei que prevê a criação de 01 Conselho Nacional de Comunicação</p>
<p>NE2 – Descumprimento das normas legais existentes</p>	<p>A.2.1 Mobilizar apoio para a democratização das verbas de comunicação oficial.</p> <p>A.2.2 Proibir atividades empresariais monopólio em cruz.</p> <p>A.2.3. Proibir atividades empresarias em concentração horizontal e vertical.</p>	<p>Definir piso percentual de destinação dos recursos orçamentários para as mídias alternativas</p> <p>Desenvolver uma política de fiscalização dos monopólios dos meios de comunicação</p>

<p>NE3 - Perseguição dos diversos meios de comunicação alternativa (Rádios, TV's, etc)¹.</p>	<p>A.3.1. Reconhecer a existência, a organização e a programação das rádios comunitárias.</p> <p>A.3.2. Aumentar o número de telespectadores da TV pública brasileira.</p>	<p>Diminuição de 100% das ações arbitrárias de fechamento das rádios comunitárias.</p> <p>Aumento de 15% do número de audiência da TV pública brasileira por ano.</p>
--	--	---

1/4

PARTE 4 – DETALHAMENTO DAS AÇÕES

PAINEL 2 - Concepção de Ações

Nó Estratégico 1- Dificuldade na criação do Conselho Nacional

AÇÕES	TAREFAS	RECURSOS NECESSÁRIOS	PRAZOS	RESPONSÁVEL
<p>A.1.1. Promover debates sobre o projeto de lei de iniciativa popular da comunicação social (Lei da Mídia Democrática).</p>	<p>1) Mobilizar público interessado para o debate.</p> <p>2) Identificar debatedores para elucidação e esclarecimento.</p> <p>3) Produzir materiais e cartilhas sobre o projeto de lei.</p>	<p>Auditórios para a realização dos debates.</p> <p>Telefone e internet.</p> <p>Materiais publicitários para mobilização do público.</p> <p>Recursos gráficos para a impressão das cartilhas.</p>	<p>24 meses</p>	<p>Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação</p> <p>Lideranças da associação das rádios comunitárias do Brasil.</p>

¹ A perseguição expressa nesse nó estratégico diz respeito às diversas estratégias políticas e econômicas dos grandes meios de comunicação comercial contra as rádios comunitárias, tevês alternativas, blogs progressistas, dentre outros. Para maiores detalhes, ver sessão 2 (“Comentários analíticos-conceituais sobre os nós explicativos”).

<p>A.1.2. Mobilização para a aprovação da lei de criação do Conselho Nacional de Comunicação (Lei da Mídia Democrática).</p>	<p>1) Atividades locais nas câmaras e assembleias legislativas acerca do tema.</p> <p>2) Reprodução das atividades por meio de mídias alternativas.</p> <p>3) Produção de informativos sobre a tramitação do projeto e assuntos congêneres.</p> <p>4) Visitas periódicas aos gabinetes de deputados e senadores</p>	<p>Telefone e Internet.</p> <p>Auditório para reuniões com coletivos interessados no assunto.</p> <p>Recursos gráficos para a impressão dos informativos sobre a tramitação do projeto.</p> <p>Recursos financeiros para as viagens aos gabinetes parlamentares em Brasília.</p>	<p>24 meses</p>	<p>Sociedade Civil interessada</p>
---	---	--	-----------------	------------------------------------

Nó Estratégico 2 – Descumprimento das normas legais existentes

AÇÕES	TAREFAS	RECURSOS NECESSÁRIOS	PRAZOS	RESPONSÁVEL
<p>A.2.1 Mobilizar apoio para a democratização das verbas de comunicação oficial.</p>	<p>1) Pressionar o Ministério da Comunicação para a previsão de verbas para as mídias alternativas.</p> <p>2) Fazer campanhas</p>	<p>Telefone e Internet.</p> <p>Campanhas publicitárias.</p>	<p>12 meses</p>	<p>Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação</p> <p>Lideranças da associação das</p>

	<p>eletrônicas sobre a distribuição das verbas de comunicação oficial.</p> <p>3) Mobilizar atores e coletivos para pressionar dirigentes políticos e burocratas quanto a distribuição das verbas orçamentárias da comunicação pública para as mídias alternativas.</p> <p>4) Acompanhar a tramitação do orçamento anual e das demais peças orçamentárias.</p>	<p>Campanhas digitais.</p> <p>Recursos para viagens à Brasília.</p>		<p>rádios comunitárias do Brasil.</p>
<p>A.2.2 Proibir atividades empresariais monopólio em cruz.</p>	<p>1) Cobrar dos Ministérios maior fiscalização da propriedade com configuração de monopólio em cruz dos meios de comunicação.</p> <p>2) Denunciar os casos de monopólio em cruz dos meios de comunicação existentes junto a mídia alternativa e aos órgãos de controle (MPU,</p>	<p>Telefone e Internet.</p> <p>Materiais gráficos para a produção de cartilha.</p>	<p>24 meses.</p>	<p>Sociedade Civil Organizada.</p> <p>Lideranças da associação das rádios comunitárias do Brasil.</p>

	TCU e CGU). 3) Conscientizar a sociedade sobre a importância da proibição de os donos de empresas de mídia legislarem em interesse próprio.			
A.2.3. Proibir atividades empresarias em concentração horizontal e vertical.	1) Cobrar dos Ministérios maior fiscalização da propriedade com configuração de concentração horizontal e vertical dos meios de comunicação. 2) Denunciar os casos de concentração horizontal e vertical dos meios de comunicação existentes junto a mídia alternativa e aos órgãos de controle (MPU, TCU e CGU). 3) Conscientizar a sociedade sobre a importância da proibição de os donos de empresas de mídia legislarem em interesse próprio.	Telefone e Internet. Materiais gráficos para a produção de cartilha.	24 meses.	

Nó Estratégico 3 – Perseguição dos diversos meios de comunicação alternativas (rádios, tevês, etc.)

AÇÕES	TAREFAS	RECURSOS NECESSÁRIOS	PRAZOS	RESPONSÁVEL
A.3.1. Reconhecer a existência, a organização e a programação das rádios comunitárias.	<p>1) Mobilizar grupos de pressão para o direito ao reconhecimento e funcionamento regular das rádios comunitárias</p> <p>2) Pressionar o poder público para a nomeação de dirigentes dos órgãos de fiscalização da mídia comprometidos com as rádios comunitárias.</p> <p>3) Criar uma comissão de verificação e proteção das Rádios e TV's comunitárias.</p>	<p>Visitas periódicas a Brasília para reuniões junto a deputados, senadores sensíveis às causas das mídias comunitárias.</p> <p>Visitas periódicas a Brasília para reuniões junto aos ministérios responsáveis pela área de comunicação pública no Brasil para discutir o reconhecimento e o funcionamento das rádios comunitárias</p> <p>Recursos de comunicação (telefone, e-mail, site) para o monitoramento, proteção e vigilância das rádios comunitárias</p> <p>Telefone e Internet</p> <p>Auditório amplo para reunião</p> <p>10 mil reais para gastos com passagem aérea e estadia para as visitas a Brasília</p>	12 meses	Lideranças da associação das rádios comunitárias do Brasil
A.3.2. Aumentar o número de	1) Contratar pesquisas de	Recursos financeiros de emenda	12 meses	Lideranças da associação

<p>telespectadores da TV pública brasileira.</p>	<p>opinião sobre as preferências temáticas da população brasileira na programação da mídia.</p> <p>2) Contratar pesquisas sobre a pluralidade cultural e heterogeneidade social do Brasil e a diversidade da mídia.</p> <p>3) Pressionar dirigentes da TV pública para a inclusão das preferências temáticas da população na programação, bem como programas sobre a pluralidade e diversidade do país.</p> <p>4) Promover campanhas de publicidades da programação da TV Pública.</p>	<p>parlamentar para a contratação da pesquisa de opinião.</p> <p>Parceria com as universidades públicas para a realização de pesquisas sobre a heterogeneidade e a diversidade do Brasil.</p> <p>Recursos para mobilizações com a finalidade de sensibilizar os dirigentes da TV pública para a qualidade da programação.</p> <p>Recursos orçamentários para a promoção das programação da TV Pública.</p>		<p>das rádios comunitárias do Brasil.</p> <p>Instituição de pesquisa contratada.</p> <p>Grupos de pesquisas das universidades públicas.</p>
--	--	--	--	---

PARTE 5 – ANÁLISE DE ATORES (um painel para cada Ação de cada Nó Estratégico)**PAINEL 3 - Análise de Atores****Ação 1.1 – Promover debates sobre o projeto de lei de iniciativa popular da comunicação social (Lei da Mídia Democrática)**

ATOR	RECURSOS QUE CONTROLA	LIMITAÇÕES/ VULNERABILIDADES	COMO PODE CONTRIBUIR?	COMO PODE PREJUDICAR?	COMO ATUAR EM RELAÇÃO A ESTE ATOR?
Comissão Local de acompanhamento	Político, cognitivo	Resistência de Controladores de mídia que ocupam o poder legislativo	Pressão com apoio da mídia alternativa	Não atingindo a sociedade civil	Fornecer a sociedade dados sobre a eficácia e urgência da ação
ANATEL – Agência Nacional Telecomunicações	Político, cognitivo	Resistência de Controladores de mídia que ocupam o poder legislativo	Pressão com apoio da mídia alternativa	Não fiscalizando a norma regulamentada	Através do Ministério das Comunicações.
Ministério das Comunicações	Político, cognitivo	Resistência de Controladores de mídia que ocupam o poder legislativo	Pressão com apoio da mídia alternativa	Não fiscalizando a norma regulamentada	Através da Presidência da República.

Ação 1.2 – Mobilizar apoio para a aprovação da lei de criação do Conselho Nacional de Comunicação (Lei da Mídia Democrática)

ATOR	RECURSOS QUE CONTROLA	LIMITAÇÕES/ VULNERABILIDADES	COMO PODE CONTRIBUIR?	COMO PODE PREJUDICAR?	COMO ATUAR EM RELAÇÃO A ESTE ATOR?
ABERT – Associação Brasileira Rádios e TV	Mídias	Resistência do poder político	Aumentando a comunicação entre a sociedade civil	Não divulgando junto à comunidade	Através da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel
ABRATEL – Associação Brasileira Rádio e TV	Mídias	Resistência do poder político	Aumentando a comunicação entre a sociedade civil	Não divulgando junto à comunidade	Através da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel

Ação 2.1 – Mobilização para a democratização das verbas de comunicação oficial.

ATOR	RECURSOS QUE CONTROLA	LIMITAÇÕES/ VULNERABILIDADES	COMO PODE CONTRIBUIR?	COMO PODE PREJUDICAR?	COMO ATUAR EM RELAÇÃO A ESTE ATOR?
Conselhos Reguladores	Político	Limites legais, vontade política de colaborar	Negando-se em firmar parceria, evitando diálogo	Permitindo criar-se ambiente desfavorável à aceitação da ação	Manter atualizado sobre a viabilidade da ação
ANATEL – Agência Nacional Telecomunicações	Político	Limites legais, vontade política de colaborar	Pressão com apoio da mídia alternativa	Não fiscalizando a norma regulamentada	Através do Ministério das Comunicações.
Ministério das Comunicações	Político	Limites legais, vontade política de colaborar	Pressão com apoio da mídia alternativa	Não fiscalizando a norma regulamentada	Através da Presidência da República.

Ação 2.2 – Proibir atividades empresariais monopólio em cruz

ATOR	RECURSOS QUE CONTROLA	LIMITAÇÕES/ VULNERABILIDADES	COMO PODE CONTRIBUIR?	COMO PODE PREJUDICAR?	COMO ATUAR EM RELAÇÃO A ESTE ATOR?
Deputados Federais	Político, Econômico	Limites legais, vontade política de colaborar	Mobilizando deputados sobre necessidade de aprovar ajustes e leis sugeridas	Desinteresse na matéria e na mobilização de colegas	Sensibilizar com dados sobre a eficácia e a urgência da ação
Senadores	Político, Econômico	Limites legais, vontade política de colaborar	Mobilizando senadores sobre necessidade de aprovar ajustes e leis sugeridas	Desinteresse na matéria e na mobilização de colegas	Sensibilizar com dados sobre a eficácia e a urgência da ação
Presidente da República	Político, Econômico	Limites legais, vontade política de colaborar	Fazendo acordos partidários	Desinteresse na matéria e na mobilização de senadores e deputados	Sensibilizar com dados sobre a eficácia e a urgência da ação

Ação 2.3 – Proibir atividades empresarias em concentração horizontal e vertical.

ATOR	RECURSOS QUE CONTROLA	LIMITAÇÕES/ VULNERABILIDADES	COMO PODE CONTRIBUIR?	COMO PODE PREJUDICAR?	COMO ATUAR EM RELAÇÃO A ESTE ATOR?
Deputados Federais	Político, Econômico	Limites legais, vontade política de colaborar	Mobilizando deputados sobre necessidade de aprovar ajustes e leis sugeridas	Desinteresse na matéria e na mobilização de colegas	Sensibilizar com dados sobre a eficácia e a urgência da ação
Senadores	Político, Econômico	Limites legais, vontade política de colaborar	Mobilizando senadores sobre necessidade de aprovar ajustes e leis sugeridas	Desinteresse na matéria e na mobilização de colegas	Sensibilizar com dados sobre a eficácia e a urgência da ação
Presidente da República	Político, Econômico	Limites legais, vontade política de colaborar	Fazendo acordos partidários	Desinteresse na matéria e na mobilização de senadores e deputados	Sensibilizar com dados sobre a eficácia e a urgência da ação

Ação 3.1 – Reconhecer a existência, a organização e a programação das rádios comunitárias

ATOR	RECURSOS QUE CONTROLA	LIMITAÇÕES/ VULNERABILIDADES	COMO PODE CONTRIBUIR?	COMO PODE PREJUDICAR?	COMO ATUAR EM RELAÇÃO A ESTE ATOR?
ABERT – Associação Brasileira Rádios e TV	Mídias	Resistência do poder político	Aumentando a comunicação entre os desinformados	Não divulgando junto à comunidade	Através da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel
ABRATEL – Associação Brasileira Rádio e TV	Mídias	Resistência do poder político	Aumentando a comunicação entre os desinformados	Não divulgando junto à comunidade	Através da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel

Ação 3.2 – Aumentar o número de telespectadores da TV pública brasileira

ATOR	RECURSOS QUE CONTROLA	LIMITAÇÕES/ VULNERABILIDADES	COMO PODE CONTRIBUIR?	COMO PODE PREJUDICAR?	COMO ATUAR EM RELAÇÃO A ESTE ATOR?
Deputados Federais	Econômico / Político	Resistência de instituições políticas e controladoras da mídia	Aprovando as mudanças na Lei	Não aprovando a nova regulamentação.	Fazer Lobby juntos aos deputados contrários para convencê-los e mobilizar sociedade civil para pressionar o legislativo
Senadores	Econômico / Político	Resistência de instituições políticas e controladoras da mídia	Aprovando as mudanças na Lei	Não aprovando a nova regulamentação.	Fazer Lobby juntos aos senadores contrários para convencê-los e mobilizar sociedade civil para pressionar o legislativo
Presidente da República	Econômico / Político	Resistência de instituições políticas	Resistindo as pressões	Cedendo pressões de	Presidente mobiliza sociedade civil para

			contrárias	grandes empresários	pressionar câmara e senado à aprovarem projeto de lei de iniciativa do executivo, em consonância com os anseios da sociedade.
--	--	--	------------	------------------------	---

PARTE 6 – ANÁLISE DE RISCOS E FRAGILIDADES

PAINEL 4 - Análise de riscos e fragilidades

PERGUNTAS ORIENTADORAS	ANÁLISE DA EQUIPE
1. As ações propostas para equacionar os nós estratégicos podem gerar efeitos indesejáveis?	Tendo em vista as propostas apresentadas, deve-se considerar a reação dos grupos conservadores. Nesse caso, há risco, em um contexto de embate agudo, de (i) os grupos contra hegemônicos que apoiarem a proposta democratização da comunicação pública terem sua liberdade de expressão ainda mais cerceada, (ii) as lideranças progressistas no campo da comunicação pública serem vítimas de ações repressivas de aparelhos jurídico-investigativos e/ou (iii) o desenvolvimento de uma campanha conservadora de traços fascista desqualificando a proposta de democratização da comunicação pública.
2. Existem aspectos técnicos e jurídicos ou políticos nas ações propostas que podem resultar em efeitos negativos? Quais?	Existe a possibilidade de, durante a tramitação da proposta de Lei de iniciativa popular (Lei da Mídia Democrática), ser substancialmente alterada e perder sua propósito de democratização.
3. Qual é o principal ponto fraco do projeto? E o que pode ser feito para prevenir ou corrigir?	O tempo de duração do projeto é de curto prazo. Não passa de dois anos. Assim, à medida que tais ações forem sendo desenvolvidas, novos diagnósticos de problemas e estratégias de equacionamento deverão ser desenvolvidos, a fim de se corrigir eventuais limitações das ações propostas. Dessa forma, o plano de curto prazo irá se atualizando e ganhando contornos de médio e longo prazo, em consonância com a dinâmica de desenvolvimento dos processos políticos, sociais e culturais. Utilizando os conceitos aprendidos durante o curso, trata-se de um movimento interativo e iterativo – dentro de um marco de gestão pública de esquerda.

<p>4. De forma geral, a equipe avalia ao final que o Plano de Ação é viável e pode efetivamente solucionar o problema escolhido?</p>	<p>Pela mirada da metodologia do curso de Gestão Pública Estratégica, tem-se que a solução de um problema deve observar os seguintes tópicos: (i) resolução seja de alto impacto; (ii) esteja ao alcance do ator que declara o problema e (iii) e não gere desgaste político excessivo. A partir desses três elementos, pode-se dizer que o plano de ação proposto possui eficácia e eficiência no sentido de alterar o quadro atual de problemas e produzir a necessidade de um novo diagnóstico e novas ações de equacionamento dos gargalos identificados.</p>
--	---

PARTE 7 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme apresentado nas discussões sobre “Meios de Comunicação, mobilização social e governabilidade de coalizões de governo”, o problema que a gestão da comunicação pública gera para a Democracia no Brasil envolve a disputa por hegemonia e ações de contra hegemonia. Nesse sentido, as ações de conscientização, regulação dos meios de comunicação, fiscalização e desconcentração do poder político gerarão reação da classe dominante. Ainda em termos de hegemonia, a expressão mais visível dessa reação seria a disputa ideológica. Dessa forma, a proposta de aprimorar a gestão da comunicação pública no Brasil possivelmente será interpretada pelos grupos dominantes como cerceamento da liberdade de expressão, ações autoritárias de movimentos sociais e/ou ignorância de militantes políticos de esquerda.

Obviamente, as réplicas quanto a esse tipo de crítica envolvem, em uma primeira frente, demonstrar que a democratização da comunicação pública no Brasil é uma ação existente em vários países de capitalismo avançado. Além disso, em um segundo plano, é preciso demonstrar que a falta de pluralidade na comunicação pública enfraquece os laços de convivência em sociedade, aumenta os níveis de intolerância, contribui para a alienação da população e, assim, retroalimenta o ciclo de atraso social, político e econômico existente no país.

Uma sociedade sem capacidade de conviver com o contraditório e com a pluralidade possui maior dificuldade de lidar com a complexidade, dinamicidade, desafios e contradições dos dias de hoje. Nesse sentido, os meios de comunicação devem expressar mais e melhor a realidade que compõe o país. A restrição dos assuntos a pouquíssimas pautas, basicamente comercial, religiosa e negação da política, é um fator limitador do aprofundamento democrático que o país tanto necessita.

A reiteração acrítica de um mesmo conjunto de temáticas pela mídia é uma enorme ferramenta de dominação. Um projeto de esquerda com fins de esclarecimento e emancipação precisa compreender os mecanismos e lógicas de funcionamento desse aparato opressor, bem como denunciar que relações dessa natureza diminuem o bem estar social de um país como um todo, tal como foi tentado no presente projeto.

Há séculos, nosso país vem reproduzindo uma estrutura socioeconômica arcaica e opressora. A mídia brasileira, por mais moderna que pareça ser, é reflexo e continuidade

desse modelo. Por isso, a democratização dos nossos meios de comunicação se faz necessária e urgente. Esperamos que o nosso trabalho de intervenção na gestão pública possa cumprir em alguma medida com esse objetivo.

REFERÊNCIAS CONSULTADAS

ANTUNES, Otávio e SEGURADO, Rosemary. **Comunicação Pública – entrevista FPA**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ziQM2VqWG-I>, acesso no dia 13/05/2017.

BRASIL. **Decreto Lei n.º 236** de 28 de fevereiro de 1967.

BRASIL. **Lei n.º 4.117 de 27** de agosto de 1962.

EKMAN, Pedro e BARBOSA, Bia. **Regulação da mídia não é censura**. Carta Capital. São Paulo, junho de 2014. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/regulacao-da-midia-nao-e-censura-2340.html>, acesso no dia 05/05/2017.

Fórum Nacional de Democratização da Comunicação: <http://www.fndc.org.br/>.

LIMA, Venicio A de. **Brasil e Inglaterra frente ao poder da mídia**. Revista Teoria e Debate, maio/2012.

Ministério da Comunicação – Rádio Comunitária. <http://www.mc.gov.br/rc>

MORAES, Raquel Almeida. **Gramsci e a questão da cultura**. Disponível em: <http://www2.unifap.br/borges/files/2011/02/Gramsci-e-a-Quest%C3%A3o-da-Cultura.pdf>, acesso no dia 02/05/2017.

MORAES, Reginaldo. **Política, sociedade e meios de comunicação de massa: armadilhas e ilusões**. São Paulo, 2014. (mimeo. aula do curso de Especialização Fundação Perseu Abramo).

O que significa regular a mídia? BBC – Brasil. São Paulo, novembro de 2014. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/11/141128_regulacao_midia_lab, acesso no dia 06/05/2017.

Projeto de Lei de Iniciativa Popular: Lei da mídia democrática. Disponível em: <http://www.paraexpressarliberdade.org.br/projeto-de-lei/>, acesso no dia 09/05/2017.

VALENTE, Jonas. **Regulação democrática dos meios de comunicação**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, Coleção – O QUE SABER, 2013.