

**Autor:** Celso Schröder\*  
**Título:** AS COMUNICAÇÕES NA AMÉRICA LATINA E NO MERCOSUL CENÁRIOS E PERSPECTIVAS  
**Ciudad:** Montevideo, 2004  
**Producción:** Para el Centro de Competencia en Comunicación para América Latina  
**Nota:** Texto realizado como parte de los Estudios regionales para identificar ámbitos, temas y estrategias posibles para desarrollar políticas comunes en el MERCOSUR. Presentado en el Seminario Internacional Políticas de Información y Comunicación en el Mercosur: Hacia una agenda común. Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

## AS COMUNICAÇÕES NA AMÉRICA LATINA E NO MERCOSUL CENÁRIOS E PERSPECTIVAS

Contribuição para a atuação conjunta  
dos países da região em prol  
da democratização da comunicação

### 1. EM BUSCA DE UMA AGENDA PRIORITÁRIA: A PROPOSTA DO FNDC

Ao longo da história, os governos brasileiros nunca tiveram, e raramente priorizaram, a concepção e o desenvolvimento de uma agenda que pudesse constituir um projeto nacional para a área das comunicações. A maior parte da realidade atual, principalmente da radiodifusão e das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), foi implementada de fato antes que fosse conquistada por direito, com as devidas proposições de políticas públicas debatidas no Congresso Nacional ou em conjunto com a sociedade civil organizada.

Por este vazio de formulação em políticas públicas de comunicação, desde a década de 90, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação sustenta quatro eixos estratégicos que configuram as "Bases de um Programa para a Democratização da Comunicação no Brasil".

São eles:

- Instituição de diversas formas de **controle público** para possibilitar a incidência democrática e legítima do interesse público sobre os sistemas estatais, públicos e privados de mídia, o que deve ser operado de forma pactuada e consensual.
- Mobilização da sociedade para incidir sobre a **organização dos sistemas e dos mercados de comunicação**. Afinal, se a I Guerra Mundial trouxe a percepção de que a guerra era um assunto importante demais para ser deixada apenas aos generais, as peripécias da globalização atestam, cabalmente, que a organização dos sistemas e do mercado de mídia é importante demais para ser deixada exclusivamente à cargo do empresariado e do Estado.

---

\* Coordinador General del Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC) y Secretario General de la Federación Nacional de Periodistas (FENAJ), Brasil

- **Capacitação da sociedade e dos cidadãos para o conhecimento e a ação** em relação à mídia. Esta é uma condição essencial para o desenvolvimento da ação política em relação à comunicação e para o desenvolvimento da percepção crítica dos cidadãos.
- Reconhecimento de que a **finalidade essencial**, na luta pela democratização da comunicação, é a **construção da cultura** do país, através da mídia, com a sociedade se assenhorando, democraticamente, dos meios de produção da cultura do país, como base para a afirmação da soberania e da nacionalidade.

Na visão do Fórum, esses são os objetivos estratégicos que apontam para a agenda a ser construída e implementada a médio e longo prazos, pois faz parte de um processo cultural para transformar a sociedade brasileira e distanciar-la de comportamentos patrimonialistas, cartorialistas e corporativistas que permeiam as relações políticas e institucionais estabelecidas entre o Estado e o setor privado.

Em curto prazo, a agenda que o FNDC está construindo está centrada em objetivos gerais que podem ser assim sintetizados:

- **Projeto nacional para a digitalização das comunicações** - Na maioria dos países, com exceção do Japão e da China, a digitalização das radiocomunicações ocorreu de forma compartimentada, com a transição da TV terrestre ocorrendo sem a devida concatenação com a necessidade dos usuários, da sociedade civil e com as respectivas migrações das estações de rádio e operadoras de TV por assinatura. O governo brasileiro vem tomando decisões que podem levar o País a incorrer no mesmo erro da transição norte-americana, por exemplo. Mais do que o desenvolvimento de um padrão comum de TV e rádio digital para a América Latina é necessário inverter a lógica que impõe prioridades para a tecnologia em detrimento da necessidade social de conteúdo, calcadas no equilíbrio de quatro modalidades: promoção da cidadania; formação cultural; conhecimento e educação; entretenimento e lazer.
- **Defesa da soberania e da cultura nacional frente ao avanço do capital estrangeiro** - O recente processo de aquisições de posições dos sete conglomerados de mídia transnacionais<sup>1</sup> junto aos sistemas de comunicação dos países da América Latina e do Caribe representa mais do que uma simples expansão do capital internacional em busca de novos mercados a fim de obter ganhos de escala para seus produtos. Este ingresso descontrolado geralmente ocorre com aval pleno dos órgãos reguladores do setor e apenas sob o acompanhamento e controle dos órgãos governamentais de defesa da concorrência ou de direito econômico. Os efeitos e as determinações exercidas sobre a cultura e a política de um País acabam esquecidos e relegados a objeto de estudos acadêmicos. Entretanto, a ameaça à desconstrução de um projeto de Nação, a uniformização de padrões éticos e estéticos a partir de modelos concebidos com idéias e concepções originárias do Norte, a influência na agenda pública e mesmo o bloqueio do acesso à infraestrutura de distribuição dos conteúdos por parte de produtores independentes são fatores presentes neste fenômeno, provocado pela inserção da comunicação e da informação no braço mais predatório do processo de globalização. Evitar que estes elementos se estabeleçam é tarefa para uma mobilização de toda a sociedade civil organizada e dos governos da região comprometidos com a democracia e a soberania dos Estados-Nação frente a esta nova ordem social e econômica imposta pelo capitalismo internacional.
- **Fortalecimento e ampliação das instituições voltadas ao controle público** - Há dois anos, com a instalação do Conselho de Comunicação Social (CCS), órgão auxiliar do Congresso

<sup>1</sup> Falamos aqui dos grupos AOL-TimeWarner, Viacom, News Corporation, Sony, Disney, Vivendi Universal e Bertelsmann.

Nacional formado por representantes da sociedade civil previsto na Constituição Federal, o País passou a ter uma amostra dos benefícios que podem ser alcançados com a criação de espaços públicos voltados para o acompanhamento da área das comunicações. Assim como no CCS, o FNDC está empenhado no estímulo ao surgimento de outras instituições que contribuam para mediar a incidência do público em relação a hipertrofia dos poderes do Estado e do setor privado sobre o sistema de comunicação social brasileiro. É possível pensar em desenvolver experiência semelhante em escala supranacional, principalmente para acompanhar e incidir sobre as movimentações continentais dos conglomerados mundiais de mídia na América Latina e outras regiões do planeta.

- **Inclusão do ensino de educação para mídia nas escolas** - No currículo dos sistemas de ensino fundamental e médio das escolas brasileiras a comunicação social e a mídia são tratadas como se não existissem. A adoção e a abordagem das questões que dizem respeito à comunicação na aprendizagem formal ocorrem de maneira insuficiente, geralmente vinculada à instrumentalização para o uso dos equipamentos ou simplesmente a partir de uma alfabetização digital acrítica. Num momento em que a comunicação passar a exercer determinações sobre a cultura, a política e a economia local e regional é mais do que urgente a inserção de métodos como a leitura crítica dos meios e outros voltados para o que se convencionou chamar de *media literacy* no cotidiano das salas de aula, a fim de capacitar professores e alunos para o conhecimento e a ação em torno das questões que envolvem a área das comunicações.
- **Revisão e regulamentação da legislação** - Concebida na década de 60 e parcialmente revisada durante o processo de Assembleia Nacional Constituinte (1986-88), a legislação brasileira da área das comunicações precisa ser adequada tanto à nova realidade tecnológica quanto ao desprezado estabelecimento de mecanismos de controle público que incidam sobre os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação. De forma imediata, é preciso rever a alteração constitucional que separou para fins de regulação a comunicação de massa em duas categorias distintas - telecomunicações e radiodifusão -, atendendo exclusivamente aos interesses envolvidos no processo de privatização do sistema estatal de telefonia. Em relação aos conteúdos, é premente a atualização da Lei de Imprensa, cujo novo texto está parado no Congresso Nacional desde 1997, bem como o estabelecimento de princípios relativos às finalidades educativas, artísticas, culturais e informativa da produção e da programação das emissoras de rádio e TV. Além da legislação geral, todas as normas específicas, principalmente as que incluem dispositivos que possibilitariam a democratização do setor, precisariam ser adequadas ao novo cenário jurídico-legal proposto.

## 2. A GESTÃO E A PROPOSIÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS: AMBIENTE EM CONSTRUÇÃO

Partindo de uma legislação federal na área das comunicações, no Brasil a implementação de políticas públicas é atribuída ao Ministério das Comunicações (Minicom) e da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), com o acompanhamento e a fiscalização do Poder Legislativo, que também propõe textos, analisados em comissões temáticas na Câmara dos Deputados e no Senado Federal.

Como mencionado acima, desde junho de 2002 o Congresso Nacional conta também com a contribuição do Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar encarregado de analisar e fornecer recomendações aos parlamentares sobre assuntos e matérias relacionadas com a área das comunicações. Previsto pela Constituição Federal de 1988, o Conselho é composto por quatro representantes dos profissionais de comunicação, quatro representantes de empresas de comunicação e cinco membros da sociedade civil, todos com seus devidos suplentes.

De 2003 para cá, o governo Lula criou uma Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica (Secom) que passou a lidar com os temas conjunturais internos e externos da agenda nacional do setor. No novo governo, o Ministério da Cultura também assumiu algumas responsabilidades na área, mais especificamente a coordenação política e proposição de regulamentos e projetos ligados à produção audiovisual e a questões de inclusão digital. Uma de suas propostas mais polêmicas, apresentada há quatro meses, é a transformação da Agência Nacional do Cinema (Ancine), criada em 2001, em Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav).

No âmbito local e regional, existem algumas experiências de criação de conselhos municipais e estaduais de comunicação instituído por administrações públicas. Compostos por representantes da sociedade civil e também do Poder Público estes órgãos teriam, entre outras competências, a função de conceber, debater publicamente e indicar políticas públicas de comunicação envolvendo questões que incidem diretamente sobre a vida das municipalidades, como as rádios comunitárias, por exemplo. Ao longo de 2003 e 2004, o Conselho Municipal de Comunicação de Porto Alegre, por exemplo, desencadeou uma série de debates que resultou na proposição de um conceito de comunicação comunitária que seria levado em conta para os investimentos da Prefeitura em projetos destinados a jornais de bairro, rádios, incubadores, estúdios multimeios e outras iniciativas originadas nas comunidades.

No âmbito federal, somente o Conselho de Comunicação Social do Congresso e alguns espaços institucionais sob controle do Estado, geralmente hegemônicos pela presença expressiva de representantes do Poder Executivo, permitem a inserção da sociedade civil organizada no debate de políticas públicas. Atualmente, funcionam no Brasil as seguintes instâncias de participação ou representação social: Conselho Superior de Cinema (vinculado ao Ministério da Cultura, Comitê Consultivo do Sistema Brasileiro de TV Digital (vinculado ao Ministério das Comunicações), Comitê de Defesa dos Usuários de Serviços de Telecomunicações, Comitê de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (ambos vinculados à Anatel) Conselho de Acompanhamento da Programação (vinculado à Campanha Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados), Comitê Gestor de Internet (organismo não governamental), Câmara Setorial de Música e Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (ambas vinculadas ao Ministério da Cultura). Todos são compostos, em maior ou menor grau, por pessoas físicas de notório saber ou representantes de entidades da sociedade civil.

## 3. AÇÕES E POLÍTICAS COORDENADAS: POSSIBILIDADES DE COOPERAÇÃO E INTEGRAÇÃO

A América Latina e o Caribe são unificados pela língua em quase sua totalidade. O Brasil, o Haiti, o Suriname, Trinidad e Tobago e as Guianas são os únicos países onde o espanhol não é o idioma oficial. Por esta peculiaridade, a política cultural brasileira naturalmente se inclinou na direção da comunidade dos países de língua portuguesa localizados na África e na Ásia.

Mesmo que isso venha sendo revertido desde a criação do Mercosul, a aproximação ainda não se deu de forma sólida para garantir o desenvolvimento conjunto de políticas públicas na área da cultura e das comunicações. Entendendo que este é outro obstáculo cultural a ser superado nas próximas décadas, parece possível conceber um panorama político onde ações conjuntas e idéias comuns possam ser estruturas e incubadas.

Dentro do que foi exposto, o FNDC imagina que de imediato algumas oportunidades e possibilidades de cooperação e integração nesta área poderiam ser melhor identificadas e intensificadas. Listamos, abaixo, algumas que possuem desdobramentos com nossa agenda de curto prazo

- Escolha ou desenvolvimento de um sistema comum para a digitalização das comunicações;
- Políticas regionais que submetam o capital externo a regras para impedir o controle do mercado e dos sistemas de comunicação por um mesmo conglomerado transnacional de mídia;
- Proposição de acordos regionais e multilaterais que estimulem a autonomia e a expansão da indústria audiovisual latino-americana e do Caribe e fomentem a troca e a circulação de produtos culturais entre os países do continente latino e os demais blocos econômicos.
- Criação de uma fundação supranacional para gerir e controlar, de forma compartilhada pelos países-membros, um canal latino-americano de televisão onde seria veiculada a produção independente dos profissionais de cada país ou gerada por meio de consórcios regionais de co-produção.

#### 4. CONTRIBUIÇÃO E RECOMENDAÇÕES

Desde 1994, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) atua com base em um programa de diretrizes que resultaram do acúmulo de experiências coordenadas de participação política em torno das questões da área das comunicações no Brasil. Este programa é conhecido por resumir quatro eixos estratégicos (citados no início deste documento) que norteiam a luta pela democratização da comunicação no Brasil.

Nada disso teria sentido no âmbito latino-americano, porém, se as recomendações aqui mencionadas fossem transformadas em uma fórmula matemática a ser aplicada em todos os países. O FNDC acredita que é urgente e bem-vindo o estabelecimento de uma ação articulada entre os países que formam a Alcsa (Área Livre de Comércio Sul-Americana) e o Mercosul (Mercado Comum do Sul) para fazer frente ao elevado grau de monopolização e internacionalização implantado sobre os sistemas de comunicação social dos países desta região. Experiências e concepções podem e devem ser compartilhadas e formas de cooperação do movimento social de diversos países devem ser buscadas.

Este diálogo permanente não deve se sobrepor na missão, que nos parece irrenunciável e insubstituível, da construção de políticas públicas e experiências nacionais e locais. A questão da democratização da comunicação é específica de cada país e da estratégia de desenvolvimento econômico, político e cultural que diz respeito a cada país, e aos seus povos, na afirmação de suas bases de soberania e nacionalidade.

Há um amplo campo de cooperação neste debate. Mas nada substitui as tarefas específicas de cada país. Não é algo que se possa avançar concretamente de fora para dentro. A luta pela democratização é algo que deve ser enfrentado dentro de cada país. Para nós, isto tem que ser entendido como algo irrenunciável.

Posto isso, identificamos algumas ações conjuntas que podem ser trabalhadas no sentido de definir políticas públicas e desafios comuns ao ambiente da Alcsa no que concerne à área das comunicações:

#### **a) Relação com o Estado e o Setor Privado: a sociedade dividindo o comando**

A maior parte das postulações constantes em nossas definições estratégicas são dependentes de políticas públicas governamentais, marcos legislativos ou regulatórios, regulamentações, entre outras ações estatais. Os diagnósticos que amparam estas orientações, entretanto, concentram-se e enfatizam os movimentos e os efeitos insidiosos dos capitais globais, regionais e nacionais. Realidade comum a nossos países latino-americanos: sistemas de comunicação constituídos por processos definidos em um circuito fechado de relações entre o Estado e o Setor Privado. Romper com este tipo de comportamento e colocar luz sobre o estabelecimento de políticas públicas para a comunicação requer a inserção abrangente da sociedade civil neste processo.

É preciso superar o acentuado grau de corporativismo que historicamente mobilizou a classe trabalhadora latino-americana, percebendo que não é possível avançar senão com uma ampla mobilização de todas as categorias profissionais da área das comunicações: radialistas, artistas, profissionais de cinema e de vídeo, etc. Mais do que isso, além dos trabalhadores destes setores, é preciso mobilizar o maior contingente possível da sociedade civil.

É preciso que cada país tenha um programa que dê conta do conjunto das questões da área das comunicações, a fim de que possamos posicionar-nos como se estivéssemos no lugar do Estado, superar a postura de restringir-se às denúncias. Além das denúncias é preciso ter respostas sobre o que faríamos se estivéssemos no comando.

É preciso capacitar a sociedade para lidar, de igual para igual, com o Estado e o setor Privado. O que exige um novo tipo de organização e um novo tipo de militância. É preciso desenvolver aquilo que o Estado e o Setor Privado desenvolveram, em larga escala: inteligência, no sentido estratégico, isto é, ter informação ampla, domínio técnico e capacidade de produzir interpretação.

#### **b) A pluralidade como base da democratização: a construção do controle público**

Existe um problema predominante na mídia que apresenta características universais: sua incapacidade ou indisposição para representar a pluralidade que existe na sociedade. De acordo com o FNDC, o índice de democratização alcançado por um sistema de comunicação é o seu grau de representação da pluralidade própria do país.

É preciso construir um novo foco, tendo como elemento central na disputa pela democratização o conteúdo da mídia - e seu perfil humanizador e de representação da pluralidade. Ao contrário dos conglomerados nacionais e transnacionais, que apostam em um mercado de comunicação onde a escala garante maior resultado financeiro e conseqüente expansão econômica de caráter monopolista, temos que garantir mecanismos de produção e de acesso aos sistemas de distribuição da comunicação ao maior número possível de atores.

O acesso à mídia e a disputa por seu controle e orientação, portanto, adquirem sentido porque o que se quer alcançar não é essencialmente o "controle físico" dos instrumentos, meios ou sistemas, mas o conteúdo que estes produzem e veiculam. É importante ressaltar aqui que o controle do qual falamos não está atrelado a mecanismos de fiscalização



administrativas, legislações restritivas em relação à liberdade de imprensa ou expressão ou qualquer ingerência direta sobre o cotidiano dos sistemas de comunicação.

Como está formulado no programa do FNDC:

"O controle será exercido para desbloquear a política como o trânsito das essências. Por exemplo: o país será prejudicado se a sua política externa opera com determinadas concepções sobre a Iugoslávia, ou sobre os países da África mas, em contrapartida, o noticiário internacional dos veículos de comunicação apresenta enfoque radicalmente distinto, talvez informado a partir dos interesses de outros países. As iniciativas de controle público permitirão que este problema seja detectado e debatido. Hoje não há instituições capazes de fazer algo "tão estranho". Diante do problema, prosseguindo no exemplo, o Estado poderá reconhecer que não tem atuado adequadamente para informar a sociedade e, por outro lado, a sociedade poderá constatar que não tem dado a devida importância para as decisivas questões que envolvem a política exterior do país. E, obviamente, também se examinará a conduta dos veículos de comunicação. Mas não se tratará este tipo de questão como se fosse, simplesmente, um problema de "manipulação" praticada pelos veículos. A disputa pela legitimidade das posições, deste modo, permitirá correções de rumo na conduta de uma das partes, ou mesmo de todas. No mínimo, a explicitação das divergências assim será politizada."

Tendo o conteúdo como foco do objeto da disputa, podemos relativizar a natureza da propriedade dos meios de comunicação como fator de condicionamento e determinação exclusiva da sua operação e cumprimento do seu papel social. Sejam estes submetidos a formas privadas, estatais ou mistas, os meios de comunicação sempre cumprem funções que serão objeto de interesse público.

A disputa do conteúdo se dá por um processo democrático de incidência da sociedade civil sobre a mídia, através de uma diversidade de instituições que definimos como sendo "controle público". Na abordagem do Fórum, o controle público, assim, deve ser um fator de configuração da natureza inevitavelmente pública que caracteriza a atuação da mídia. Controle Público, diferentemente do controle direto, administrativo, burocrático ou mesmo censório, o que não aceitamos, é aquilo que permite a incidência do Público sobre o Privado e o Estatal.

Para deixar bastante claro, o que se prescreve aqui é a instituição de diversas formas de controle público para possibilitar a incidência democrática e legítima do interesse público sobre os sistemas estatais, públicos e privados de mídia, o que deve ser operado de forma pactuada e consensual.

O foco no conteúdo leva a outra conclusão extraordinária: o reconhecimento de que a finalidade essencial, na luta pela democratização da comunicação, é a construção da cultura do país. Sendo a orientação democrática do conteúdo da mídia, o "fim" último da luta pela democratização da comunicação, temos a sociedade, em alguma medida, assumindo, democraticamente, um papel de orientação dos meios de produção da cultura do país, como base para a afirmação da soberania e da nacionalidade,

### **c) Fortalecimento dos referenciais conceituais: fugindo do lugar comum**

Conceitos aparentemente óbvios, como "liberdade de expressão" e "direito à informação", têm que ter seu sentido explicitado concretamente, sob pena de serem construções ocas. Minados pelo uso, por décadas, para justificar o processo de autonomização do capital, são hoje utilizados como pano de fundo para justificar até mesmo o capital monopolista.

Como exemplo das novas expressões conceituais que devem ser buscadas para fugir das fórmulas vazias e dos "lugares comuns" destacamos o seguinte direito social:

"A necessidade de capacitação da sociedade e dos cidadãos para o conhecimento e a ação em relação à mídia."

Esta é uma condição essencial para o desenvolvimento da ação política em relação à comunicação e para o desenvolvimento da percepção crítica dos cidadãos, de modo que a mídia seja enfrentada nas suas formas entorpecedoras ou embrutecedoras de atuação.

É preciso que a mídia passe a ser um móvel da construção da emancipação do indivíduo a partir do estímulo ao exercício da capacidade crítica, que é o núcleo da autonomia intelectual dos indivíduos

#### **d) O papel dos meios públicos: instrumentos de coesão social**

Na América Latina, diante da submissão dos grupos privados nacionais de mídia ao determinismo da globalização do capitalismo industrial e financeiro e à impotência dos veículos estatais para incidir na agenda nacional, cada vez mais aumenta a relevância do papel social dos meios de comunicação de caráter e gestão pública para a manutenção das identidades nacionais e a promoção da diversidade cultural. Como público, o FNDC entende aqui a mídia não controlada por interesses privados ou governamentais. Aí são inseridos desde os veículos da chamada radiodifusão pública, cuja maior parte ainda mantêm-se sob domínio estatal, até as rádios e TVs comunitárias, um fenômeno social que cada vez mais vem sofrendo a repressão dos aparatos policiais e políticos do Estado ao passo que contribui para a emancipação dos povos e a realização das mais diferentes práticas de cidadania.

É importante ressaltar, porém, que o projeto de democratização da comunicação não pode hipertrofiar a importância do assim chamado "serviço público" (não-comercial e não-estatal). Este é importante, deve ser desenvolvido, mas sua importância é relativa e sua existência não é garantia de instituição democrática. A luta deve ser para que todos os sistemas e serviços - Privado, Estatal e Público - sigam um estatuto comum, no sentido da afirmação da pluralidade.

### **5. CAMINHOS A SEGUIR: HORIZONTE PROMISSOR**

Tudo o que foi colocado aqui serve para alimentar o sonho de uma América Latina fortalecida contra a desvalorização de sua história e de sua cultura, o ataque às soberanias nacionais e a fragmentação social promovida pela agenda dos grandes conglomerados de mídia, que tornaram-se o braço desarmado do projeto global de dominação de corações e mentes do indivíduo e de destruição do espaço social.

Mudar o cenário instalado na área das comunicações exige iniciativa e desprendimento de interesses específicos. Para isso, existem instrumentos diplomáticos e acordos de cooperação já firmados entre os países que aqui se fazem presente. A maioria deles, infelizmente, jaz engavetada ou permanece esvaziada por diversos motivos. Sua ativação, exigiria dos dirigentes destas nações vontade política e disposição para assumir o ônus de enfrentar a imensa horda de agentes econômicos que insistem em seguir na direção contrária de qualquer iniciativa que vise o interesse público.

Tendo ou não tendo o apoio do Estado nesta missão hercúlea de construir uma nova sociedade, cabe aos cidadãos e suas entidades representativas a criação de iniciativas que contribuam para a implementação de ações e políticas públicas de cooperação e integração cultural a partir do potencial civilizatório dos meios de comunicação.

É preciso ter em mente que o horizonte é promissor se entendemos que a luta pela democratização da comunicação deve ser permanente, como uma atitude a ser despertada



nos cidadãos, estimulada na sociedade, compreendida no setor privado e impulsionada pela ação do Estado, de modo que, com esse enfoque, se tem uma única certeza: nunca teremos uma plena democratização da comunicação.

O alcançável é um determinado grau de democratização que será, permanentemente, recorrente ao estágio de desenvolvimento tecnológico, e ao conflito entre as distintas vontades. Sendo assim, percebe-se a necessidade de avanços, sobretudo, na capacidade da sociedade elaborar o próprio conflito humano.

É o que fizemos no passado. É o que se está fazendo neste momento. É o que teremos que fazer no futuro.