



XXI Plenária Nacional do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC)

13, 14 e 15 de abril
São Paulo (SP)

Plano de Ação

O Desafio de lutar pela democratização da comunicação em tempos de golpe

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação é uma articulação das organizações sociais brasileiras que nasceu junto com a retomada democrática do país.

Em seus quase 27 anos de existência formal, até 2016 – mesmo em correlações de forças bastante adversas – o FNDC atuou em ambiente democrático, nos marcos de um Estado Democrático de Direito, em que as instituições funcionavam pautadas por regras democráticas, ainda que assimétricas diante dos diversos grupos sociais.

Em maio de 2016, com o afastamento da presidenta Dilma Rousseff do exercício da Presidência da República, houve uma mudança nesse paradigma. O golpe midiático-jurídico-parlamentar, que se concretizou pouco depois da realização da última plenária do FNDC, significou uma ruptura democrática para o país e, também, para a atuação do Fórum.

Conforme já descrito na tese de balanço dessa gestão, adequamos a tática do FNDC para atuarmos no contexto de um golpe que atentou contra o Estado Democrático de Direito e abriu o caminho para uma escalada autoritária no país.

Essa nova conjuntura impôs aos movimentos sociais brasileiros um contexto de resistência política. Resistência que não pressupõe defensiva, mas que coloca no centro da ação a denúncia contra as medidas do “desgoverno”, os ataques aos direitos sociais, trabalhistas, à cultura, à comunicação, à desnacionalização e às violações à liberdade de expressão, e também a responsabilidade em organizar as forças democráticas em torno de um novo projeto político progressista e vitorioso capaz de reverter os retrocessos causados pelo golpe.

Atuar no contexto de um golpe, que aprofunda seu caráter antidemocrático, é algo inédito para o movimento de luta pela democratização da comunicação. Um ambiente não democrático não deve nos impedir de obter vitórias concretas que levem o país a ter uma comunicação democrática.

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC

Setor Comercial Sul, Quadra 6 – Ed. Presidente, sala 206, nº141 – CEP: 70.327-900 – Brasília (DF)

secretaria@fndc.org.br – www.fndc.org.br

(61) 3224.8038



35 É a luz dessa nova realidade que devemos traçar o Plano de Ação para a gestão 2018-
36 2020 do FNDC. Como definido na plenária passada, o centro da tática do Fórum deve
37 continuar sendo o de, atuando em unidade com outras organizações e articulações do
38 movimento social brasileiro, lutar em defesa da democracia, da garantia de realização de
39 eleições diretas em outubro de 2018 e pela liberdade do ex-Presidente Lula.

40 Precisamos enfrentar o desafio de combinar as denúncias ao desmonte da comunicação
41 pública, das violações à liberdade de expressão, e do papel dos meios hegemônicos de
42 comunicação na concretização do golpe e no avanço de medidas antidemocráticas – de
43 retirada de direitos e ataque da soberania nacional – , com propostas efetivas de
44 políticas para o campo da comunicação.

45 Neste ano, em que as eleições presidenciais serão um momento chave da luta pelo
46 resgate da democracia, atuar de forma pró ativa para pautar propostas efetivas de
47 políticas públicas para democratizar a comunicação, impedir a total privatização e
48 desnacionalização das Telecomunicações e lutar por políticas de universalização do
49 acesso deve ser uma ação prioritária do FNDC. Isso inclui, também, a defesa de uma
50 Internet livre tanto resistindo às ofensivas contra ela quanto buscando avançar em
51 agendas como a da proteção de dados pessoais, promoção da diversidade online e
52 combate à concentração das grandes plataformas. Estabelecer uma estratégia de defesa
53 pública de eleições livres em 2018. Manifestar publicamente a defesa das eleições como
54 forma de recuperar o processo democrático rompido pelo golpe de 2016 e alertar para os
55 riscos de fraude e para as ameaças a essa arena de manifestação da soberania popular.
56 Como estratégia de defesa de eleições livres em 2018, contribuir para fortalecer as redes
57 de comunicação com campanhas e reportagens compartilhadas pelas mídias alternativas,
58 comunitárias e de caráter independente, como forma de resistência ao golpe.

59 Vale dizer que a instabilidade política que marca a conjuntura do país terá certamente
60 um ponto de clivagem: o resultado das eleições de 2018. Neste sentido, o FNDC deverá
61 convocar uma reunião do Conselho Deliberativo para o final de 2018 ou início de 2019
62 para reavaliar e ajustar suas campanhas e ações a partir da conjuntura política que
63 emergirá do resultado eleitoral.

64 Diante do conjunto de retrocessos sociais, de um Estado violentador e de uma sociedade
65 dispersa para atuação na defesa de uma comunicação plural, diversa e democrática, é
66 fundamental que o FNDC assuma, como estratégia de fortalecimento da luta e
67 enraizamento social da pauta, atividades de debate e formação com a população sobre
68 temas da comunicação relacionados à conjuntura. O retorno à base é fundamental para
69 criar um corpo social de enfrentamento, com capacidade analítica, para alterar o
70 panorama crítico no qual se encontram as políticas de comunicação. As atividades nas
71 escolas, nas associações, nas comunidades, nos sindicatos, movimentos, centros de
72 cultura e outros devem ser espaços prioritários de atuação do FNDC e Comitês
73 regionais.



74 No plano organizativo, um desafio permanente é o de consolidar os comitês do FNDC
75 já existentes e estruturar novos comitês. Fortalecer o Conselho Deliberativo e criar
76 instrumentos para que as entidades que o compõem assumam de forma mais efetiva as
77 tarefas cotidianas do FNDC é fundamental. O mesmo vale para a Executiva, onde ainda
78 é assimétrico o envolvimento das entidades na condução diária do FNDC.

79 **A) ELEIÇÕES 2018**

80 Construir uma plataforma, com propostas a serem apresentadas aos candidatos, mas que
81 se transforme em instrumento de ação política concreta para o FNDC nacionalmente e
82 nos estados. Promover debates em universidades, escolas, junto aos mais variados
83 movimentos sociais, e inserir essa discussão no processo de construção do Congresso do
84 Povo e da Plataforma Vamos pode ser uma forma efetiva de ampliar o alcance da
85 agenda da comunicação junto aos movimentos.

86 Essa plataforma programática do FNDC para as eleições deve se basear em documentos
87 anteriormente aprovados pelo FNDC, como as plataformas de políticas públicas de
88 comunicação apresentadas em eleições passadas, nos 20 Pontos para uma Comunicação
89 Democrática, no Projeto de Iniciativa Popular da Mídia Democrática e nas resoluções
90 das plenárias do FNDC. Retomar, nesse contexto, eleitoral, a campanha Fora Coronéis
91 da Mídia.

92 No entanto, nosso documento deve ser atualizado à luz dos novos desafios no campo da
93 comunicação, e ser condizente com o contexto político, compreendendo que é preciso,
94 sem abrir mão dos nossos objetivos e propostas estruturantes, pontuar medidas que
95 sejam factíveis no contexto de avanço conservador.

96 Em linhas gerais, estabelecer uma estratégia de defesa pública de eleições livres em
97 2018. Manifestar publicamente a defesa das eleições como forma de recuperar o
98 processo democrático rompido pelo golpe de 2016 e alertar para os riscos de fraude e
99 para as ameaças a essa arena de manifestação da soberania popular. Como estratégia de
100 defesa de eleições livres em 2018, contribuir para fortalecer a criação de uma rede
101 pública popular de comunicação, com campanhas e reportagens compartilhadas pelas
102 mídias alternativas, comunitárias e de caráter independente, como forma de resistência
103 ao golpe.

104 **B) CAMPANHA CALAR JAMAIS!**

105 Como já dito no documento de balanço, acertamos ao definir como eixo de ação no ano
106 anterior a campanha Calar Jamais!. Devemos manter a campanha em andamento, pelo
107 menos até o final de 2018, para denunciar as violações que certamente vão se
108 aprofundar neste ano eleitoral, a partir do discurso do combate às *Fake News* que
109 unifica os setores conservadores e a mídia hegemônica para restringir a circulação de
110 informação pela internet. Para isso é fundamental renovar a identidade visual da
111 campanha e alinhá-la aos desafios políticos-eleitorais de 2018.



112 Trabalhar o Relatório da Campanha Calar Jamais!, entregando-o para autoridades,
113 realizando debates sobre o relatório nos estados, e fomentar a elaboração de relatórios
114 estaduais sobre violações à liberdade de expressão, com a organização de audiências
115 públicas e atos sobre o tema.

116 **C) DENÚNCIA DOS MONOPÓLIOS DAS COMUNICAÇÕES**

117 O FNDC tem denunciado – em suas ações, eventos e publicações – os danos que o
118 cenário oligopolizado nos meios de comunicação traz ao país. Em maio de 2016,
119 fizemos um dia nacional de luta contra o monopólio midiático. Devemos ir além de um
120 ato pontual, na medida em que essa pauta não tem permeado devidamente a sociedade.
121 Nesse sentido, é preciso desenvolver uma estratégia de convencimento junto às
122 entidades do campo sindical e demais organizações da sociedade civil que ainda não se
123 envolveram com prioridade em torno dessa agenda.

124 Promover uma campanha de denúncia/conscientização sobre o papel do monopólio
125 privado dos meios de comunicação (radiodifusão, imprensa, telecomunicações e
126 internet) no Brasil, vinculando-a com as propostas que serão apresentadas na plataforma
127 do FNDC para as eleições. Assim como renovamos nossa denúncia dos velhos, e ainda
128 poderosos, monopólios da mídia tradicional, devemos assumir também a denúncia dos
129 novos monopólios digitais, das grandes plataformas. Além da denúncia e de forma
130 combinada com a plataforma eleitoral, devemos levantar a bandeira da criação dos
131 Conselhos Estaduais de Comunicação. A Semana Nacional pela Democratização da
132 Comunicação, em outubro, é um momento estratégico para o enfrentamento dessas
133 questões.

134 Nesse processo, precisamos dialogar com as organizações da sociedade civil e
135 movimentos sociais traduzindo para esses setores, de forma mais compreensível, a
136 importância da democratização da comunicação e do marco regulatório para a difusão
137 da informação sobre as pautas e das agendas que unem e fortalecem o campo
138 democrático e popular. Como complemento, para a disputa de opinião, é fundamental
139 para o FNDC pautar os mesmos temas para a sociedade, que, influenciada pela mídia
140 golpista, considera o marco regulatório como censura e ainda não foi esclarecida sobre a
141 democratização da comunicação.

142 Essa campanha visará traduzir, de maneira sistemática para a população, o papel dos
143 meios de comunicação na conjuntura/crise política nacional, detalhando em artigos a
144 relação da mídia com a agenda geral de desmonte em curso no país. Além de textos
145 informativos e analíticos, desenvolver uma linguagem publicitária com cards,
146 infográficos, trazendo dados comparativos para disseminar o tema de forma ampla. Dar
147 visibilidade e debater o projeto “Quem controla a mídia no Brasil”, lançado
148 recentemente pelo Coletivo Intervezes em parceria com a ONG Repórteres Sem
149 Fronteiras, que sistematizou os operadores econômicos e políticos por trás dos 50 meios
150 de comunicação de maior alcance e audiência no país. Essa ferramenta, assim como



151 histórico projeto “Donos da Mídia” (que está com dados desatualizados), é uma
152 iniciativa referencial para subsidiar debates e ações em torno dessa campanha que se
153 pretende construir.

154 **D) PROMOVER E FORTALECER A CONTRA-NARRATIVA SOBRE O**
155 **GOLPE**

156 Os julgamentos do TRF-4, do STF e a prisão de Lula revelam uma nova fase do golpe
157 ainda mais repressiva e antidemocrática. Perante o papel central que a mídia golpista
158 teve na elaboração da justificativa do golpe para sociedade, a mídia popular deve ter,
159 mais do que nunca, um papel decisivo na construção de uma contra narrativa,
160 cumprindo seu papel de informar a sociedade sobre as estratégias do golpe. Para isso, o
161 fortalecimento das redes de mídia alternativa deve ser uma prioridade além de redobrar
162 esforço no convencimento de mais atores do campo progressistas em fortalecer essa
163 estratégia, com ações de formação, de fortalecimento de redes, mobilização. Promover
164 narrativas que desmontem a criminalização e desqualificação dos processos e espaços
165 de encontro das lutas sociais.

166 **AGENDA PRIORITÁRIA DA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO**

167 **1) Comunicação pública**

- 168 – Manter as ações de denúncia do desmonte do campo público de radiodifusão;
- 169 – Pressionar a Procuradoria Geral da República e os partidos políticos, em parceria com
170 o Conselho Curador cassado da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), para ingressar
171 com a Ação Direta de Inconstitucionalidade (Adin) contra as mudanças promovidas na
172 lei de criação da EBC, que ferem o seu caráter público, como definido pela Constituição
173 Federal;
- 174 – Os comitês do FND C devem organizar audiências públicas nos Estados para discutir o
175 fortalecimento da comunicação pública e denunciar tanto o desmonte da EBC quanto
176 das emissoras públicas estaduais (RTV Cultura, Fundação Piratini, TV Pernambuco
177 etc.);
- 178 – Lutar pela liberação da Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, hoje
179 acumulada em R\$ 3 bilhões;
- 180 – Denunciar ao MPF o uso dos juros do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações
181 (Fistel), recurso que está sendo usado apenas pela EBC e não está sendo revertido para
182 todo o campo público de comunicação, por falta de regulamentação;
- 183 – Reforçar a articulação com conselhos temáticos de políticas públicas em âmbito
184 municipal, estadual e federal para discutir a relação entre o processo de construção das
185 políticas públicas e a comunicação dessas políticas. Com isso, espera-se evidenciar o
186 papel da comunicação para além de uma função instrumental e constituir elementos para



187 ampliar a discussão sobre políticas públicas de comunicação. Nesse sentido, priorizar a
188 articulação com segmentos nos quais já existe uma interlocução inicial, como a cultura,
189 a educação e a saúde, considerando as interseccionalidades com as pautas identitárias.

190 **2) RADIODIFUSÃO**

191 – Acompanhar e denunciar as irregularidades na expedição e exploração das concessões
192 de rádio e televisão, bem como dos arrendamentos e do controle de emissoras por
193 políticos, visando criar subsídios para os debates das renovações das concessões que
194 vão acontecer em 2022, considerando as mudanças estabelecidas recentemente na
195 legislação pelo governo Temer.

196 – Denunciar, em conjunto com outras organizações, as violações de Direitos Humanos
197 na mídia.

198 **3) COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E MÍDIA LIVRE E ALTERNATIVA**

199 **a) Televisão comunitária**

200 – Recolocar na pauta o processo de distribuição dos Canais da Cidadania, pressionando
201 para que haja um Plano Nacional de Outorgas (PNO) para estes canais, com garantias
202 de ampla participação social;

203 – Discutir a ocupação do canal comunitário DTH em audiências públicas;

204 **b) Rádios comunitárias**

205 – Exigir a publicação de um novo PNO para rádios comunitárias em territórios
206 tradicionais, quilombolas, indígenas e assentamentos da reforma agrária;

207 – Lutar pela aprovação do Projeto de Lei do Senado (PLS 629/2011) que inclui o
208 serviço de radiodifusão comunitária entre as atividades passíveis de recebimento de
209 recursos do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronatec).

210 – Criação de um GT para aprofundar o debate, no âmbito do FND C, sobre políticas
211 para a radiodifusão comunitárias (convidar organizações que atuam no campo).

212 **c) Mídia Alternativa**

213 – Incentivar a constituição de um fundo para financiar as mídias alternativas e livres a
214 partir de projetos de lei já em tramitação no Congresso Nacional;

215 – Lutar pela descentralização das verbas publicitárias governamentais em âmbito
216 municipal, estadual e federal;

217 – Fortalecer a articulação internacional entre as mídias livres para intercâmbio de
218 expressões e defesa das lutas locais, a exemplo do Fórum Mundial de Mídia Livre
219 (FMML);



220 – Tendo em vista que a posição antipopular assumida pela maioria dos meios de
221 comunicação tradicional vem alimentando o ódio e a violência contra profissionais,
222 comunicadores e lideranças populares, o FNDC se alia às entidades de direitos humanos
223 e de trabalhadores em defesa da vida, da qualidade da informação e da ética jornalística.

224 **4) TELECOMUNICAÇÕES E INTERNET**

225 – Combater a privatização da infraestrutura das telecomunicações e as mudanças
226 propostas pelo governo Temer na Lei Geral de Telecomunicações (contra a aprovação
227 do PLC 79/16);

228 – Denunciar o modelo de gestão e a privatização do novo satélite geoestacionário;

229 – Defender o caráter multissetorial do Comitê Gestor da Internet e a importância das
230 políticas de participação popular no CGI;

231 – Defender a aprovação da Lei de Proteção de Dados e atuar na campanha “Seus dados
232 são você”, incentivando que os comitês integrem iniciativas semelhantes nos estados e
233 municípios.

234 – - Combater a aprovação do projeto do Cadastro Positivo, que abre espaço para abusos
235 no uso de dados de dezenas de milhões de brasileiros.

236 – Combater as ameaças ao Marco Civil da Internet sejam do governo sejam do
237 Legislativo.

238 – Combater a concentração e promover a diversidade na Internet, passando pela
239 regulação das grandes plataformas (assegurando transparência e restringindo o controle
240 editorial) e pelo fomento à diversidade de conteúdo.

241 – Aprofundar o debate sobre medidas de combate a discurso de ódio na web com o
242 cuidado de não trazer impactos negativos à liberdade de expressão.

243 – Integrar a Coalizão Direitos na Rede

244 **5) ORGANIZAÇÃO**

245 Se quisermos de fato ampliar a luta pela democratização da comunicação, é preciso
246 construir uma militância em torno desta agenda. Isso só se faz promovendo ação política
247 regular nos comitês, que são de fato o polo de mobilização social. Envolver de forma
248 ativa as entidades filiadas (nos estados e nacionalmente) na construção cotidiana do
249 Fórum, de sua elaboração política e na realização de suas atividades, além de atrair
250 novas entidades e ativistas para participar.

251 Impulsionar a campanha “O FNDC precisa do seu apoio: fortaleça a luta pela
252 democratização da comunicação” como instrumento de novas filiações, de regularização
253 das entidades e, também, de arrecadação financeira. A situação do Fórum é bastante



254 crítica no campo financeiro, e precisamos recuperar o equilíbrio financeiro,
255 indispensável inclusive para encaminhar as tarefas políticas e organizativas aprovadas
256 nesta plenária.

257 Realizar um curso de formação à distância para as entidades do FNDC e demais
258 interessadas para sensibilizar sobre a centralidade estratégica da luta pela
259 democratização da mídia e fortalecer as ações e mobilizações nos territórios e nos vários
260 segmentos sociais

261 **a) Comitês Estaduais e regionais**

262 Os comitês estaduais e regionais do FNDC devem ser espaços abertos, coletivos e
263 colaborativos, mas com um mínimo de organização funcional. Cada estado deve moldar
264 a estrutura e organização do comitê de acordo com sua realidade, respeitando as
265 diretrizes estatutárias, e sempre visando a mais ampla participação e a unidade do
266 movimento.

267 Buscar reproduzir nos Estados as campanhas nacionais do FNDC, adequando-as à
268 realidade local e definir agendas locais específicas para dar dinamismo às ações dos
269 comitês. Manter regularidade nas reuniões e fazer chamados abertos, não apenas para as
270 entidades e ativistas filiados.

271 Participar nos estados das articulações do movimento social – comitês da Frente Brasil
272 Popular, da Frente Povo Sem Medo – e outras iniciativas locais para, inclusive, levar a
273 agenda da comunicação para estes espaços políticos.

274 Estimular os Comitês de enviarem mensalmente as ações e tarefas desenvolvidas
275 localmente para que elas sejam divulgadas nos canais de comunicação do FNDC.

276 Garantir a sustentabilidade financeira dos Comitês buscando definir uma porcentagem
277 da arrecadação estadual para a realização de suas ações locais, não podendo ser a única
278 fonte de financiamento no estado, entendendo também as dificuldades financeiras do
279 FNDC em âmbito nacional.

280 **b) Conselho Deliberativo**

281 O Conselho Deliberativo precisa ser o centro político do FNDC entre as suas plenárias.
282 As dificuldades financeiras e também a baixa compreensão política das entidades sobre
283 o papel do Conselho têm sido obstáculos para que o CD cumpra esse papel.

284 É preciso inovar e buscar formas dinâmicas e criativas de envolver as entidades e
285 comitês integrantes do CD no dia a dia do Fórum.

286 – Criar Grupos de Trabalho temáticos que envolvam as entidades do CD;

287 – Envolver as entidades/comitês do Conselho Deliberativo pontualmente em pelo
288 menos uma tarefa para a concretização do Plano de Ação aprovado na plenária;



289 – Realizar reuniões virtuais do Conselho Deliberativo com maior frequência para buscar
290 dar mais dinamismo ao envolvimento das entidades.

291 **c) Executiva do FNDC**

292 A Executiva do FNDC é composta por 7 entidades nacionais. As entidades filiadas ao
293 FNDC são eleitas para cumprir um mandato na Executiva e para tal, indicam um
294 representante.

295 É preciso ter bastante claro que o mandato é da entidade. Neste sentido, as assimetrias
296 que temos vivenciado no envolvimento dos integrantes da Executiva na construção
297 cotidiana do FNDC deve ser vista como uma responsabilidade da organização.

298 Neste sentido, um dos caminhos para garantir um mínimo de compromisso das
299 entidades com a Executiva do FNDC é fazer uma discussão sobre o Fórum, seu papel e
300 sua dinâmica com as organizações. Temos que compreender o FNDC como um espaço
301 coletivo e não de indivíduos.

302 – Realizar uma reunião ampliada da Executiva do FNDC com outros integrantes das
303 Executivas das entidades nacionais que a compõem.

304 – Disponibilizar para as entidades nacionais e comitês do FNDC, a cada reunião, o
305 nome dos responsáveis da Executiva pelas tarefas e ações definidas, como forma de dar
306 mais transparência e agilidade ao trabalho tanto da Executiva, quanto das entidades e
307 Comitês.