

POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO NOS PLANOS DE GOVERNOS DOS CANDIDATOS A PRESIDÊNCIA DO BRASIL NAS ELEIÇÕES 2014

Mayara Abadia Delfino dos Anjos¹

Resumo: As políticas públicas de um governo, geralmente são traçadas e apresentadas durante o período eleitoral, nos compromissos públicos e principalmente no plano de governo. O objetivo desse artigo foi analisar os planos de governo dos principais candidatos a Presidência da República do Brasil e verificar se eles trazem propostas ou metas de políticas públicas para a área de comunicação em geral, analisando assim a preocupação dos presidentiáveis com a comunicação entre o governo e o seu povo. Para chegar as conclusões que a comunicação ainda não é uma pauta de destaque na agenda dos presidentiáveis, foi feita uma pesquisa bibliográfica e exploratória.

Palavra-Chave: Políticas Públicas; Comunicação; Eleições 2014

PUBLIC COMMUNICATION IN THE PLANS OF CANDIDATES OF THE GOVERNMENTS OF THE PRESIDENCY IN BRAZIL ELECTION 2014

Summary: The public policy of a government, are usually drawn and presented during the election period, public commitments and especially in the government plan. The aim of this paper is to analyze the government plans major candidates the presidency of Brazil and verify that they bring public policy proposals or goals for the area of communication in general, thus analyzing the concern of presidential candidates with communication between the government and his people.

¹ Graduada em Administração pela FUCAMP. Pós-graduada em RH, Marketing e Gestão Empresarial pela UNIESSA. Pós-graduada em Logística Empresarial pela Faculdade Pitágoras. Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação pela UFU. E-mail: mayaradelfino@hotmail.com

To reach the conclusions that communication is not a prominent agenda on the agenda of presidential candidates, a bibliographical and exploratory research was done.

Keyword: Public Policy; communication; elections 2014

1. INTRODUÇÃO

As políticas públicas são algo que interessam diretamente aos cidadãos visto que serão através delas que as estratégias, metas e soluções são estabelecidas, para resolver problemas diversos, mas principalmente os sociais das mais distintas áreas, tais como saúde, meio ambiente, transporte, educação, segurança, entre outros, ou seja, são ações para resolver problemas que afetam muitas pessoas, ações para o bem comum.

Dessa forma, as políticas públicas de comunicação, seriam basicamente ações para resolver problemas ou criar propostas para diversas melhorias no campo da comunicação na esfera governamental e para a população em geral.

Como as políticas públicas começam a ganhar vida durante a campanha eleitoral, nos planos e metas de governo, o objetivo desse artigo foi analisar os planos de governos dos candidatos a Presidência da República Federativa do Brasil que apareciam na pesquisa IBOPE de agosto de 2014¹, levantando se esses candidatos apresentavam propostas ou intenções de implantações de políticas públicas para a comunicação.

Esse artigo é o resultado uma pesquisa do tipo exploratória, de caráter qualitativo, tal como definida por Lakatos e Marconi (1991, p. 87):

São investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos.

Nesse artigo também foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que de acordo com Martins (2002, p. 35), “tem como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições científicas já existentes sobre determinado assunto”.

2. POLÍTICAS PÚBLICAS

¹ Pesquisa disponível em <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/historicopesquisaeleitoral/Paginas/default.aspx>> Getec, v.4, n.7, p.22-40 /2015

De acordo com Castro (2010) a Constituição de 1988 foi o grande marco quando se trata de um novo dimensionamento das políticas sociais como um todo, visto que a partir da constituição, a população passou a ter mais acesso a política e conseqüentemente as políticas públicas que são desenvolvidas agora e futuramente no país, de acordo com as necessidades do todo, visando o bem comum, pois Canela (2010, p. 3) afirma que “não é possível fazer política pública sem fazer política, é totalmente possível fazer política sem fazer política pública”.

De acordo com Souza (2006, p. 5) o modelo mais conhecido sobre política pública foi desenvolvida por Theodor Lowi no qual ele aponta que “a política pública faz a política, onde cada tipo de política pública vai encontrar diferentes formas de apoio e de rejeição e que disputas em torno de sua decisão passam por arenas diferenciadas”. Sendo assim, a política pública pode assumir quatro formatos diferentes, sendo eles: as políticas distributivas, as políticas regulatórias, as políticas redistributivas e as políticas constitutivas.

As políticas distributivas seriam as decisões tomadas pelo governo, que de acordo com Rua; Romanini (2014) desconsideram os recursos limitados, fazendo com que gere mais impactos individuais do que universais, privilegiando certos grupos, regiões, podendo ser citado, como exemplo dessas políticas, a construção de hospitais, escolas, pontes, estradas, subsídios a empresas, programa de transferência de renda, como o Bolsa Família, entre outros.

Já as políticas regulatórias, seriam aquelas mais visíveis ao público, envolvendo burocracia, políticos e grupos de interesse, pois são realizadas determinadas atividades ou admitidos certos comportamentos, para que seus custos e benefícios possam ser disseminados equilibradamente ou podem privilegiar interesses restritos, a depender dos recursos de poder dos atores envolvidos. Essas ações podem variar de regulamentações simples e operacionais a regulações complexas, de grande abrangência, podendo ser citado como exemplo, o Código de Trânsito, a Lei de Eficiência Energética, o Código Florestal, a Legislação Trabalhista, entre outros (RUA; ROMANINI, 2014)

Políticas redistributivas segundo Rua; Romanini (2014) são aquelas que atingem o maior número de pessoas e impõe perdas concretas e no curto prazo para certos grupos sociais, e ganhos incertos e futuro para outros. Resumindo, seriam aquelas políticas que tem como função distribuir bens ou serviços a segmentos particularizados da população por intermédio de recursos oriundos de outros grupos específicos, sendo que são bem conflituosas

e nem sempre virtuosas. Podemos citar como exemplo dessas políticas a reforma agrária, distribuição de royalties do petróleo, política tributária.

E finalizando, ainda a luz desse autor, as políticas constitutivas, seriam aquelas que lidam com procedimentos, ou seja, as que consolidam as regras do jogo político, sendo que elas são as normas e os procedimentos sobre as quais devem ser formuladas e implementadas as demais políticas públicas, podendo ser citado como exemplo as regras constitucionais diversas, regimentos das Casas Legislativas e do Congresso Nacional.

De uma forma geral, para Souza (2006), a política pública, está concentrada em um campo multidisciplinar, podendo ser usado como justificativa a sua natureza e os seus processos, se justificando assim a repercussão que as mesmas causam e podem causar na economia e na sociedade, visto que essa multidisciplinaridade consegue explicar a inter-relação existente entre Estado, política, economia e sociedade.

Isso se dá pelo fato que a política pública é uma forma de ter o Estado em plena ação, pois através de estratégias e de políticas, ela deve desenvolver práticas com o intuito de promover o bem comum e o desenvolvimento das pessoas, levando em conta os direitos que o Estado detém. Entretanto, a maioria dessas políticas atendem a interesses específicos, até mesmo quando realizam o bem comum, pelo fato de que por trás do marco regulatório de qualquer política sempre existem interesses e ideologias (CASTRO, 2010).

Uma política pública pode ser conceituada, conforme Canela (2010), como qualquer ação movida pelos poderes públicos, em qualquer uma das esferas, para que quando seja executada possa garantir os mais diferentes direitos aos cidadãos, segundo o estabelecido no ordenamento jurídico e constitucional de determinado país.

Bucci (2002, p. 241) ainda define Políticas públicas como

Programas de ação governamental visando a coordenar os meios a disposição do Estado e as atividades privadas, para a realização de objetivos socialmente relevantes e politicamente determinados. Políticas públicas são 'metas coletivas conscientes' e, como tais, um problema de direito público, em sentido lato.

De acordo com Cunh (2011, p. 6):

política pública pode ser definida como atividade administrativa baseada em orientação geral, inserida na função de planejamento, que visa, intervindo na ordem social, a alcançar mediante decisões, atos executivos e procedimentos administrativos, determinados objetivos de longo prazo, estipulados em normas-objetivo ou diretrizes normativas.

Souza (2006) afirma que as políticas públicas são ações extremamente intencionais que possuem objetivos a serem alcançados, sendo que é abrangente e não se limita a leis e regras. Através delas, é possível distinguir entre o que o governo pretende fazer e o que, de fato, ele faz.

Por isso, políticas públicas ainda podem ser definidas como

um padrão que estabelece um objetivo a ser alcançado, sendo que em geral se trata de uma melhoria em algum aspecto seja ele econômico, político ou social da comunidade, ainda que certos objetivos sejam negativos pelo fato de estipularem que algum estado atual deve ser protegido contra mudanças adversas (ABRAÃO, 2011, p. 4),

Assim, baseado em Souza (2006) as políticas públicas poderiam ser simplesmente resumidas como um campo do conhecimento que procura, em um mesmo período de tempo, colocar o governo e/ou Estado em ação e/ou analisar essa ação e, quando for necessário, propor mudanças no rumo ou no curso dessas ações. Portanto, Cunha (2011) afirma que basicamente falando, a política pública tem como meta alcançar e como programa melhorar aspectos comuns a comunidade como a economia, política ou o social.

Liedtke (2003) aponta que em relação às políticas públicas, embora elas também indiquem e necessitem da presença do Estado para existirem e serem executadas, são mais abertas e voltadas à sociedade civil, pois o Estado apenas regulamenta o mínimo, como se fosse um responsável por ditar as regras, deixando que organizações tenham acesso e controlem o uso dos meios de comunicação social. Por isso, essa situação se torna mais precária na América Latina, onde os meios ou são privados ou são estatais.

Por isso, Canela (2010) afirma que nos países latino-americanos, a cobertura de políticas públicas sociais deveria estar nas pautas, nas ementas, nos programas e ações tanto dos jornalistas nas redações das mídias e veículos de comunicação, quanto nos centros de pesquisa e de formação dos futuros profissionais, pois infelizmente forma-se mais profissionais voltados para o mercado, sendo que cada vez mais, necessitamos de profissionais mais humanistas.

Por ter essa a necessidade do lado humanista em sua construção, as políticas públicas diretamente envolvem vários atores e níveis de decisão, embora muitas vezes seja materializada através dos governos, não se restringindo necessariamente a participantes formais, já que os informais são de extrema importância no processo (SOUZA, 2006).

Além de o Estado ter o dever de desenvolver as políticas públicas juntamente com a sociedade civil, é de extrema importância que seja analisado, de acordo com Castro (2010), como os partidos políticos e candidatos definem seus programas para as campanhas que concorrem cargos públicos, pois é nesse momento que a política pública se inicia, pois quando um candidato é eleito, geralmente segue-se o que foi proposto nas campanhas, além de o que está planejado ser sua base de governo. Por isso também é necessário que se conheça, os programas das associações profissionais.

A formulação de políticas públicas é constituída no momento no qual os governos democráticos traduzem seus propósitos, planos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real, ou seja, quando fazem seus planejamentos com propostas de campanha. Assim, de acordo com Souza (2006), o ciclo que constitui a política pública é formado pelos seguintes estágios: definição de agenda, identificação de alternativas, avaliação das opções, seleção das opções, implementação e avaliação.

Como os governos definem suas agendas, são dados três tipos de respostas. 1º focaliza os problemas 2º focaliza a política propriamente dita 3º focaliza os participantes que são classificados como visíveis e invisíveis. Os participantes visíveis definem a agenda e os invisíveis as alternativas. (SOUZA, 2006, p.8)

Após a formulação, estruturação e desenho das políticas públicas, ocorre o desdobramento dos planos, programas, projetos, bases de dados ou sistema de informação e pesquisas realizados, para que quando as políticas forem postas em ação, possam ser implementadas com sucesso, ficando assim submetidas a sistemas para poderem ser acompanhadas e avaliadas. Muitas vezes, antes de sua implementação, a política pública requer a aprovação de nova legislação, por se tratar de ações novas, ainda não existentes na legislação, por exemplo, o que faria com que o processo fosse um pouco mais demorado e burocrático que os demais que não possuem essa necessidade (SOUZA, 2006).

Para compreender como se dá o processo de formulação das políticas públicas no Brasil deve atentar para alguns aspectos. Primeiro, é preciso identificar os movimentos políticos que historicamente têm um papel proativo e voz na formulação de demandas. Segundo os documentos oficiais, especialmente a legislação. Ao ler a legislação, é fundamental entender como se dá o financiamento da política. É nela também que se definem os direitos, os deveres, quem paga o quê e como (CASTRO, 2010, p.7)

Embora, quando as políticas públicas são implantadas elas causem impactos em curto prazo, as políticas sempre são desenvolvidas com o intuito de serem trabalhadas em longo prazo, pois elas envolvem processos subsequentes a sua implementação, que são executados após a sua decisão e proposição, ou seja, ocorre após esse período uma execução e avaliação das mesmas (SOUZA, 2006).

Quando as políticas públicas são analisadas, Fonseca (2010) afirma que se têm como objetivo questionar a ação desenvolvida, seus determinantes, suas finalidades, seus processos e as consequências que foram causadas a partir disso, sendo que o foco principal dessas análises é a avaliação dos processos de tomada de decisão, para a implantação dessas políticas e/ou como se dá o comportamento dos grupos políticos envolvidos. Por isso, pode-se afirmar que as políticas públicas exigem ações, instituições e programas específicos para a implementação das decisões tomadas.

Na maioria das vezes, conforme Souza (2006) o bom desenvolvimento das políticas públicas dependem exclusivamente do órgão em que elas estão sendo implementadas, visto que as instituições tornam o curso de certas políticas mais fáceis do que em outras, pelo fato que não somente os indivíduos ou grupos possuem força relevante e influenciam diretamente as políticas públicas, mas também pelas regras formais e informais que regem as instituições.

Ramos (2005) afirma que sempre houve uma dificuldade em reconhecer a comunicação como uma política pública, pelo fato que ela é entendida em um contexto geral pelo mercado, como a principal garantidora e alavancadora da liberdade de mercado, por meio da teoria do livre fluxo da informação, pois segundo esta teoria toda ação do Estado sobre os meios de comunicação torna-se automaticamente ação sensória e, por isso, se torna uma ameaça a todos os direitos e a toda liberdade.

Vejamos a seguir o que pesquisadores da área dizem sobre as políticas públicas de Comunicação, se o que Ramos afirma tem fundamentação, quais as definições para essas políticas e como elas estão sendo criadas e desenvolvidas no Brasil.

3 POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO: POLÍTICAS, DESENVOLVIMENTO E FEITOS NO BRASIL

A política, sendo considerada como um todo poderia ser entendida de acordo com Liedtke (2003) como uma ação que é planejada por um grupo de cidadãos, com o principal intuito de alcançar e assim obter determinados objetivos traçados durante um período denominado eleitoral e concluído após a obtenção do poder, ou seja, do cargo público almejado. Oliveira (1999, p. 216), ainda afirma que “Políticas são parâmetros ou orientações que facilitam a tomada de decisões pelo administrador (isto para qualquer nível dentro da empresa)”.

Dessa forma, podemos definir política de comunicação como uma "ação realizada em conjunto por um grupo social, ou um governo, tendo em vista alcançar determinado objetivo no campo da comunicação" (GOMES, 1997 apud LIEDTKE, 2003, p. 106).

Gomes (1997), ainda afirma que o termo políticas públicas de comunicação pode ser definido como um conjunto de práticas que constituirá o sistema de comunicação social vigente em determinado país e que são deduzidos a partir das concepções, dos valores e dos rituais dos conjuntos realizados pela sociedade civil.

Já Capparelli (2000) conceitua a política de comunicação, como a atividade em que grupos da sociedade civil se engajam com o objetivo de revisar as normas jurídicas do Estado, seja na relação dessas normas com a política de concessão de emissoras de rádio e de televisão, por exemplo, ou em uma proposta de conteúdos a serem produzidos no próprio país, com o apoio de grupos da comunidade que se organizam para criar espaços independentes de informação.

A política de comunicação ainda pode ser compreendida, como "um conjunto de normas integradas e duradouras para reger a conduta de todo o sistema de comunicação de um país, entendendo-se por sistema a totalidade das atividades de comunicação massiva ou não massiva" (LIEDTKE, 2003, p. 3). Ou ainda como um conjunto integrado, explícito e duradouro de políticas parciais de comunicação harmonizadas num corpo coerente de princípios e normas, dirigidas a guiar a conduta das instituições especializadas no manejo do processo geral de comunicação de um país.

Com essas definições, conforme Oliveira (1999), percebemos a importância e a necessidade de desenvolvimento de políticas de comunicação com um bom planejamento, principalmente quando se entende e conhece o seu significado e sua importância, visto que dentro desse princípio, as políticas procuram refletir e interpretar os objetivos e desafios, bem como estabelecerem limites ao planejamento estratégico desenvolvido.

De Mesquita (2014) defende a ideia de que o Estado seja o responsável pelo estabelecimento de políticas de acesso às informações que estejam sob seu controle, pois além de garantir um direito dos cidadãos, o acesso às informações contribui para o desenvolvimento das sociedades, dando a estas, meios pelos quais é possível controlar as ações de agentes públicos. Com isso, o Estado se tornaria um agente passivo e ao mesmo tempo um agente ativo da informação.

O debate sobre as políticas de comunicação na América Latina surgiram entre o final do ano de 1960 e o início dos anos de 1970, período que coincide justamente com o desencanto com relação à teoria desenvolvimentista e o aparecimento da teoria da dependência. Já no final dos anos setenta, começou a se desenvolver a consciência de uma nova ordem mundial para a comunicação (LIEDTKE, 2003).

De acordo com Capparelli (2000) o interesse pelas políticas de comunicação no Brasil, foi iniciado com maior intensidade durante a ditadura militar, ou seja, em meados dos anos 60 e com maior força ao final desse período, ocorrido nos anos 80, já através dos processos eleitorais que ganhavam força, dando rumo a democratização.

Esse movimento, de acordo com Capparelli (2000), mesmo que ainda fosse tímido nesse período, quase sempre foram desenvolvidas com forte conteúdo ideológico, e foram influenciadas principalmente pela utilização intensiva dos meios de comunicação pelos governos militares no poder de 1964 a 1984; influência de certas interpretações dos trabalhos da Escola de Frankfurt e o emprego do conceito de manipulação; difusão de trabalhos de pensadores que haviam trabalhado ou estavam trabalhando em países também de governos autoritários; reuniões e discussões da UNESCO sobre políticas públicas internacionais de comunicação para a América Latina. Dessa forma, as políticas de comunicação começaram a ganhar destaques no país.

Ainda a luz desse autor, conclui-se que foi justamente nesse período que as políticas de comunicação retornaram ao cenário como a busca de políticas públicas e democráticas de comunicação, pois nessa fase, o discurso e a prática de políticas de comunicação se transformam, e saem de dentro da universidade, procurando uma interlocução com o Estado, e ao mesmo tempo com os empresários e se organizam em termos de transformações dos meios de comunicação enquanto espaços públicos contemporâneos.

As políticas nacionais de comunicação surgiram junto com esse desdobramento, em uma articulação junto a nova ordem mundial da comunicação e da informação, fazendo com

que se tornasse as viabilizadoras iniciais desses projetos, principalmente no que faz referência ao fluxo internacional das notícias, pois antes predominava uma velha ordem de dominação e opressão, que caracterizava as políticas de comunicação nos países em desenvolvimento, onde se encontra o Brasil (GOMES, 1997 apud LIEDTKE, 2003).

Gomes (1997) aponta três características fundamentais pertencentes a esta velha ordem, sendo que a primeira seria que ela é concebida a partir de uma organização oligopolítica; segundo, ela está dominada por pequeno número de meios que observam, avaliam, selecionam e transmitem a notícia em função de interesses políticos e econômicos dos seus países de origem e dos seus próprios interesses comerciais; e finalmente, nestas políticas de comunicação a pressão informativa arrasa a capacidade de reação ante a mensagem, progressivamente transformando a capacidade reativa do receptor, tornando-o passivo e sem juízo crítico.

As inter-relações entre comunicação e política, configurando a linha políticas de comunicação, pareciam ter completado seu ciclo já nos fins dos anos 80 e no início dos anos 90. Parecia uma perspectiva gasta, sem sentido num momento em que o Estado distancia-se da comunicação. A única política que então parece existir é a política de mercado, a política do livre fluxo da comunicação tal como preconizada pelo neoliberalismo triunfante. A partir da onda conservadora que nos anos 80 varreu a maioria dos países do ocidente, os meios de comunicação ainda operados ou regulados pelo estado se desregulam e re-regulam nessa nova perspectiva de atender ao consumo. (CAPPARELLI, 2000, p. 17)

De acordo com Liedtke (2003) a fórmula das Políticas Nacionais de Comunicação, teria como objetivo ordenar o funcionamento dos sistemas nacionais de comunicação e controlar seu crescimento desordenado. Dessa forma, destaca-se a importância do Estado no desenvolvimento de ações eficazes no desenvolvimento de mecanismos institucionais para atingir tais objetivos.

O problema sobre políticas públicas nacionais de comunicação, diz respeito ao agente da formulação dessas políticas, e se questiona-se quem seria o responsável por tal responsabilidade: o Estado ou a sociedade? Até o momento, na América Latina, o Estado é o único formulador de políticas de comunicação. Como ele é muito sensível aos grupos de pressão econômicos, a formulação de tais políticas privilegia os interesses dominantes economicamente, prejudicando muito vezes o todo, que deveria ser o principal beneficiado nessas ações (GOMES, 1997).

No Brasil, de acordo com Ramos (2005) seria necessária uma intervenção do Estado com o fim de nortear a discussão e o processo de formulação para um amplo programa de políticas democráticas de comunicação, com o principal objetivo de reconhecer a comunicação como uma política social, sendo derivada do direito à comunicação, previsto na Constituição Federal e um direito que é diretamente decisivo para a democratização das sociedades contemporâneas, que possui a informação e a comunicação como seus principais motores políticos, econômicos e culturais.

Por isso, reconhecer a comunicação como uma política social deveria se tornar, segundo Ramos (2005), um objetivo a ser assumido por todas as forças democráticas e populares e serem incluídas aos seus planos de governo, e a partir desse reconhecimento, deveriam ser pensadas novas ações fundamentais em prol da comunicação, podendo ser citado, alguns pontos.

O primeiro ponto seria verificar o papel da comunicação na sociedade nos dias atuais, tendo como principal função a de ser decisiva para o exercício da democracia e cidadania; deveria ser usada como um instrumento de educação pública e formal, além de ser utilizada como formação e integração cultural. Nesse contexto, algo que poderia ser citado como política de comunicação para uma educação pública seria o desenvolvimento de uma política de alfabetização midiática nas escolas, principalmente nos ensinos iniciais.

O segundo ponto seria gerar estratégias para a execução de políticas públicas voltadas para as questões levantadas no primeiro ponto, sendo que a principal estratégia seria ampliar o acesso de forma democrática aos meios de comunicação. Além disso, com a proposta de alfabetização midiática, os cidadãos se tornariam mais críticos e poderiam fazer escolhas quanto aos meios de comunicação que seriam usados por eles, e assim teriam mais acesso a fontes e conhecimentos variados.

Já o terceiro e último ponto seria formular uma agenda de mobilização, através de políticas democráticas, com dois eixos norteadores: o de mobilização e da ação institucional, que deve hoje incidir sobre algumas questões fundamentais, listadas a seguir:

Estudo e debate do Capítulo da Comunicação Social, da Constituição Federal; à relação entre meios de comunicação, crianças e adolescentes; à desconcentração da propriedade dos meios de comunicação e à descentralização da produção; à diferenciação e regulamentação dos sistemas estatal, público e privado de comunicação; à presença ou não do capital estrangeiro no financiamento e controle de meios de comunicação brasileiros; aos modos de financiamento da produção em comunicação; ao modo de regulação dos meios de comunicação; estudo e debate de processos

normativos decorrentes do arcabouço constitucional, como: a nova legislação para o rádio e a televisão, que substituirá o antigo Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4117/62); Lei 9472/97; a revisão e consolidação de toda a legislação de televisão por assinatura, hoje dispersas em normas específicas para TV a cabo, MMDS e DTH; a discussão e revisão dos termos em que hoje se dá a adoção das novas tecnologias digitais (RAMOS, 2005, p. 253).

Segundo Mattos (1999) a política de comunicação brasileira é regida por algumas leis básicas, se destacando as seguintes: Lei de Imprensa (número 5250 de 09/02/1967); Código Nacional de Telecomunicações (número 4117 de 27/08/1962); a regulamentação do Conselho Nacional de Comunicação (número 8389, 30/12/1991) e a lei que regulamenta o serviço de TV a cabo (número 8977 de 06/01/1995).

Além dessas, existem diversas leis, algumas nem tão conhecidas e que possuem grande importância para a comunicação e as políticas desenvolvidas em torno delas, podendo ser citadas, a Lei 10610/2002 que rege sobre o capital estrangeiro nas empresas de mídia nacional; o código de ética da radiodifusão brasileira; a Lei 8389/1991, na qual é instituído o Conselho Nacional de Comunicação Social; Lei 9831/1999, que institui o Dia da Imprensa; Lei 5250/1967 que rege a imprensa; Lei 9472/1997, conhecida como Lei Geral das Telecomunicações; Emenda Constitucional 36/2002 que permite a participação de pessoas jurídicas em empresas de mídia; Lei 9612/1998 que define as diretrizes da radiodifusão comunitária; Decreto 2206/1997 sobre a TV a Cabo no Brasil; Lei 8977/1995 sobre a TV a cabo e os canais comunitários e a atual e uma das mais importantes leis para as políticas de comunicação no Brasil: a lei de acesso à informação que foi sancionada em 18 de novembro de 2011, através da lei número 12.527.

De Mesquita (2014) aponta que as leis não têm poder de materializar-se apenas pela força do texto posto no papel, por isso, elas continuam após a sua sanção, e são necessárias políticas públicas, engajamento do governo e de populares para que possam fazer valer, ou seja, fazer materializar-se, a lei.

Resta-nos saber - e aqui se situa um dos pontos mais importantes da ordenação do campo - como estabelecer uma ponte entre as políticas de comunicação ou a economia-política crítica da comunicação e a comunicação política propriamente dita. Em outras palavras, de que forma passar do macro para o micro, de que forma dar atenção aos aparatos de produção discursiva e ideológica e ao mesmo tempo reconhecer que quando analisamos as brechas, as gretas por onde circula o discurso político mais formalizado e regularizado, estamos vendo de que maneira o poder se traveste nessa espécie de zona liberada onde, mesmo quando não fala o

aparato, sempre fala o sistema. Outra questão permanece em aberto, ou seja, de que forma se poderia criar um conhecimento nas relações entre comunicação e política com pressupostos teóricos-metodológicos definidos, metodologia refinada, rigor acadêmico e, ao mesmo tempo, direcionados a uma práxis transformadora, ou melhor, como aproximar a universidade do cotidiano dos cidadãos. Só com essas respostas as reflexões das políticas de comunicação perderiam seu discurso excessivamente normativo e as reflexões da comunicação política relativizaria seu mediocentrismo. (CAPPARELLI, 2000, p. 31)

As políticas públicas de comunicação devem ser desenvolvidas nas instituições públicas nacionais e devem ser bem planejadas, para que assim possa ter um encontro de ideias, de linguagens e de metas em comum, fazendo com que assim ocorra uma identificação, uma promoção, divulgação e defesa.

4. POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO NOS PLANOS DE GOVERNO DOS CANDIDATOS A PRESIDÊNCIA DO BRASIL

Com o intuito de verificar se os candidatos à presidência da República Federativa do Brasil cumpriam o que diz a teoria sobre políticas públicas, pela qual deveriam apresentar seus planos e metas para a comunicação do governo, caso fossem eleitos, foram analisados os planos de governo dos oito candidatos que apareceram nas pesquisas de intenção de votos do mês de setembro de 2014, tendo como base de análise, a pesquisa IBOPE.

Os candidatos que apareceram na intenção de votos dos brasileiros na pesquisa foram: Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (PT), Eduardo Jorge (PV), José Maria Eymael (PSDC), Levy Fidelix (PRTB), Luciana Genro (PSOL), Marina Silva (PSB) e Pastor Everaldo (PSC).

Em todo plano de governo, de cada candidato, foi pesquisada a palavra-chave “comunicação”, tentando encontrar metas e propostas de políticas voltadas a esse setor. Dessa forma, encontramos os seguintes trechos dentro de cada planejamento dos presidenciáveis.

	<ul style="list-style-type: none">- “Dentro da Cultura Expansão da infraestrutura e do acesso à internet. O acesso à comunicação digital é altamente estimulante à participação e colaboração no âmbito das redes sociais. Estimularemos as iniciativas de produção do conhecimento em rede.- Utilização da tecnologia de informação e comunicação para inspirar a formação de agentes de transformação social.
--	--

<p>Aécio Neves (PSDB)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivo ao desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação que contemplem as características de cada deficiência, permitindo a evolução de escolaridade e gerando novas expectativas de vida às pessoas com deficiência. - Estímulo para uso pedagógico de tecnologias da informação e comunicação nos cursos de formação de professores. - Articulação dos projetos pedagógicos das escolas com a tecnologia de informação e comunicação, utilizando-a como instrumento de ensino e aprendizagem, inclusive mediante estímulo a formação de comunidade de professores qualificados e engajados nestas novas ferramentas. - Promoção da saúde e da prevenção ao alcance de todos, por meio do estabelecimento de uma política efetiva de educação e comunicação pública em saúde.”
<p>Dilma Rousseff (PT)</p>	<p>– “Queremos construir igualmente mecanismos que protejam todas as formas de comunicação – a internet, em particular – assegurando a privacidade da cidadania, das empresas e dos Governos.”</p>
<p>Eduardo Jorge (PV)</p>	<p>Sem propostas para a comunicação</p>
<p>José Maria Eymael (PSDC)</p>	<p>Sem propostas para a comunicação</p>
<p>Levy Fidélis (PRTB)</p>	<p>“Os serviços de comunicações terão ênfase na interação cada vez maior entre o Poder Público concedente e o privado, que deverá reduzir drasticamente os valores cobrados do consumidor usuário na melhoria dos serviços prestados, inclusive a universalização da banda larga em todo o país.”</p>
<p>Luciana Genro (PSOL)</p>	<p>“Um governo do PSOL teria a coragem que outros não tiveram de avançar na democratização dos meios de comunicação. A quebra dos oligopólios midiáticos e sua política de voz única terá atenção especial, com ênfase para o fim da propriedade cruzada dos meios de comunicação. Nosso incentivo será para instrumentos de comunicação alternativos, como rádios e TVs comunitárias, e aos meios públicos de mídia. Além disso, daremos ênfase para o controle social da mídia, com instrumentos de participação popular.”</p>

<p>Marina Silva (PSB)</p>	<p>“ - As tecnologias da informação e comunicação são, portanto, potenciais aliadas em um processo de mudança. Por meio da democracia digital, podemos radicalizar a transparência e o controle da ação governamental, missão para o curto prazo. O amadurecimento do uso intensivo de tecnologia e a participação social poderão tornar, gradativamente, a vida pública mais aberta e dinâmica.</p> <p>- Os canais existentes devem ser fortalecidos, mas novos instrumentos precisam ser desenvolvidos, mediante o uso de tecnologias da informação e comunicação, para que o cidadão participe mais ativamente das decisões. Como verdadeiros aplicativos para a democracia colaborativa, esses instrumentos permitirão que se formem redes capazes de promover a convergência na diversidade e desenvolver consciência política e valores democráticos.</p> <p>- Em suma, a coligação Unidos pelo Brasil tem o objetivo de reformar a estrutura organizacional da administração pública, a gestão financeira e orçamentária, a gestão de recursos humanos, a gestão de compras e contratos, com uso intensivo de tecnologias de informação e comunicação na prestação de serviços públicos e fomento à colaboração entre sociedade e entes governamentais.</p>
<p>Pastor Everaldo (PSC)</p>	<p>“Restringir leis que promovam censura, regulação ou controle dos meios de comunicação.”</p>

Quadro 1 – Plano de Governo Candidatos a Presidência
Planos e Metas para Comunicação

Todos os planos de governo pesquisados nesse artigo, foram retirados da internet, no site oficial de cada candidato, durante o período eleitoral.

O candidato a presidente pelo PSDB, Aécio Neves, basicamente não apresentou nenhuma política pública voltada especificamente para a comunicação. Entre suas propostas, na qual é citada a temática, persiste o apoio para uma expansão do acesso a internet, o uso de comunicação na formação de pessoas e de profissionais da educação, e o uso da modalidade de comunicação pública na saúde para assim promover a saúde e prevenção de doenças na população.

Já a candidata pelo PT, Dilma Rousseff, estaria mais preocupada com a segurança da comunicação, principalmente na comunicação que envolve as redes, especificamente, a internet. Isso pode ser justificado pelos ataques de espionagem que o Brasil sofreu dos Estados Unidos no ano de 2014, entretanto, seriam necessárias outras políticas para um melhor desenvolvimento das comunicações no país.

Os candidatos Eduardo Jorge e José Maria Eymael, candidatos pelos partidos PV e PSDC, respectivamente, sequer mencionaram o tema comunicação em seus planos de governo, demonstrando a falta de interesse e comprometimento dos mesmos pela comunicação com o seu povo.

O candidato do PRTB, Levy Fidelix, trouxe em seu plano de governo uma proposta de redução dos valores cobrados ao consumidor para atingir os meios de comunicação e principalmente universalização da banda larga. Nesse contexto, os valores estariam diretamente ligados a serviços de tv a cabo, telefonia celular, telefonia fixa, dados móveis de internet e, principalmente, a oportunidade e incentivo de maior acesso a internet por meio de banda larga, não trazendo propostas concretas para a comunicação enquanto uma área estratégica para o governo.

A candidata pelo PSOL, Luciana Genro, foi a única entre os candidatos que trouxe propostas voltadas diretamente para a comunicação propondo uma maior democratização desses meios de comunicação, evitando assim a monopolização de tv's e rádios, por exemplo, que ocorrem no país atualmente. A candidata tinha como proposta o apoio ao controle das mídias pelo povo, tornando assim um instrumento de participação popular, ou seja, segundo o plano de governo da candidata, a população teria voz e vez no desenvolvimento dos meios de comunicação.

Já a candidata Marina Silva do PSB, trouxe algumas propostas voltadas diretamente para uma comunicação direta entre governo e a população, propondo, por exemplo, o uso das tecnologias da informação e comunicação para tornar a vida pública mais aberta e dinâmica. Propôs também o desenvolvimento de canais existentes e criação de novos para uma maior participação popular, incentivando dessa forma a comunicação pública² e apoiou o uso

² De acordo com Brandão (2006) a comunicação pública poderia ser definida como o diálogo e relação entre o Estado (organização, governo) e os cidadãos (o público), ou ainda, como um canal de opinião pública, ligando dois eixos, como uma ponte entre a sociedade e o governo, que em muitos casos, não “conversam” de forma adequada como deveriam, fazendo com que, muitas vezes, o cidadão não tenha todas as informações a que teria direito.

intensivo de tecnologias de informação e comunicação na prestação de serviços públicos e fomento à colaboração entre sociedade e entes governamentais.

Finalizando, Pastor Everaldo candidato pelo PSC, se mostrou preocupado com a censura, regulação e o extremo controle dos meios de comunicação, propondo a restrição a tais leis que possam promover esse tipo de “dano” a comunicação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando tudo que foi encontrado a respeito de comunicação nos planos de governo dos candidatos a presidência da República do Brasil, podemos chegar a algumas conclusões, que serão descritas a seguir.

A comunicação não foi vista ou percebida pelos candidatos como algo de grande importância para seus governos, tanto que não foram encontrados planos voltados especificamente para os meios de comunicação e para a comunicação do governo, de forma a atingir toda a população, como por exemplo, trabalhar mais a aplicação de uma comunicação pública, por meio da qual o governo e a sociedade pudessem ter um diálogo e o cidadão ter voz ativa para opinar, debater.

Alguns candidatos chegaram a propor, mesmo que indiretamente, essa forma de comunicação, entretanto, não foram encontradas boas fundamentações e base para se fazer essa comunicação pública de forma a atingir toda a população, criando uma comunicação eficaz entre o governo e o povo.

Estamos longe de possuir um governo com uma comunicação eficaz com o seu povo, pois para isso acontecer, no mínimo deveríamos encontrar propostas para uma melhor comunicação de governo, pois segundo os especialistas, uma política pública nasce nas propostas de governo de um candidato e não encontramos propostas firmes e fundamentadas para a comunicação na esfera federal.

Dessa forma, seria necessária uma reflexão em torno do assunto, sendo que na Europa, por exemplo, cada vez mais ouvimos falar sobre comunicação pública e um país como o Brasil, poderia se antecipar, para não ficar tão atrasado nessa área e quem sabe sair à frente, se tornando modelo em tal área, além de que com essas medidas, traria inúmeros benefícios à população em geral.

6.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAÃO, Pauliane Lisboa. **Políticas Públicas e diversidade sociocultural**. Rev. Bras. De Políticas Públicas, Brasília, v.1, n.3, p. 1-20, dez. 2011.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília. Intercom, 2006. 1 v. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2014.

BUCCI, Maria Paula Dallari. **Direito administrativo e políticas públicas**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CANELA, Guilherme. **A cobertura jornalística das políticas públicas sociais: elementos para debate**. In: Políticas Públicas sociais e os desafios para o jornalismo. ANDI, 2010.

CAPARELLI, Sérgio; MARQUES DE MELO, José (CNPq). **A Pesquisa em Comunicação de Massa no Brasil: Avaliação e Perspectivas**. INTERCOM (Revista Brasileira de Comunicação). São Paulo: CNPq, 2000.

CASTRO, Maria Helena Guimarães. **Políticas Públicas: conceitos e conexões com a realidade brasileira**. In: Políticas Públicas sociais e os desafios para o jornalismo. ANDI, p. 66-80, 2010.

CUNHA, Bruno Santos. **Direitos fundamentais: da constituição às políticas públicas**. Rev. Bras. De Políticas Públicas, Brasília, v.1, n.1, p. 65-82, jan./jun. 2011.

DE MESQUITA, WákilaNieble Rodrigues. **Políticas de acesso à informação: a Transparência Ativa nos sites dos Institutos Federais de Educação Ciência e Tecnologia**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Águas Claras – DF, 2014.

FONSECA, Ana. **A evolução histórica das políticas sociais no Brasil**. In: Políticas Públicas sociais e os desafios para o jornalismo. ANDI, p. 94-103, 2010.

GOMES, Pedro G. **Comunicação Social: filosofia, ética, política**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1997.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, L. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LIEDTKE, Paulo Fernando. **Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil**. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. Vol. 1 nº 1 (1), agosto-dezembro/2003, p. 39-69.

ANJOS, M. A. D.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. São Paulo: Atlas, 2002.

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo**. XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares – INTERCOM, 1999.

OLIVEIRA, Djalma de P.R. de. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Plano de Governo. **Candidato Aécio Neves**. Disponível em <www.aecioneves.com.br>, acessado em 01 de outubro de 2014.

_____. **Candidata Dilma Rousseff**. Disponível em <www.dilma.com.br>, acessado em 01 de outubro de 2014.

_____. **Candidato Eduardo Jorge**. Disponível em <www.eduardojorgepv.com.br>, acessado em 01 de outubro de 2014.

_____. **Candidato José Maria Eymael**. Disponível em <www.psdc.org.br>, acessado em 01 de outubro de 2014.

_____. **Candidato Levy Fidelix**. Disponível em <levyfidelix.com>, acessado em 01 de outubro de 2014.

_____. **Candidata Luciana Genro**. Disponível em <lucianagenro.com.br>, acessado em 01 de outubro de 2014.

_____. **Candidata Marina Silva**. Disponível em <marinasilva.org.br>, acessado em 01 de outubro de 2014.

_____. **Candidato Pastor Everaldo**. Disponível em <www.blogdoeveraldo.com.br>, acessado em 01 de outubro de 2014.

RAMOS, Murilo César. **Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. Direitos à Comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, p. 245-253, 2005.

RUA, Maria das Graças; ROMANINI, Roberta. **Para aprender políticas públicas**. Unidade IV - Tipologia e Tipos de políticas públicas. 2014. Disponível em: <http://igepp.com.br/uploads/ebook/para_aprender_politicas_publicas_-_unidade_04.pdf>, acessado em 10 de janeiro de 2014.

SOUZA, Celina. **Políticas Públicas: Questões Temáticas e de Pesquisa**. Sociologias, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006, p. 20-45.