

41º Encontro Anual da Anpocs  
GT 17 Mídias, política e eleições

**Política de comunicação nos planos de governo do PT entre  
1989 e 2014**

Ivonete da Silva Lopes

**RESUMO:** Este trabalho discute como o tema política de comunicação foi ao longo dos anos tratado pelo Partido dos Trabalhadores (PT) nos seus planos de governo. O recorte temporal compreende 25 anos, entre 1989 e 2014, período no qual foram disputadas sete eleições para o executivo federal e conquistados quatro mandatos, divididos entre Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) e Dilma Rousseff (2011-2016). Adota-se como procedimento metodológico a pesquisa documental e análise de conteúdo das propostas apresentadas pelos candidatos petistas. A pesquisa comparativa entre os planos permite discutir com maior acuidade o comprometimento do PT com a regulamentação e democratização da comunicação. O estudo revela incongruências entre as orientações do partido nesse campo e as práticas de governo, assim como evidencia que o engajamento do PT para regulamentar a comunicação foi desaparecendo a cada eleição disputada. O próprio partido reconheceu recentemente que um dos equívocos cometidos durante os quatro mandatos foi não ter estabelecido como uma das tarefas prioritárias a democratização dos meios de comunicação.

**Palavras-chave:** Plano de Governo, Política de Comunicação, Partido dos Trabalhadores, Democratização da Comunicação.

## **Introdução**

O contexto político atual evidencia como a mídia hegemônica ocupa espaço como ator político que exerceu influência na mudança da trajetória da sociedade brasileira, comportamento nada insólito. Tradicionalmente, os grandes conglomerados estiveram comprometidos com as elites, portanto, avessos às transformações sociais. Embora a interferência midiática nos rumos dos país não possa ser considerado uma novidade, o reconhecimento da necessidade do país rever o cenário de concentração dos meios de comunicação e introduzir políticas de comunicação democratizantes foram apenas recentemente incorporados aos discursos dos ex-presidentes Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2010) e Dilma Rousseff (2010-2016).

Lula passou a se posicionar sobre o tema depois de seus dois mandatos. Nas falas do ex-presidente tornou-se comum menções sobre a necessidade de democratizar a mídia, como demonstra a entrevista concedida por ele para a BBC “[...] Não conseguimos avançar na democratização dos meios de comunicação de massa. O Código de Telecomunicações é de 1962 [...]. São seis famílias que detém quase o total do mercado dos meios de comunicação. Isso ainda precisa avançar muito” (SCHREIBER, 2015).

Após a reeleição de Dilma Rousseff em 2014, o assunto regulamentação dos meios de comunicação ganhou espaço nos pronunciamentos da presidente Dilma e durante a

crise política que resultou no seu impedimento. Conforme divulgado pelo portal Carta Maior, a presidente “abordou pela primeira vez, e com argumentos substanciais, a necessidade de o Brasil debater e eventualmente sancionar um marco jurídico sobre os oligopólios que dominam a produção, circulação e consumo de notícias”. E ainda questionou: “Por que qualquer setor tem regulações e a mídia não pode ter?” (PIGNOTTI, 2014).<sup>1</sup>

Os posicionamentos tanto de Lula quanto de Dilma sobre a necessidade do país alterar a infraestrutura do setor midiático foram raros e apareceram tardiamente, da mesma forma como foram escassas as ações dos dois governantes para democratizar o setor. Apesar da inércia dos governos petistas no setor da comunicação, as recentes turbulências políticas que resultaram no impedimento da presidente Dilma Rousseff geraram uma série de questionamentos e denúncias pela parcialidade da mídia hegemônica por ter colaborado com o processo que resultou no afastamento presidente, substituída definitivamente pelo vice, Michel Temer (PMDB), em agosto de 2016. Baseado neste contexto, o artigo busca contribuir para o debate sobre política de comunicação ao trazer um estudo sobre os planos de governo do PT entre 1989 e 2014. A análise comparativa permite discutir com maior acuidade o comprometimento do Partido dos Trabalhadores com a regulamentação e a democratização da comunicação.

## **Metodologia**

O caminho metodológico adotado para realização da pesquisa envolve a pesquisa documental feita nos documentos históricos do Partido dos Trabalhadores (PT). A base da análise recaiu sobre as propostas ou planos de governo que estão disponíveis no site da Fundação Perseu Abramo [[www.fpabramo.org.br/](http://www.fpabramo.org.br/)], contudo se fez algumas menções a outros documentos históricos, como as resoluções aprovadas pelos delegados do PT congressos nacionais do partido.

O recorte temporal do estudo compreende 25 anos. Inicia-se com a observação do plano de governo do PT de 1989, que marca a primeira eleição direta para presidente da república realizada depois do período da ditadura civil-militar (1964-1985), e outras seis

---

<sup>1</sup> Dilma ratifica compromisso de democratizar a mídia. Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Dilma-ratifica-compromisso-de-democratizar-a-midia/12/32195>.

eleições presidenciais: 1994; 1998, 2002, 2006, 2010 e 2014. As quatro últimas resultaram na eleição e reeleição de Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, respectivamente.

Primeiro foi observado a estrutura do documento “Plano de Governo” para identificar a prioridade do tema comunicação dentro desses documentos. Em alguns deles, por exemplo, a comunicação aparece como tópico – ou seja – esteve entre as prioridades de governo. Posteriormente, a busca pela palavra-chave “comunicação” possibilitou constatar como o termo apareceu nas propostas de governo. Após, as duas etapas leitura exploratória desses documentos, foi realizada análise de conteúdo (BARDIN, 1977) para interpretação sobre como a comunicação e as políticas para o setor foram tratadas pelo PT nas sete eleições disputadas para o executivo federal.

### **Comunicação e democratização da comunicação**

O Brasil acumula décadas de luta por políticas de comunicação que possam democratizar o setor. O movimento pela democratização da comunicação no Brasil surgiu ainda durante o regime militar. A mesma sociedade que lutava para democratizar o país entendia que o processo seria incompleto sem democratizar a comunicação. De acordo com Paulo Liedtke (2007), a reivindicação ganhou força no final da década de 1970 com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) liderando uma campanha que exigia mudanças na forma de distribuição das concessões das emissoras de rádio e televisão. Alguns anos mais tarde, em 1984, foi criada a Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação, reunindo jornalistas, sindicalistas, parlamentares e outros segmentos da sociedade. Em 1991, o movimento foi institucionalizado com a implantação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Desde o início do movimento, o controle social dos meios de comunicação e o fim do oligópolio midiático fizeram parte da pauta reivindicatória.

A Constituição Federal de 1988 é um marco do processo da redemocratização brasileira e, inegavelmente, trouxe avanços à democracia. Estabeleceu valores como a transparência pública; separação entre o público e o privado<sup>2</sup>; e criou mecanismos

---

<sup>2</sup> Um dos exemplos da separação entre o público e o privado tocante à comunicação está no artigo 54. Nesse consta que políticos a partir do momento em que assumem o cargo não podem: “firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, (...) ou empresa concessionária de serviço público” e serem “proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público” (BRASIL, 1988).

institucionais visando garantir a participação da sociedade civil, por meio dos conselhos, nas decisões das políticas públicas. O controle social das políticas públicas ou *accountability*, é uma forma de democratização da gestão pública. Essa prática vem sendo adotada em vários setores, sobretudo na saúde e educação.

Segundo Lima (2009)<sup>3</sup>, “fala-se de controle social da educação ou de controle social da saúde sem que ninguém tenha dúvidas de que se trata de um mecanismo democrático de gestão que funciona normalmente no Estado de direito”. O autor chama a atenção que o controle social é aceito pelos meios de comunicação quando se refere a alguns setores, como saúde e educação. No entanto, quando o mesmo é discutido para ser aplicado à televisão e ao rádio, os argumentos são outros, passando, na maioria das vezes, a ser considerado como censura. Um dos problemas está na ausência dessa discussão, quando se fala na televisão brasileira, principalmente naquelas que compõem o oligopólio do setor da comunicação e que possuem maior audiência, tornando, assim, a discussão desconhecida por grande parte da sociedade.

Segundo Guilherme Canela (2007, p.146), a campanha dos meios de comunicação contra qualquer tentativa de regulação nem sempre é explícita, “[a interdição] pode se dar simplesmente pela não discussão do assunto, ou seja, por uma definição da agenda que nem sequer põe em pauta a questão da comunicação. Definir a agenda é um grande instrumento de poder”.

Em decorrência dessa interdição feita pelos empresários da mídia que impedem o debate público sobre a regulamentação e, provavelmente, acabam influenciando o recuo de ações governamentais que poderiam alterar o marco regulatório, registra-se o pouco avanço neste setor. Nos 13 anos de governo do PT, pouco foi feito em termos de política de comunicação o que frustrou a expectativa dos movimentos sociais (CABRAL, 2008).

Não houve reformas para adequação da legislação às transformações sociais, culturais e tecnológicas pelas quais passou o país desde 1962, ano em que foi instituído o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), a principal lei que ainda rege a radiodifusão. A manutenção do parâmetro legal pode ser atribuída ao fato de que as leis existentes, conforme Bolaño (2007, p.7) formalizam um determinado consenso social “que retrata a posição relativa dos diferentes atores na estrutura hegemônica da sociedade num

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=550IPB001>

dado momento e cuja validade se prolonga no tempo de acordo com o prolongamento daquela estrutura”.

Essa situação se alimenta da prática governamental da sobreposição de normas - decretos e portarias. Observa-se que essa tem sido a regra no tocante à radiodifusão: a ausência de uma política de comunicação, no sentido definido por Beltrán (1976, p. 4), “[...] um conjunto integrado, explícito e duradouro [...] harmonizadas em conjunto coerente de princípios e normas para guiarem a conduta das instituições especializadas no manejo do processo de comunicação em um país”. Outro aspecto levado em consideração pelo autor é a importância do Estado para conduzir o processo de organização do setor, entretanto ele sublinha que na elaboração de uma política de comunicação deve ser priorizada a participação da sociedade civil.

Os atributos apontados por Beltrán (1976) não estão presentes no cenário brasileiro da comunicação. As leis nessa área não formam um corpo claro, unificado e duradouro<sup>4</sup>. Parte da normatização ocorre por intermédio de portaria, um instrumento frágil que pode ser revogado a qualquer momento por tratar-se de um ato administrativo estabelecido pela autoridade pública de plantão. O mesmo não ocorre com as leis, que, para vigorarem, precisam ser aprovadas pelo Congresso Nacional, assim como qualquer outra alteração (extinção, emenda ou revogação). Neste sentido corrobora Moraes (2007, p. 263) que a política pública “ pressupõe uma estratégia de ação, um marco de orientação da autoridade pública e sua relação com a sociedade que objetive o interesse público” .

Situação que leva a inferir que, embora a participação seja imprescindível à consolidação da democracia, assim como para conquistas de direitos sociais, mudanças, conforme frisa Dênis de Moraes, dependem de variadas ações coordenadas e permanentes. Segundo o autor, “[...] não adianta ter princípios gerais democráticos se não houver a determinação política de fazer valer as normas, regulamentações e procedimentos que garantam a sua aplicação” (MORAES, 2011, p. 163).

O exemplo exposto mostra a distância entre a mobilização e as conquistas, que, neste caso específico, a área de comunicação no Brasil, ainda não foram efetivadas. Disso não se pode inferir um certo descrédito na força da participação, mas serve para não

---

<sup>4</sup> A fragmentação normativa nessa área diminuiu pelo menos em relação à televisão por assinatura. A Lei nº 12.485/2011 unificou as normas para as diferentes modalidades de TV paga.

depositar nela unicamente a capacidade de transformações. Além disso, indica que a participação e seus resultados também dependem da “vontade” política de governos ou de de quão democrático é um Estado.

### **As propostas de governo Lula Presidente**

A apresentação oficial da proposta ou plano de governo passou a ser recentemente uma exigência da justiça eleitoral para se efetuar o registro de candidaturas para os cargos de prefeito, governador e presidente da república. A determinação está impressa no inciso IX, da lei 12.034 de 2009. Essa medida pode até parecer meramente a exigência de mais um documento pela justiça eleitoral para que os partidos políticos possam inscrever os seus respectivos candidatos, considerando que a lei não traz nenhuma penalização caso o candidato eleito não cumpra o plano de governo registrado. No entanto, como argumenta Silva (2010)<sup>5</sup> ao dar visibilidade das “propostas à imprensa, e por ela à opinião pública, o conhecimento dos planos de governo do candidato, a justiça eleitoral propicia o nascimento das discussões e comparativos entre as diversas plataformas”.

Além de possibilitar o comparativo entre as propostas de diversos candidatos, esses documentos constituem material para acompanhar a execução das promessas feitas pelos eleitos. Mesmo que não exista punição para o descumprimento do plano, acaba gerando, conforme afirma Rollo (2010)<sup>6</sup> “uma pena moral, qual seja, ter uma agenda a cumprir que, caso não atingida, poderá gerar críticas ao descumpridor, aclarando aspectos morais do descumprimento” . Adiciona-se aos argumentos de Silva e Rollo (2010) que planos de governo possibilitam, também, o acompanhamento da série histórica de temas inseridos como prioritários dentro das diretrizes do governo, como é o caso neste texto.

Ao analisar o tratamento recebido pelo tema comunicação nos sete Planos de Governo do Partido dos Trabalhadores que orientaram as campanhas entre 1989 e 2014, cabe destacar que embora a obrigatoriedade da apresentação das propostas de governo em formato de documento seja recente, a partir de 2009, o PT tradicionalmente tornou público

---

<sup>5</sup> *O plano de governo como requisito para o registro de candidatura*. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=7835](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7835)

<sup>6</sup> Rollo citado por Silva em *O plano de governo como requisito para o registro de candidatura* (nota 5).

esses documentos que podem ser encontrados de forma organizada no site da Fundação Perseu Abramo<sup>7</sup>.

Em 1989, na primeira eleição direta depois de 29 anos, o país estava iniciando o processo de redemocratização quando o PT lançou Lula como candidato à presidência da república, o vice era José Paulo Bisol (PSB-RS). Naquele momento a memória recente da ditadura civil-militar e as desigualdades sociais presentes no país, além da origem de luta operária, contribuíram para imprimir a necessidade de mudança no título do plano *Brasil Urgente, Lula Presidente*<sup>8</sup>. Demonstra preocupação com a democratização<sup>9</sup> da sociedade (palavra que aparece 16 vezes no plano) fazendo referência a imprescindibilidade do país democratizar o acesso à terra, ao Estado, ao judiciário, ao aparelho estatal, entre outros.

Ao que se refere à comunicação, há quatro referências à expressão democratização da comunicação. Faz crítica ao oligopólio midiático e às dificuldades que se teve para construir diretrizes democrática na constituinte de 1988. Sugere como medidas para democratizar o setor:

1.Unificação de todo o controle da política de comunicação social num Conselho de Comunicação Social independente e autônomo, inclusive quanto ao sistema de concessões de rádio e TV. O Conselho deve ser integrado por trabalhadores da área (jornais, agências de publicidade, rádios e TV) e Centrais Sindicais, democraticamente eleitos. 2. As rádios e televisões só poderão ser exploradas por fundações ou associações civis sem fins lucrativos. 3.O governo da União adotará as medidas administrativas, legislativas e judiciais para eliminar o monopólio e o oligopólio da área de comunicação social. 4.Apoio à criação de canais de comunicação próprios das organizações populares (PT, 1989).

As propostas apresentadas levam a inferir o intuito à época de promover uma profunda alteração no setor, que indica que esta poderia ser feita com a redistribuição das outorgas das empresas privadas para organizações da sociedade civil e do próprio Estado. As ações podem ser consideradas como bastante ousadas, especialmente no que diz respeito à estrutura. A ênfase é no combate ao oligopólio e na implantação de uma gestão democrática da área por meio de um conselho de comunicação que seria responsável por gerir a política de comunicação, além de prever a estatização.

---

<sup>7</sup> Plano de Governo. Disponível em: <http://csbh.fpabramo.org.br/node/5881>

<sup>8</sup> Plano de Governo PT 1989. Disponível em: <http://csbh.fpabramo.orgO.br/uploads/democracia.pdf>

<sup>9</sup> Considera-se para efeito desta análise a semântica e não a classe da palavra, portanto pode ser verbo democratizar, o substantivo democratização ou o adjetivo democrático(a).

A campanha presidencial de 1994 marca a trajetória do PT por ter sido a única entre os pleitos disputados até 2014, com chapa pura. Lula teve como vice, Aloizio Mercadante, também do PT-SP. O programa de governo intitulado *Uma revolução democrática no Brasil*<sup>10</sup> salienta a democratização de vários aspectos da sociedade brasileira, tanto que chega a 281 ocorrências da palavra democratizar e seus derivados. É empregada para se referir à democratização das relações internacionais, cultural, controle social, relações de trabalho, Estado, propriedade, vida econômica, entre outras. Neste sentido variado da vida social, a palavra comunicação é mencionada 62 vezes. Percebe-se a comunicação associada às práticas democráticas no âmbito social.

No contexto deste artigo, a proposta de governo faz 17 citação da expressão democratização da comunicação e outras cinco referências à regulação ou controle social da mídia. Neste programa a comunicação perpassa vários temas e, no entanto, recebeu tratamento diferenciado por ser um tópico “Democratização da Comunicação” dentro do capítulo II Política, Cidadania e Participação Popular. Em comparação ao primeiro plano de governo, a comunicação parece melhor estruturada. Apresenta o cenário do setor marcado pela concentração econômica midiática, cruzamento horizontal e vertical de propriedade, aponta a defasagem da legislação e crítica o modelo de concessão pautado na barganha eleitoral. Evidencia ainda a padronização de conteúdo, a pouca diversidade e a produção centrada no eixo Rio de Janeiro-São Paulo. Ou seja, indicava em 1994 os problemas que ainda hoje caracterizam a comunicação brasileira.

Ao contrário do plano anterior, o de 1994 este não faz menção à redistribuição das concessões para entidades sem fins lucrativos e ao próprio Estado. Não sugere a estatização, mas enfatiza que o governo deverá “estabelecer novas relações entre Estado, setor privado e sociedade para estruturar os sistemas de comunicação e definir o papel cultural, político e econômico desempenhado pelos meios de comunicação; criar condições favoráveis para a concorrência, [...] e de ampliação do mercado [...]” (PT, 1994).

Explicita-se que a política de comunicação deverá buscar a democratização para garantir aos “cidadãos o direito de informação e expressão, ampliar espaços e meios públicos [...], instituir formas de controle social [...] aperfeiçoar os serviços estatais e regular a esfera privada, de forma a impedir a existência de oligopólios” (PT, 1994). As

---

<sup>10</sup> Programa de governo PT 1994 disponível em: <http://csbh.fpabramo.org.br/uploads/basesdoprogramadegov.pdf>

mudanças sugeridas atingem um amplo espectro desde a infraestrutura, o controle social sobre a mídia e o fortalecimento da comunicação pública.

Inserir-se ainda no plano a questão da diversidade. Apresenta como proposta a adoção da representação proporcional dos grupos étnicos em todas as campanhas e atividades de comunicação do governo e de entidades que tenham investimento político ou econômico da União; além de estimular a diversidade, combater o preconceito a gays e lésbicas; promover inclusão dos portadores de necessidades especiais. O plano apresentava uma visão ampla de comunicação que pudesse contribuir para a construção de uma sociedade mais plural e com respeito às diferenças.

No programa de governo de 1998, o tema comunicação deixa de ser prioridade. É mencionado apenas uma vez para enunciar que: “Os meios de comunicação devem ser instrumentos de educação, difusão da cultura, valorização do ser humano e a serviço da paz social e da vida civil solidária (PT, 1998). O entendimento de comunicação fica reduzido ao caráter instrumental de contribuir para educação e cultura, assim como não faz nenhuma menção à regulamentação ou à necessidade de democratizar e diversificar os conteúdos, temas muito presentes nas propostas apresentadas em 1994.

O plano de 1998 é bastante emblemático por fazer uma menção sutil à comunicação, considerando que tanto Lula quanto Brizola nas suas respectivas trajetórias políticas receberam tratamento desfavorável da mídia hegemônica, especialmente das organizações Globo. Segundo o *Observatório da Imprensa*, a Rede Globo de Televisão deu suporte aos militares e a seus aliados na tentativa de impedir que Leonel Brizola fosse eleito governador do Estado do Rio de Janeiro, em 1982. O processo ficou conhecido publicamente como “Caso Proconsult”<sup>11</sup>. Em relação a Lula, nas eleições de 1989 vários pesquisadores apontaram a cobertura favorável ao vencedor do pleito, candidato do (PRN-AL) Fernando Collor (FERES, SASSADA, 2016)<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> O esquema da fraude deveria funcionar na etapa de totalização final dos votos, quando, em função de um cognominado ‘diferencial delta’, os programas instalados nos computadores da empresa Proconsult, contratada pelo Tribunal Regional Eleitoral do Rio para o serviço, subtrairiam uma determinada porcentagem de votos dados a Brizola transformando-os em votos nulos, ou promoveriam a transferência de sufrágios em branco para a conta do então candidato governista, Moreira Franco. A falsificação na contagem foi descoberta graças ao trabalho da imprensa, sobretudo a partir do esquema de apuração paralela ao do TRE-RJ montado pela Rádio Jornal do Brasil – cuja cobertura daquelas eleições concorreu e levou larga vantagem sobre o aparato armado pelo conglomerado de mídia hegemônico no estado, as Organizações Globo. Disponível em: <sup>11</sup> Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/memoria/a-globo-e-a-proconsult/>.

<sup>12</sup> Na eleição de 1989, no dia seguinte ao debate entre os dois candidatos, o Jornal Nacional exibiu matéria que gerou muita polêmica. “A Globo foi acusada de selecionar os melhores momentos de Collor e os piores

Devido a essas experiências dos candidatos, esperava-se propostas mais contundentes em 1998 para regulamentar o setor. Contudo, pode-se levantar como hipótese que a redução da comunicação dentro do plano de governo, assim como sua fragilidade, poderia indicar um aceno aos empresários do setor midiático, sugerindo que não haveria mudanças substanciais no setor, e desta forma, aumentar a chance de vencer as eleições

Na campanha de 2002 (Lula-José de Alencar PL-MG), o assunto comunicação recebeu tratamento um pouco mais amplo se comparado à eleição anterior, no entanto distante das duas primeiras campanhas. A palavra aparece seis vezes no plano e democratização apenas uma. É importante destacar que, de modo geral, comunicação vem associada à expansão dos serviços de telefonia (telecomunicações) em virtude da privatização dos serviços ocorrida em 1998. As metas de governo indicavam a preocupação em garantir a universalidade de acesso à comunicação móvel e telefonia fixa. Comunicação também aparece vinculada à cultura.

Esse movimento de democratização cultural da sociedade brasileira só estará completo se for acompanhado da *democratização dos meios de comunicação*. É fundamental garantir a *mais irrestrita liberdade de expressão*. Os avanços tecnológicos pelos quais vêm passando o setor de comunicações deverão ser utilizados para colocar velhos e novos meios a serviço da sociedade, permitindo que se expressem da forma mais livre e plural possível. As comunicações cumprirão também importante papel a serviço da educação, da valorização e difusão da produção cultural do País e do mundo (PT, 2002, p. 4)<sup>13</sup>

Embora o plano de governo se reporte à democratização da comunicação, não se observa nenhuma especificação do que se entende ou como se pretende democratizar o setor. Infere-se também a incorporação do discurso da grande mídia sobre a importância de se garantir a liberdade de expressão, argumento que os conglomerados midiáticos se utilizam para blindar a sociedade de qualquer debate da regulamentação e da implantação de mecanismos de controle social da mídia.

Nas propostas para a reeleição em 2006, não apresenta divergência em relação às metas de governo da campanha anterior. As referências no texto feitas às palavras

---

de Lula, favorecendo, assim, o candidato do PRN. Foi acusada também de privilegiar as intervenções de Collor já que ele recebeu um minuto e meio a mais do que Lula” (MEMÓRIA GLOBO)<sup>12</sup>. Nas campanha eleitoral de 1994, o candidato vitorioso Fernando Henrique Cardoso (PSDB) recebeu cobertura positiva da mídia em relação a Lula, conforme Feres e Sassada (2016).

<sup>13</sup> Disponível em: <http://novo.fpabramo.org.br/uploads/programagoverno.pdf>

comunicação e democratização são as mesmas, seis e duas respectivamente. Contudo cabe destacar um fragmento: “Será garantida a democratização dos meios de comunicação, permitindo a todos o mais amplo acesso à informação, que deve ser entendida como um direito cidadão” (PT, 2006, p.13). O plano avança em relação ao anterior ao afirmar que se irá incentivar a criação de sistemas democráticos de comunicação, “favorecendo a democratização da produção, da circulação e do acesso aos conteúdos pela população; e Fortalecer a radiodifusão pública e comunitária, a inclusão digital, as produções regional e independente e a competição no setor” (idem).

### **Os planos de governo Dilma Presidente**

Na tentativa de conquistar o terceiro mandato consecutivo, o PT com a candidatura de Dilma Rousseff e Michel Temer (PMDB) começou sendo alvo de polêmica ao entregar o primeiro programa de governo no Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Plano que foi imediatamente substituído por uma versão mais “adequada” às exigências, sobretudo, da grande mídia. Sublinha Lima (2012, p. 319) que ao tornar o documento público, “a grande mídia passou a nomeá-lo como ‘polêmico’ e/ou ‘radical’. Horas depois, o comando da campanha decidiu alterar vários trechos do programa originalmente entregue ao TSE”.

De acordo com o Portal Vermelho (2010), “o documento correto, ainda segundo a assessoria, é o programa da campanha, diretrizes provisórias que ainda receberão as contribuições dos partidos coligados” .Na análise do site, foram retirados da segunda versão das propostas de governos bandeiras importantes para a esquerda, como a “redução da jornada de trabalho, não criminalização dos movimentos sociais, taxaço de grandes fortunas e democratização dos meios de comunicação”<sup>14</sup>.

Primeiro cabe apresentar o trecho retirado da versão original, motivo de polêmica na mídia. De acordo com a proposta “o aprofundamento da democracia brasileira passa por uma forte circulação de ideias, pelo livre acesso aos bens culturais de toda a humanidade e pela possibilidade de expressão de nossa diversidade cultural, das manifestações populares às de vanguarda”. Portanto, haveria necessidade de mudar o

---

<sup>14</sup> *PT substitui programa de governo de Dilma apresentado ao TSE.* Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/noticia/132759-1>

cenário atual formado por um “único veículo cultural e de informação, com as cadeias de rádio e de televisão, em geral, pouco afeitas à qualidade, ao pluralismo, ao debate democrático”. Previa, então:

Medidas que promovam a democratização da comunicação social no país, em particular aquelas voltadas para *combater o monopólio* dos meios eletrônicos de informação, cultura e entretenimento. Para isso, deve-se levar em conta as resoluções aprovadas pela 1ª. *Confecom*, promovida por iniciativa do governo federal, e que prevêem, entre outras medidas, o estabelecimento de um *novo parâmetro legal* para as telecomunicações no país; a reativação do Conselho Nacional de Comunicação Social; o fim da propriedade cruzada; exigência de uma porcentagem de *produção regional*, de acordo com a Constituição Federal; proibição da sublocação de emissoras e horários; e direito de resposta coletivo (PT, 2009 – grifo da autora).

O que foi tomado como problemático pela mídia e, por isso, alvo de críticas não tem nada de revolucionário. O programa apresenta o contexto de concentração marcado pela pouca pluralidade de ideias, e de forma bastante legalista. Isto significa que baseado na Constituição Federal de 1988, foram propostas mudanças no que tange ao combate ao monopólio e propriedade cruzada, reativação do Conselho Nacional de Comunicação Social e regionalização da produção.

Sobre a Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), realizada em 2009, trata-se das propostas construídas democraticamente pela sociedade em conferências municipais, estaduais e depois a nacional. Considerar as demandas da sociedade para implementar alterações na comunicação parece algo salutar. Sob a perspectiva da mídia hegemônica existem palavras proibidas que não podem ser ditas pelo aspirante ao governo federal, como: “regulamentação” ou conforme o texto “novo parâmetro legal” e ainda “regionalização da produção”. Ou seja, não admitem sair da situação confortável e privilegiada que desfrutam desde a origem da comunicação no Brasil.

No plano oficial (2ª versão), as ações previstas para a comunicação ficaram no âmbito de uma política cultural, com a implantação de centros culturais, salas de cinema, museus, teatros, entre outros. “Estímulo ao consumo de bens culturais e rede de equipamentos, como centros culturais, museus, teatros e iniciativas que estimulem o debate de ideias, com o fortalecimento das redes públicas de comunicação e o uso intensivo da blogosfera” (PT, 2009).

Os problemas enfrentados com as propostas de governo em 2009 provavelmente influenciaram o modo de abordar o tema comunicação na última campanha eleitoral. Para o pleito de 2014, o tema praticamente desapareceu. A única menção se deu no sentido de manifestar que nada seria feito para contrariar os interesses empresariais “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” (PT, 2013).

### **Considerações finais**

Buscou-se neste texto refletir sobre o tratamento diferenciado que o tema comunicação recebeu nas propostas de governo do Partido do Trabalhadores. Observa-se que em 1989 e 1994 encontram-se referências explícitas à regulamentação dos meios de comunicação e aponta a necessidade de democratizá-los. Não se faz referência ao assunto em 1998, mas o tema retorna de forma menos contundente em 2002 e 2006. Contudo, houve completo desaparecimento das palavras regulamentação e democratização da mídia nos planos de governo de 2010 e 2014.

Esses documentos revelam o abandono de uma das bandeiras históricas de luta do PT, a democratização da comunicação. Evitar o confronto com os grandes conglomerados de comunicação foi a práxis de quatro mandatos de coalização sob a liderança petista. No entanto, “sustentar ” a mídia hegemônica não foi o suficiente para garantir a estabilidade política. As cinco redes privadas juntas receberam, entre 2008 e 2014, R\$7,3 milhões do governo federal. Desse montante somente a Globo ficou no período com R\$3,9 milhões, enquanto a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) teve no mesmo período orçamento de R\$3,1 milhões.

Os acontecimentos recentes ratificam que não há democracia consolidada sem a democratização dos meios de comunicação. O próprio PT, no congresso realizado em 2015 avaliou que o afastamento desta proposta política foi um erro cometido pelos governos petistas. “O principal destes equívocos foi não ter estabelecido como tarefas prioritárias, desde o princípio, a reforma do sistema político e a democratização dos meios de comunicação” (PT, 2015).

É relevante destacar que as resoluções aprovadas pelos delegados partidários nos congressos do partido continuaram considerando o tema democratização da comunicação

como medida necessária para o país, contudo essa preocupação não se manifestou nos planos de governo e nas ações dos governantes petistas.

### **Referências bibliográficas**

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Rio de Janeiro: Edições 70, 1991.

BELTRÁN, Luis Ramiro. Políticas nacionales de comunicación en América Latina: Los primeros pasos. *Nueva Sociedad*, nº 25 julio-agosto, 1976 (p. 4-34).

BOLAÑO, César. *Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil ?* São Paulo: Paulus, 2007.

BRASIL. *Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009*. [Altera o Código Eleitoral]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Lei/L12034.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L12034.htm). Acesso em: 5 nov. 2016.

BRASIL247. *Vamos ter de democratizar a mídia*. Disponível em: <http://www.brasil247.com/pt/247/midiatech/109395/Lula-%E2%80%9CVamos-ter-de-democratizar-a-m%C3%ADdia.htm>. Acesso em 2 nov.2016;.

CABRAL, Adilson; CABRAL, Eula. *O Estado como artífice do público no governo Lula: análise do sistema público de comunicação no Brasil*. Disponível em:[http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/ulepicc2008/anais/2008\\_Ulepicc\\_0143-0160.pdf](http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/ulepicc2008/anais/2008_Ulepicc_0143-0160.pdf). Acesso em: 4/10/2011.

EGYPTO, Luiz. *A Globo e a Proconsult*. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/memoria/a-globo-e-a-proconsult/>. Acessado em 12 de 2015.

FERES Júnior, João; SASSARA, Luna de Oliveira. O cão que nem sempre late: o Grupo Globo e a cobertura das eleições presidenciais de 2014 e 1998. In: *Revista Compólitica*. v. 6, n. 1 (2016).

LIMA, Venício. *Política de comunicações: um balanço dos governos Lula (2003-2010)*. São Paulo: Publisher, 2012.

MEMÓRIA GLOBO. *As eleições e o debate Collorx Lula*. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/as-eleicoes-e-o-debate-collor-x-lula.htm> Acessado em 12 de 2015.

MORAES, Dênis de. *Vozes abertas da América Latina: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, Faperj, 2011.

MORAES, Geórgia. A tensão entre liberdade de expressão e direito à informação: empecilho à elaboração de políticas de comunicação. In: RAMOS, Murilo César; SUZY, Santos. *Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas*. São Paulo: Paulus, 2007.

PORTAL VERMELHO. *PT substitui programa de governo de Dilma apresentado ao TSE*. Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/noticia/132759-1>

PT. *Programas de Governo*. Disponível em: <http://csbh.fpabramo.org.br/node/5881>

PIGNOTTI, Dario. *Dilma ratifica compromisso de democratizar a mídia*. Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Dilma-ratifica-compromisso-de-democratizar-a-midia/12/32195>. Acesso em: 2 nov. 2016.

SCHREIBER, Mariana. *Democracia, 30 anos: Lula defende reforma política e democratização da mídia para país avançar mais*. Disponível em: [http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/03/150315\\_democracia\\_liderancas\\_ms\\_lk](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/03/150315_democracia_liderancas_ms_lk). Acesso em: 2 nov. 2016.

SILVA, José Renato de Oliveira. O plano de governo como requisito para o registro de candidatura. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XIII, n. 77, jun 2010. Disponível em: [http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=7835](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7835)>. Acesso em 5 nov 2016.