



Presidência da República
Casa Civil
Secretaria de Administração
Diretoria de Gestão de Pessoas
Coordenação – Geral de Documentação e Informação
Coordenação de Biblioteca



BIBLIOTECA DA

PRESIDÊNCIA

DA REPÚBLICA

*Discurso na solenidade de assinatura
do decreto de desregulamentação
da publicidade*

PALÁCIO DO PLANALTO, BRASÍLIA, DF, 26 DE JUNHO DE 1997

Senhor Secretário de Comunicação Social, Embaixador Sérgio Amaral; Senhor Flávio Correia, Presidente da Abap; Senhor Valdir Siqueira, Presidente da Fenapro; Dr. Paulo Cabral, Presidente da ANJ; Joaquim Mendonça, da Abert; Senhores representantes de vários setores da publicidade, da mídia em geral; Senhoras e Senhores,

O mais expressivo deste encontro já foi aqui dito pelos que me antecederam. É com satisfação que eu vejo – e não poderia ser diferente – que um setor tão dinâmico quanto esse da publicidade se reorganiza para estar em consonância com o processo de transformação que ocorre hoje no Brasil.

Mas é importante que esse setor também tenha essa compreensão e tenha tomado as decisões que está tomando de, de alguma maneira, se auto-regulamentar e permitir que o Governo tenha, já a partir dessa auto-regulamentação, um ponto de referência para as decisões que dizem respeito à esfera pública. Acho que isso mostra que o setor entendeu a sua função e sua responsabilidade diante da sociedade brasileira.

Nós temos, nos últimos anos, como todos sabem, nos empenhado muito nas transformações da economia brasileira. Os mercados mudaram. Mudaram no mundo, estão mudando no Brasil. O Embaixador Sérgio Amaral mencionou um fato que é importante: essa globalização não significa, não pode significar apenas a participação marginal do Brasil em processos globais ou uma participação maciça do setor internacional no Brasil. Tem que haver um equilíbrio nisso. E esse equilíbrio depende, em grande parte, de nós, da nossa própria agressividade, da capacidade que tenha o Governo também de, na justa proporção, criar os instrumentos que vão permitir uma competição adequada, uma competição que não seja em detrimento dos nossos interesses. Isso está acontecendo. E o setor de publicidade tem todas as condições para avançar muito.

E o Embaixador Amaral mencionou algo que também é verdadeiro: nós temos diante de nós, nesse processo de globalização, uma globalização mais próxima, que é o Mercosul. E no Mercosul nós podemos ter um papel dinâmico, com a mesma perspectiva, evidentemente. Ninguém tenha nem a ilusão, que seria uma ilusão equivocada, de imaginar que nós possamos afastar competidores que são de outros países do Mercosul. Mas, sim, podemos nos associar. Podemos e devemos participar mais ativamente desse mercado. Com isso, não quero restringir as nossas ambições à nossa área geográfica imediata. Acredito que, no futuro, teremos maior capacidade também de uma presença ativa em um nível mais geral, mais global.

Entretanto, se essas modificações que estão ocorrendo no mercado são importantes, mais importante do que elas são as modificações que ocorrem na sociedade. O mercado é apenas uma das dimensões da sociedade. Por economia de palavras, muitas vezes se fala só da globalização dos mercados e se deixa de lado a grande transformação do mundo contemporâneo, que é a das sociedades.

Nós estamos vivendo uma outra era, estamos começando a viver uma outra era. Essa outra era implica, primeiro, cidadania, ou seja, que cada participante, cada membro de uma comunidade nacional tenha noção ou comece a ter noção da sua importância como parte dessa sociedade e deseje participar ativamente do processo de decisão.

No início, isso aparece de forma um tanto canhestra, muitas vezes são manifestações até inaceitáveis, mas que, no fundo, se tivermos a capacidade de conduzir o processo político de maneira adequada, vão resultar numa ampliação da cidadania. Muitas vezes, aparecem como reivindicações até *ex-abrupto* ou de formas que não são as aceitáveis institucionalmente. Mas, com o tempo, acabam por se transformar em mecanismos de ampliação da participação do conjunto da sociedade nos mecanismos decisórios.

Isso implica, naturalmente, uma mudança no governo, no aparelho de Estado, que, se no passado foi pensado como uma espécie de couraça que resistia a todas as pressões da sociedade, hoje deve ser pensado como uma peneira, ou filtro, melhor dito, que permite que as manifestações da sociedade, não é que cheguem só ao Governo e ao Estado, mas sejam parte constitutiva do processo decisório dentro do Estado. Isso é uma mudança muito grande e muito difícil de ser compreendida, porque os que vêem o Estado à moda antiga crêem que qualquer presença não funcional, não de funcionários, não burocrática ou não política – político-partidária –, dentro do Estado é indevida. Ora, não. No mundo que se está formando é o contrário. Passa a ser indevida a presença exclusivamente burocrática porque se corporativisa; ou a presença exclusivamente de política, quando ela vira clientelismo.

Tem que haver mecanismos que levem, realmente, a uma fluidez da sociedade frente ao Estado e do Estado frente à sociedade, para que nós possamos construir um espaço público diferente do que era o espaço estatal autoritário, autocrático, fechado, do passado.

Então, é uma mudança importante essa a que estamos assistindo no Brasil. Isto aqui é parte desse processo, em que o Estado dialoga, conversa, discute, assume as suas responsabilidades, mas aceita uma fluidez das informações e aceita, mesmo, a discussão do próprio processo decisório, daquilo que é legítimo por parte da sociedade, por parte desses canais que estão sendo criados.

Claro, isso não implica, naturalmente, que o Estado abdique da sua responsabilidade como Estado ou do Governo como governo, porque é claro que esses mecanismos são todos parciais na sociedade. E o Gover-

no tem que ser alguma coisa que expresse o interesse coletivo, interesse geral, e esse papel é próprio de quem governa e ele não pode se alienar a interesses segmentados. Mas, entre não se alienar a interesses segmentados e não ouvir ou não tomar em consideração esses interesses segmentados vai uma diferença muito grande. No momento apropriado, o Governo decide – o Estado, mais que o Governo, porque há o Congresso, enfim, o sistema jurídico-institucional no seu conjunto.

Mas, além disso, essas modificações a que estou me referindo, que não são só do mercado, implicam modificações das instituições da sociedade. Há outras modificações que não são lindeiras com o Estado e que se dão ao nível da própria sociedade. E aí a do cidadão consumidor, que não é só o consumidor como se pensava no passado, na literatura que foi criada logo no início da formação da sociedade de massa; inclusive como pensavam muitos sociólogos, alguns extremamente famosos, da Escola de Frankfurt, que tinham horror à massificação, tinham horror à publicidade, tinham horror à televisão, tinham horror às mensagens que iam ser dirigidas – eles imaginavam – a partir de um centro que imprimiria, sobre o conjunto dos cidadãos, uma marca que seria, também essa, autoritária. Isso é passado. Hoje, a gente percebe que quem consome, o consumidor, é também um cidadão. E escolhe. Não existe essa idéia de que se impõe à população uma marca, uma vontade. Não. Há uma seleção. Há uma cidadania ativa. E isso implica que essa sociedade também está se modificando. Ela não recebe as mensagens passivamente e as engole de maneira que não tenha apelação. Pelo contrário, ela rejeita muita mensagem, ela seleciona, ela escolhe.

Então, existe, realmente, também em nível do próprio cidadão, uma modificação muito grande na sua percepção, na sua consciência, na sua forma de reagir.

É para esse mundo novo que nós precisamos de regulamentações também novas, precisamos de atitudes também novas. E isso, como nós estamos lidando, aqui, com publicidade e com o Governo, tem que estar presente, muito presente, para que nossas relações sejam limpas, sejam claras.

O Governo não pode ter a ilusão de que, comprando, ganha. Porque não ganha. Não pode ter a ilusão de que, ao fazer uma boa propaganda, só porque ela é boa, ele vai levar vantagem no conjunto da população. E não pode imaginar que a sociedade assista passivamente à utilização de recursos públicos para aquilo que não é devido. Ou a comunicação é correta e é devida, ou ela é contraproducente, tem o efeito contrário. E o Governo tem noção disso. Portanto, tem que também entender que não pode se relacionar com a cidadania em termos de manipulação, em termos de imaginar que deficiências da realidade possam ser tapadas pela comunicação. Comunicação não é para isso. Comunicação não é para enganar. É para, justamente, criar esses canais fluidos aos quais eu aqui me referi há pouco. E tampouco pode ser usada a comunicação oficial no sentido de beneficiamento de pessoas, de partidos, de segmentos. Tem que ser uma comunicação que informe o que está sendo feito.

Agora, é preciso informar o que está sendo feito, porque, numa sociedade moderna, de massas, a informação – e nisso se inclui a publicidade – é essencial, é parte do processo mais amplo de comunicação. E é essencial porque é também um dos pilares da democracia, desde que seja entendida da maneira adequada, e não como um instrumento de manipulação.

Acho que é para isso que nós estamos aqui juntos. Estamos aqui, apoiando, em conjunto, não um governo, não um presidente, não um partido, nem sequer uma política, mas essa mudança muito grande que está ocorrendo no nosso Brasil e que reflete mudanças mais amplas no nível internacional – e que nós temos que adiantar ainda mais para recuperar os tempos perdidos.

De modo que é com esse espírito que eu recebo essa regulamentação. Felicito-os. Felicito o Embaixador Sérgio Amaral, que tem sido capaz de levar, com muita lhanza e eficiência, a Secretaria de Comunicação. E ele é tão *expert* em comunicação quanto eu, não é? Somos generalistas, não sabemos especificamente, mas temos noção do que é essencial. Somos homens de governo, no sentido moderno, no sentido de pessoas que estão empenhadas em captar essas correntes de inovação que existem no mundo e aqui, no Brasil; e, de uma maneira civilizada, dialo-

gando sempre, conduzir um processo para resultados que sejam benéficos para todos.

Eu espero que disso aqui resulte um processo benéfico para todos e, sobretudo, para aqueles que são os objetos da comunicação – a imensa massa de cidadãos brasileiros.

Muito obrigado a vocês.