**ECONOMIA DE FRANCISCO: POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO PARA UM MUNDO DEMOCRÁTICO1**

Renan MARQUES2

1 Trabalho apresentado no GT1 – Políticas de Comunicação

2 Universidade Federal do Piauí, renanmarques@msn.com.

**RESUMO**

Este trabalho objetiva discutir como a comunicação e o jornalismo podem contribuir com o debate da “Economia de Francisco”, iniciativa que propõe um sistema econômico mais justo e sustentável, motivada pelo Papa Francisco e por pensadores renomados e premiados, em comunhão com jovens de diferenças crenças e nacionalidades.

A “Economia de Francisco” visa, de modo geral, uma articulação global para questionar e repensar as bases éticas do capitalismo, além da proposição de alternativas, em tempos de incertezas permanentes de um sistema econômico que produz em meio a desigualdade e devastação. Tomando como referência o frade de Assis – São Francisco –, o papa Jorge Bergoglio convocou, em 2019, jovens de todo o mundo, pesquisadores, estudantes, empreendedores, num movimento supra religioso para um encontro que aconteceria em 2020, mas foi adiado por conta da pandemia de covid-19. Desde então várias articulações se formaram por todo o mundo e o evento presencial foi remarcado para setembro de 2022, em Assis, na Itália.

Entre as mais de duas mil propostas, de 120 países, está a do Grupo Comum, da Universidade Federal do Piauí (UFPI), que propõe refletir estas questões com os estudos da Economia Política de Comunicação (EPC), da Economia Política do Jornalismo (EPJ), as políticas de comunicação para a democracia, o olhar para o mercado, os processos de convergência e as tecnologias digitais contemporâneas, e a conquista de uma cidadania plena mediada por uma comunicação social sem barreiras. Também, da atuação do jornalismo como prática e produto social. Deste modo, buscando responder ao problema temático aqui elencado de como a EPC e a EPJ podem relacionar-se à “Economia de Francisco”, este trabalho objetiva refletir sobre a proposição, elencar pontos-chave e também apontar alternativas, considerando o caráter propositivo do evento.

A comunicação deve ser vista e entendida como um direito e meio para o exercício da cidadania, por meio do qual outras políticas públicas (saúde, educação, meio ambiente, etc.) nas sociedades democráticas poderiam ser facilmente reconhecidos pela população. Dada a sua relevância na sociedade atual, a comunicação como direito, pode ser vista em diversos ordenamentos jurídicos, acordos e tratados internacionais e já destacado pela UNESCO em 1980. No entanto, a privação do direito à comunicação limita ou cria barreiras de acesso à realização dos direitos políticos da cidadania no mundo contemporâneo.

É necessário discutir e entender como este direito é cerceado, mesmo em sociedades livres, onde a comunicação e a informação são, quase sempre, controladas por grupos privados e mediadas por seus interesses. É preciso construir proposições pelas quais Estado e sociedade garantam que todos possam exercer o direito de expressar-se livremente. Propõe-se, para além do poder econômico que gera desigualdades, que este contrapoder, instrumento da comunicação, produza desenvolvimento de liberdades, entre elas as liberdades políticas (SEN, 2000) e o exercício de uma cidadania ativa, na qual os sujeitos sejam protagonistas da própria felicidade. O desenvolvimento econômico deve ter como fim a liberdade e felicidade coletivas, e isto deve dar sentido à política pública e democrática.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

DOURADO, Jacqueline; LOPES, Denise; MARQUES, Renan. **Economia Política do Jornalismo**: tendências, perspectivas e desenvolvimento regional. Teresina: EDUFPI, 2016.

FRANCISCO, **Papa. Carta do Papa Francisco para o evento "Economy of Francesco".** Disponível em: <http://www.vatican.va/content/francesco/pt/letters/2019/documents/papa francesco\_20190501\_giovani imprenditori.html >. Acesso em: 10 jan. 2020.

FRANCESCO ECONOMY. **Informações sobre o evento**. Disponível em: francescoeconomy.org >. Acesso em: 20 fev. 2020.

MARQUES, Renan da Silva. **Rede Clube**: movimentos estratégicos como processo de regionalização e manutenção de liderança no mercado 2016. 155 f. Dissertação Mestrado em Comunicação) Programa de Pós Graduação em Comunicação PPGCOM, Universidade Federal do Piauí, Teresina.

SEN, Amartya. 2000. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras.