

# MídiaCom

Outubro 2007 nº 6

## DEMOCRACIA

Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

Rede nacional  
promete ser  
compartilhada



TV  
Pública

Conferência  
mais próxima  
de acontecer

Mídia não assume,  
mas faz política o  
tempo todo

Há vagas  
para leitores de  
entrelinhas.



Ajude a fazer a revista do FNDC.

Escreva para [imprensa@fndc.org.br](mailto:imprensa@fndc.org.br)

## Uma comunicação mais ou menos pública

**P**úblico, privado e estatal. O caráter dos veículos de comunicação via radiodifusão de sons e imagens possui garantias na Constituição Federal brasileira, que prevê a complementaridade dos sistemas. Diferentes interpretações conceituais e anos de prática auto-regulamentadora, entretanto, dificultam o enquadramento das emissoras nos preceitos definidos pela Carta.

Na formação da nova TV pública do País, grandes debates foram deflagrados, há um ano, colocando na mesa detalhes nunca antes tão esmiuçados sobre o setor. O envolvimento da sociedade civil que escreve a trajetória da TV pública no Brasil foi uma contribuição inédita neste processo. Prestes a iniciar as transmissões, porém, restam dúvidas sobre esta rede que está nascendo. Pública ou estatal? Governo e entidades ligadas ao setor divergem sobre esses conceitos.

Para tratar dessas diversas interpretações, discordâncias e diversidades é que o FNDC propõe, historicamente, a realização de uma Conferência Nacional de Comunicação, envolvendo todos os grandes temas que compreendem essa área. Neste sentido, desenvolve esforços sem trégua para que essa conferência se realize da forma mais plural possível. No cerne dos debates propostos, a construção de um novo marco regulatório para as Comunicações no Brasil. Imprescindível. Ainda no campo do interesse público, como estão sendo tratadas as concessões no País? Negócios de gaveta configuram uma prática bastante comum, que ocorrem, porém, à margem da lei.



4

entrevista

### Antonio Albino Canelas Rubim

A mídia insiste em dizer que não faz política, mas faz. É o que afirma o pesquisador Antonio Canelas Rubim, professor da UFBA. Ele aponta que a grande mídia brasileira é dominada por interesses de classe social e os meios digitais de comunicação representam uma oportunidade de democracia para o setor.



9

concessões

### Contratos de gaveta

À margem da lei, outorgas públicas passam de mão em mão, sem o conhecimento do Ministério das Comunicações. Quando não se sabe quem são os verdadeiros donos dos meios de comunicação, a concentração e a posse de emissoras por detentores de cargos públicos ficam ainda mais facilitadas.



16

televisão

### TV Pública

Conceitos em cheque. Uma rede brasileira está em construção. Entidades da sociedade civil e governo, que construíram juntos um ambiente de estudos e avaliações sobre a TV pública nacional, agora divergem sobre a forma de administrá-la.



28

conferência

### Mobilização

A necessidade de resgatar o caráter público da radiodifusão. Esse foi o chamamento principal do encontro preparatório para a Conferência Nacional da Comunicação, realizado em setembro, na Capital Federal. Trata-se de mais um passo na busca por um novo Marco Regulatório do setor no País.

## Expediente



Apoio

**Coordenação Executiva FNDC 2006-2008:** Celso Augusto Schröder – Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); Vera Lúcia Canabrava – Conselho Federal de Psicologia (CFP); José Guilherme Castro – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço); Berenice Mendes Bezerra – Associação Nacional das Entidades de Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões (Anate); Edson Amaral – Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert). **Conselho Deliberativo FNDC 2006-2008:** Comitê pela Democratização da Comunicação da Bahia; Comitê pela Democrati-

zação da Comunicação de Bauru; Comitê pela Democratização da Comunicação de Camaçari; Comitê pela Democratização da Comunicação do Ceará; Comitê pela Democratização da Comunicação de Goiás; Comitê pela Democratização da Comunicação de Lauro de Freitas; Comitê pela Democratização da Comunicação do Maranhão; Comitê pela Democratização da Comunicação de Minas Gerais; Comitê pela Democratização da Comunicação de Riachão do Jacuípe; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio Grande do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio de Janeiro; Comitê pela Democratização da Comunicação de Santa Catarina; Comitê pela Democratização da Comunicação de São Paulo; Evson Santos – Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior (Andes-SN); Juliano Maurício de Carvalho – Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo (FNPJ); Rosane Bertotti – Central Única dos Trabalhadores (CUT); José Dias Paschoal Neto – Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU)

**MídiaComDemocracia** é uma publicação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação.

Editor Executivo: Pedro Luiz da Silveira Osório (Reg. prof. n.º 4579)

Editora: Ana Rita Marini (Reg. prof. n.º 10.909)

Reportagem: Ana Lécia de Oliveira (Reg. prof. n.º 10.928),

Candice Cresqui (Reg. prof. n.º 12.933), Thaís Bretanha (Reg. prof. n.º 5.087)

e Veridiana Dalla Vecchia (Reg. prof. n.º 12.281)

Estagiários: Laura Schenkel, Fabiana Reinholz e Camila Cabrera

Editoração: Imagine Design

Colaboraram nesta edição: Gilmar Fraga, Leandro Bierhals, Marcus Manhães, Nina Furtado e Thiago Skárnio.

Impressão: Gráfica Trindade

Tiragem: 4.500 exemplares.

As opiniões aqui expressas não representam necessariamente a posição das entidades sócias do FNDC. É livre a reprodução dos conteúdos desde que citada a fonte.

# Mídia crítica a política, mas faz parte dela



Um somatório de crime e escândalo. Esse é o perfil do noticiário brasileiro hoje. É a mídia fazendo política e dizendo que não faz; afirmando que política é tudo de ruim que existe no País e sendo parte dela, sem assumir-se. Para o pesquisador em Comunicação e Política, Antonio Albino Canelas Rubim, professor na Universidade Federal da Bahia, o problema do sistema de comunicação no Brasil é que ele não mudou desde a época da ditadura — e não existe democracia plena sem democratização dos meios de comunicação.

Crítico contundente da mídia brasileira, Rubim é enfático ao afirmar o caráter elitista dos meios de comunicação nacionais, “pautada pelo preconceito de classe social”. Como exemplo, cita a relação entre a imprensa e o presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Para o pesquisador, a postura da mídia em relação ao presidente da República é extremamente “preconceituosa e arrogante”. Nesta entrevista, o professor fala ainda sobre os benefícios que as novas tecnologias podem proporcionar, mas ressalta que essas mudanças não ocorrerão se a sociedade não ficar atenta à forma de implantação desses novos espaços de comunicação.

Entrevista: Veridiana Dalla Vecchia  
Fotos: Iuri Rubim

**Muito se fala sobre a capacidade de influência da mídia sobre a sociedade, principalmente da intervenção na cena política. Qual é realmente o alcance dessa influência? A sociedade é pautada pela mídia? E a política?**

**Rubim** – Não acredito que a sociedade seja pautada pela mídia. Existem vários exemplos em contrário a dizer que a sociedade é totalmente influenciada pela mídia. É claro que os temas colocados pelos veículos de comunicação se tornam importantes no cenário de discussão da sociedade, no sentido de existir certa influência. Agora, cada vez mais, um conjunto de outros fatores interfere naquilo que a sociedade está assimilando em termos de visões, de opiniões.

O exemplo mais claro, e recente, foi que, na eleição do ano passado, a mídia insistentemente tentou pautar alguns assuntos bastante controversos e indigestos para o governo e o presidente Lula. No entanto, o presidente foi reeleito com uma votação bastante grande, mostrando descompasso total entre o que a mídia afirmava ser a opinião pública – da qual ela sempre se diz portadora – e aquilo que efetivamente as pessoas pensavam. O que não significa que a questão da democratização da comunicação não seja fundamental para a democracia brasileira. É muito difícil imaginar que a democracia possa conviver com esse paradoxo: grande parte da população pensar de uma maneira e os meios estarem caminhando para o outro lado.

Quanto à política, a mídia a influencia das formas mais variadas. Por exemplo, a mídia cria determinados espaços públicos – que no caso do Brasil são pouquíssimo democráticos – de publicização da sociedade. Parte da política precisa muito de visibilidade. A eleição, por exemplo, é, por excelência, publicizada. Então, a política depende muito de visibilidade. Assim, temos uma dependência forte da política em relação à mídia.

Há ainda o que se chama hoje de governabilidade. Quem dá governabilidade a determinado governo? De um lado, ele precisa ter determinadas correlações de forças no Legislativo. Mas não é só a base de apoio parlamentar que dá governabilidade. Se um governo não tem apoio da mídia, ou pelo menos a neutralidade dela, você está o tempo todo correndo o risco de ter uma crise. O próprio go-

verno Lula é exemplo disso, com a mídia procurando problemas o tempo todo para deixar o governo refém, o que afeta profundamente a governabilidade.

Em relação ao caráter centralizador e autoritário da mídia brasileira, podemos citar um dado impressionante. Toda vez que tivemos no poder determinados governos que não eram totalmente alinhados com as elites locais – digo totalmente porque às vezes não era nem um governo tão revolucionário assim –, governo Getúlio no segundo mandato, governo João Goulart e agora governo Lula, todas essas vezes a mídia tentou fazer com que eles aparecessem como as gestões mais corruptas da história do Brasil.

Isso não é coincidência, mostra o caráter militante e conservador da mídia brasileira. Basta que não haja um governante dentro dos padrões e dos interesses das elites que a mídia tenta detonar

“No Brasil está acontecendo uma transformação subterrânea, que a mídia na sua arrogância e elitismo não está conseguindo acompanhar”

esses governantes. Não estou dizendo que essas administrações não tiveram algum nível de corrupção. Eu até gostaria que fossem diferentes, realmente gostaria que no governo Lula essas derrapadas não tivessem acontecido. O PT dilapidou parte de seu patrimônio.

**A partir do episódio das últimas eleições presidenciais, pode-se dizer que a mídia perdeu poder de influência sobre a sociedade? Quem é, hoje, o formador de opinião?**

**Rubim** – Penso que no Brasil está acontecendo uma transformação subterrânea, que a mídia na sua arrogância e elitismo não tem conseguido acompanhar, e, por isto, vive reafirmando posições passadas como se ela fosse a senhora absoluta da opinião pública. As

mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais que vêm acontecendo nos setores populares, para o mal e para o bem, são a novidade no quadro brasileiro atual. Precisamos estar atentos a elas, estudá-las, sem a pretensão de já saber de tudo que está acontecendo. Há uma profunda mutação nos modos de construção das opiniões públicas no País (sempre no plural). As novas tecnologias têm também algum papel nisso, mas o centro das mudanças está nos setores populares. Ainda não existem respostas prontas neste caso.

**Qual sua avaliação sobre o trabalho dos veículos de comunicação em relação aos episódios políticos atuais no País?**

**Rubim** – Acho que a mídia brasileira perdeu a noção de determinadas coisas. Hoje, se a gente ligar a televisão ou o rádio, ou ler os jornais, são basicamente dois temas que aparecem no Brasil: de um lado, escândalos (e não estou dizendo que os escândalos e a corrupção não devam ser combatidos, eles devem ser combatidos) e de outro, crimes.

O problema é quando esses escândalos substituem a discussão política, e é isso que está acontecendo no Brasil. Em vez de vocês terem um conjunto de informações, de opiniões sobre o que o governo faz, para o bem ou para o mal, e o cidadão poder, a partir dessas informações e opiniões, criar suas próprias convicções acerca do Brasil contemporâneo, o que nós temos hoje é uma supressão de todas as informações e opiniões. Não se discute as políticas implementadas. Não se discute, por exemplo, se o Prouni é correto ou não, se o PAC tem sentido ou não, se o PAC está sendo executado ou não. E aí, a mídia da sociedade brasileira fica discutindo durante meses a questão do nosso presidente do Senado, Renan Calheiros. Tudo bem, é uma coisa que deve ser coberta, mas não pode tomar o *status* que toma. O único momento em que ele não esteve em cena, foi quando tinha o PAN (jogos esportivos Pan-americanos), porque eles acham que o PAN é mais importante que todas as coisas do mundo. O noticiário brasileiro, hoje, é um somatório de crime e escândalo, como se isso fosse igual a Brasil. É um contra-serviço à democracia brasileira. Inclusive, porque esses meios poderiam estar discutindo de forma extremamen-

te crítica as políticas do governo. Acho isso extremamente desmobilizador para a cidadania.

### **Há perseguição da mídia ao governo federal?**

**Rubim** – Eu não tenho dúvida. Mas também de uma parte da sociedade brasileira, particularmente da elite, que não engoliu até hoje ter no poder uma pessoa que venha de outra classe. Lula não foi nenhum governo revolucionário na eleição. Ele tentou o tempo todo contemporizar os grandes ganhos dos grandes empresários com certa distribuição para setores sociais subalternos, excluídos. Tentou fazer uma política de contemporização entre uma coisa e outra. Não fez essa redistribuição tirando recursos das classes dominantes, não criou nenhum grande enfrentamento para essas classes. Os setores dominantes tiveram lucros fantásticos durante o governo dele, como não tiveram no governo passado, inclusive. No entanto, no momento da eleição, apesar de eles não terem seus interesses agredidos – e muito pelo contrário, algumas medidas do governo foram feitas para agradar esses interesses dominantes –, a mídia claramente mostrou sua posição de classe ao se definir por um determinado candidato naquele momento.

### **Qual a sua opinião sobre a criação da nova TV pública brasileira?**

**Rubim** – Esse projeto é fundamental, tem que existir no Brasil uma TV pú-

blica, que seja pública e não estatal. As discussões vão nesse sentido, que haja realmente recursos para alternativas de informação, de programação, porque a TV comercial no Brasil se mostra muito limitada. Não sou daqueles que acham que não existem coisas interessantes, mesmo na TV comercial, mas, na parte da informação, é muito complicado o que a TV comercial anda fazendo. Acho importante que você tenha outros tipos de programas, outros tipos de enfoques, que se traga informações da América Latina, da América do Sul, da África, de países como Índia, China. Porque, na verdade, você tem a informação vinda principalmente dos Estados Unidos e de alguns países europeus. De outras partes do mundo a gente não sabe praticamente nada. Tem que ter mais acesso, inclusive, à produção independente brasileira, que não tem entrada na mídia, infelizmente.

### **O papel político da comunicação mudará a partir da convergência digital entre TV, telefonia e internet, que permite um novo tipo de interação social?**

**Rubim** – A relação entre comunicação e política, para mim, não depende dos meios, mas da postura da mídia, de fazer política dizendo que é contra política. O tempo todo, a mídia está expressando determinados interesses, expressando apoio a determinados governos, criticando outros. Portanto, atuando politicamente – no sentido fiel da palavra, enquanto aglutinação de interesses. No entanto, ela tenta passar uma postura extremamente negativa da política, como se fosse o lugar da sociedade brasileira onde estivessem todos os males, todos os corruptos. Como se fossem males que não acometessem toda a sociedade, o empresariado, a própria mídia.

É uma visão bem redutora. Dessa maneira, você não ataca de frente essas questões. Como é abominável estar ouvindo na televisão ou no rádio determinadas figuras políticas, que você sabe que tiveram um passado extremamente marcado pelo envolvimento com corrupção, e essas pessoas estarem na mídia como porta-vozes da moral e dos bons costumes. É escandaloso (e a própria mídia sabe que é assim), e, no entanto, entra nesse jogo para ser contra o governo.

### **Considerando-se as novas tecnologias de informação e comunicação, o que falta para que as mídias se tornem mais democráticas? O Brasil possui políticas nesse sentido?**

**Rubim** – O que as novas tecnologias têm de mais interessante é ampliar, e muito, o espectro de fontes de informação, pluralidade de idéias e diversidade cultural. Com as possibilidades de descentralização, teriam papel importante na democratização da comunicação do país. Mas há problemas. Por exemplo, a TV digital poderia, já que permite a abertura de muito mais canais, ser uma grande mudança, beneficiando a pluralidade política e a diversidade cultural. No entanto, na mídia aparecem apenas duas coisas: teremos uma imagem melhor e a possibilidade de interação (para eles, do ponto de vista unicamente comercial).

O mais importante sobre o que as novas tecnologias propiciam – diversidade, pluralidade, multiplicação de fontes de informação, possibilidade de ter uma produção independente mais presente – está fora da discussão. Se depender da mídia, nenhuma dessas possibilidades se realiza.

No Brasil, os movimentos que colocam a questão da democracia na comunicação, da diversidade cultural, ainda não conseguiram mobilizar a sociedade. Os setores sociais precisam perceber a importância e o significado da comunicação, das novas tecnologias, de como isso muda o mundo. Mas a mídia não divulga essa questão, que fica meio invisível. O lado positivo, fazendo uma retrospectiva, é que essas lutas têm crescido, talvez não da forma necessária, mas têm se ampliado em vários grupos. O que falta é uma articulação entre esses grupos, uma pressão social mais contundente. Mas até acho que o tema da democratização da comunicação já foi muito mais restrito.

### **Em um dos seus artigos, o senhor fala que a política se transformou em “telepolítica”. O que muda a partir dessa constatação?**

**Rubim** – O que entendemos hoje como estrutura, procedimentos, ritos políticos, nasceram, boa parte deles, na Idade Moderna. A política moderna esteve muito articulada com o espaço geográfico, com a idéia de presença. São pessoas discutindo em um determinado espaço e outras pessoas assistindo à dis-





cussão. A política contemporânea, por sua vez, agrega a esse espaço de luta e realização política, novos lugares, chamados virtuais: a televisão, o rádio, a internet.

A sociedade contemporânea é uma conjunção de espaços geográficos e eletrônicos. É esta sua característica singular. Se o político estiver vivendo uma dessas dimensões somente, não vai estar vivendo a contemporaneidade em seu sentido pleno. Não é que a política atual substitua a anterior, mas se agrega a ela. O exemplo mais típico é o seguinte: o que era uma eleição no Brasil até os anos 60? Pessoas fazendo carreatas, caravanas que percorriam o País, comícios aqui e ali. Tratava-se de um espaço claramente geográfico. O centro de uma eleição, em termos de formato (não em termos de conteúdo), era exatamente essas grandes caravanas.

Numa eleição para presidente, hoje, o centro da campanha não é mais esse. As caravanas e comícios ainda são muito importantes, mas complementares ao que se dá na televisão. O centro é o ambiente da telepolítica. É uma mudança significativa. Não estou discutindo os conteúdos, estou discutindo as esferas onde se realizam a política. Isso não é bom nem ruim, é diferente. Alguns argumentam que é distorção, mas não é. Se a sociedade mudou, por que a política vai continuar sendo feita nos moldes anteriores? Não pode, não tem lógica.

**É possível conciliar o “espetáculo midiático” com o “realismo” necessário à política?**

**Rubim** – Não acredito que toda a política tenha se tornado espetáculo. Este é um dos mitos contemporâneos, sem pesquisas efetivas para comprovação. Penso que existe, na sociedade contemporânea, forte pressão para isto, dada a importância política adquirida pela visibilidade nessa sociedade. Como estar presente na mídia, habitar o espaço virtual, é essencial para que os atores políticos tenham efetiva existência pública – e, por

consequente, possam realizar a luta política –, os atores e a mídia são tentados a cada momento pela espetacularização, que é um dos dispositivos mais utilizados contemporaneamente para possibilitar a visibilidade.

Assim, o *Greenpeace* promove suas “ações diretas espetaculares”, uma de suas marcas, e aparece como uma das entidades mais conhecidas da sociedade civil global. Mas a Anistia Internacional também é uma entidade marcante e influente da sociedade civil global, sem recorrer à espetacularização de sua política e atuação. Por outro lado, existem momentos da política que são avessos à espetacularização, como, por exemplo, alguns acordos políticos, que podem retirar sua força exatamente do sigilo – e não estou falando aqui de nenhum acordo excuso e ilegal.

Acredito que nem toda política é ou pode ou, ainda, deve ser espetacularizada. Mas, sem dúvida, existe uma política que busca recursos espetaculares para ganhar visibilidade: manifestações de rua, passeatas, certas atuações de entidades e políticos. Outro mito que precisa ser desfeito é que toda e qualquer espetacularização é, necessariamente, despolitizadora. Não creio nisto. Existem efetivamente espetacularizações despolitizadoras, mas outras podem ter eficácia na política e servirem para politizar questões.

**A concentração dos meios de comunicação continua sendo um problema para a democracia. Qual é a relação entre mídia e democracia?**

**Rubim** – Pode ser feita essa relação de várias maneiras. Se a sociedade em que vivemos é complexa, com novos espaços vitais para a visibilidade, eu só tenho democracia se tenho coisas publicizadas para todos. Não existe democracia onde as coisas acontecem em segredo. A idéia de visibilidade, de publicidade, é fundamental. Eu tenho que ter acesso aos vários tipos de opinião para poder constituir minha visão e, nesse

confronto, escolher. A idéia de democracia, que fundamentalmente é a possibilidade de escolha entre alternativas, só pode ser exercida se essas alternativas são colocadas para as pessoas. Portanto, é imprescindível que eu tenha uma mídia plural para que se assegure a democracia na sociedade. A gente pode ser taxativo nisso, sem democratização da comunicação não há possibilidade, na sociedade contemporânea, de se falar em democracia, pelo menos no sentido rigoroso da palavra. Se você tem uma sociedade onde a mídia não é democratizada, essa sociedade pode ter até uma série de outros aspectos nos quais a democracia já chegou, mas ela, como um todo, ainda carece de democracia.

Um dos problemas da sociedade brasileira é que ainda vivemos, depois de tantos anos de democracia, no sistema de comunicação constituído pela ditadura. A gente democratizou outras coisas na sociedade. No campo político tivemos avanços, existe hoje um conjunto de organizações da sociedade civil bastante amplo, isso significa democracia. Mas, no entanto, no plano da comunicação, a ditadura continua. Para não ser tão duro, a única mudança instalada é a que veio a partir de novos meios, que têm capacidade sócio-tecnológica de serem mais descentralizados. Mas se corre o risco, inclusive, de que esses novos meios tecnológicos sejam apropriados por esta estrutura centralizadora, concentradora, e que boa parte desses potenciais democráticos sejam inviabilizados.

---

*Antonio Albino Canelas Rubim é professor na Universidade Federal da Bahia, graduado em Comunicação e em Medicina, possui mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia e doutorado em Sociologia pela Universidade de São Paulo. O pesquisador atua em diversas áreas, como Cultura e Poder, Políticas Culturais, Mídia e Eleições, Comunicação e Política, Sociologia da Cultura no Brasil, e Comunicação e Sociabilidade.*

# A Nova Era da radiodifusão sonora digital

O século XX foi marcado pela tecnologia do rádio. Hoje, o discurso é a digitalização e a revitalização do rádio, hipótese que trata de manter o *status quo*. O debate desencadeia-se tal qual fosse um todo: único e inequívoco. A digitalização é compreendida como manifestação seqüencial ao que já existe. Objetiva-se manter o serviço preexistente, evidenciando melhoria na qualidade sonora.

Atualmente, as novas mídias de armazenagem e reprodução de áudio provocam rupturas na forma de interagir com o rádio. A tecnologia, progênie e aliada histórica do rádio, se reapresenta como um obstáculo – mais poderoso que todos os outros empecilhos concebíveis – metamorfoseando-se em comportamento sócio-tecnológico, que está mergulhado num novo contexto de serviços e mercado. Não é admissível escolher tecnologias aplicáveis às massas populacionais sem considerar os comportamentos sociais.

A nova (r)evolução tecnológica teve início nos dispositivos de telecomunicações. O impacto nestas redes, e nas empresas prestadoras destes serviços, está em curso inicial, mas já se entende avassalador. O mundo das telecomunicações avança sobre os serviços de radiodifusão. Não mais se trataria de regulamentação legal, pseudo-estrutura tal qual um dique de contenção e manutenção da separação. As redes de telecomunicações demandam conteúdos diferenciados, cujo preparo está, historicamente, nas mãos da radiodifusão.

Além da simples melhoria de qualidade sonora e de recepção, é necessário viabilizar que os radiodifusores obtenham qualidade eqüitativa na plataforma tecnológica, para então diferenciarem-se em suas capacidades peculiares de produção, veiculação, conteúdos e área de cobertura.

Há uma definição encaminhada para encerrar-se na incipiente tendência internacional, que não permite considerar as diversidades de nosso país, nem de nossos radiodifusores. A digitalização poderá viabilizar frente competitiva aos serviços desenvolvidos nas redes convergentes de telecomunicações. Os comportamentos dos ouvintes tendem a mudar, influenciados e instrumentalizados por novos dispositivos tecnológicos. Se o receptor de rádio digital caracterizar-se inferior aos demais disponíveis à população, a transmissão deixará de ser a melhor opção para manter o contato com aquele que hoje denominamos ouvinte.

A escolha encaminhada pauta-se nos limites que as alternativas sistêmicas comerciais propõem, porém, compromete modelos de negócio mais poderosos. Para nós, a limitação de banda digital – taxa de transmissão – é o aquileu. Se não obtivermos tecnologia capaz de diversificar serviços e manter atualização nas duas próximas décadas, as demais alternativas, disponibilizadas consecutivamente pela posteridade de concorrentes ao rádio, cessarão audiências.

A inovação tecnológica na radiodifusão sonora deve apresentar-se enquanto novidade que traga propostas interessantes para os ouvintes, além de proporcionar crescimento sustentado e maior capacidade de (re)criar inovação de valor. A vantagem competitiva estará focada em servir necessidades crescentes dos ouvintes, a partir da infra-estrutura tecnológica que for definida para a digitalização. Não é adequada a adoção, neste momento, de uma inovação incremental, que já se revela incapaz diante das competições. O modelo deverá ser apropriado para um longo período, porque o radiodifusor brasileiro apresenta grandes limitações financeiras para investir na completa troca de equipamentos. Os radiodifusores não poderão aplicar grandes investimentos a cada cinco anos. Sucumbirão frente tal circunstância.

A importância da radiodifusão sonora é reconhecida. É natural reivindicar políticas de desenvolvimento científico, tecnológico e industrial que sustentem uma radiodifusão apta aos desafios do novo milênio. É fundamental identificar e compreender as “novas exigências”. Adotar qualquer solução técnica sem considerar as transformações em curso ou, mesmo, tentar impedi-las por artifícios, resultará na gradativa extinção da radiodifusão sonora brasileira.

Temos domínio da tecnologia para afirmarmos que somos capazes, no Brasil, de desenvolver as soluções que atendam demandas, para sustentar a radiodifusão sonora neste futuro cenário. A maior dificuldade é, de fato, a atitude dos atores que influem na tomada de decisão. Cabe, naturalmente, esforço de compreensão, mobilização e reivindicação para encaminhamentos sólidos e bem sucedidos nos anos subseqüentes.

Marcus Manhães é pesquisador do Centro de Pesquisas e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD). Possui mestrado em Educação pela Unicamp. Participa do desenvolvimento de projetos de telecomunicação *wireless*, passando por sistemas de rádio e televisão digital e telefonia celular.



“A vantagem competitiva estará focada em servir necessidades crescentes dos ouvintes”



# Contratos de gaveta formalizam outorgas à margem da lei

Ao longo do tempo, outorgas para serviços de radiodifusão simplesmente têm trocado de mãos sem levar em consideração quem adquiri ou o projeto de programação a ser desenvolvido, desrespeitando a Constituição. A sociedade desconhece os processos de transferência de concessões e permissões e a falta de transparência ajuda a piorar a situação. Os contratos de gaveta e o uso de terceiros (laranjas) para efetivar aquisições de veículos de radiodifusão têm sido práticas frequentes.

Por Thais Bretanha

A possibilidade de transferência de outorgas para exploração dos serviços de radiodifusão está prevista no código que dá origem ao regulamento do setor, datado de outubro de 1963, no Decreto 52.795. No entanto, o artigo 90 esclarece que “nenhuma transferência, direta ou indireta, de concessão ou permissão, poderá se efetivar sem prévia autorização do governo federal, sendo nula, de pleno direito, qualquer transferência efetivada sem observância desse requisito”.

Isso, porém, nunca acontece, segundo o pesquisador sênior do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política, da Universidade de Brasília (UnB), Venício Arthur de Lima. “Determinado grupo recebe a concessão e faz um contrato de gaveta (transferência de concessão ou permissão sem o conhecimento do governo). Tem a concessão legal, mas, na verdade, transfere para outros”, testemunha. Ele revela ainda que se trata de uma prática comum e de conhecimento geral. “O caos regulatório do setor é total e vem servindo a interesses específicos ao longo do tempo”, avalia o pesquisador.

Os contratos de gaveta, muitas vezes, acabam acobertando a propriedade de rádios e tevês por parte de parlamentares. Venício Lima divulgou, em junho, uma pesquisa apontando que 50% das mais de duas mil emissoras comunitárias autorizadas a funcionar pelo Ministério das Comunicações pertencem a pessoas ligadas a políticos. Em denúncia recente, por exemplo, a revista *Veja* (edição 2020) acusou o presidente do

Congresso, senador Renan Calheiros (PMDB-AL), de possuir duas rádios em Alagoas, com patrimônio avaliado em R\$ 2,5 milhões. As emissoras teriam sido compradas por meio de contratos de gaveta e, para esconder seu nome, o peemedebista teria usado laranjas. Os partidos PSol e Dem protocolaram denúncia ao Conselho de Ética do Senado, que está investigando o caso.

Embora um grande número de concessões de rádio e televisão esteja em mãos de parlamentares, a deputada federal Luiza Erundina (PSB-SP) pro-

“Pessoas ligadas a políticos são proprietárias de 50% das mais de duas mil emissoras comunitárias autorizadas pelo Minicom”

pôs, em 2006, a criação de uma subcomissão, na tentativa de dar à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) melhores subsídios e condições para apreciar os pedidos de renovação e concessão de outorgas encaminhados pelo Ministério das Comunicações. A Subcomissão Especial de Radiodifusão foi instalada em março deste ano. Para a parlamen-

tar socialista, que está há oito anos no Congresso e na CCTCI, o que mais incomodava era não ter como avaliar uma solicitação de outorga, pois faltavam documentos. “Tínhamos que dar um parecer no escuro. Simplesmente sim ou não, sem ter condições objetivas de avaliar o mérito da outorga ou da renovação”, contou Erundina, presidente da Subcomissão.

Em maio, a Subcomissão divulgou relatório com modificações feitas no Ato Normativo nº1 da CCTCI. Agora, todos os processos que não apresentarem documentação completa não serão devolvidos ao Ministério da Comunicação, como ocorria anteriormente. Se num prazo de 90 dias as pendências não forem resolvidas pelas entidades que pedem a outorga ou a renovação, o presidente da Comissão deverá, imediatamente, distribuir o processo para relatoria, com recomendação pela rejeição da solicitação. Atualmente, a CCTCI é presidida pelo deputado Julio Semeghini (PSDB-SP). As alterações no Ato Normativo estão valendo para processos recebidos pelo Congresso Nacional a partir de 1º de julho deste ano.

Com relação ao repasse de concessões, a deputada é enfática: “Um proprietário não pode transferir a outorga para outro sem a intermediação do Ministério. Quem faz isso, se vale do contrato de gaveta”. No documento elaborado pela Subcomissão de Radiodifusão, há propostas baseadas em contribuições recebidas de representantes da sociedade civil e órgãos governamentais ouvidos durante audiências públicas. O Fórum

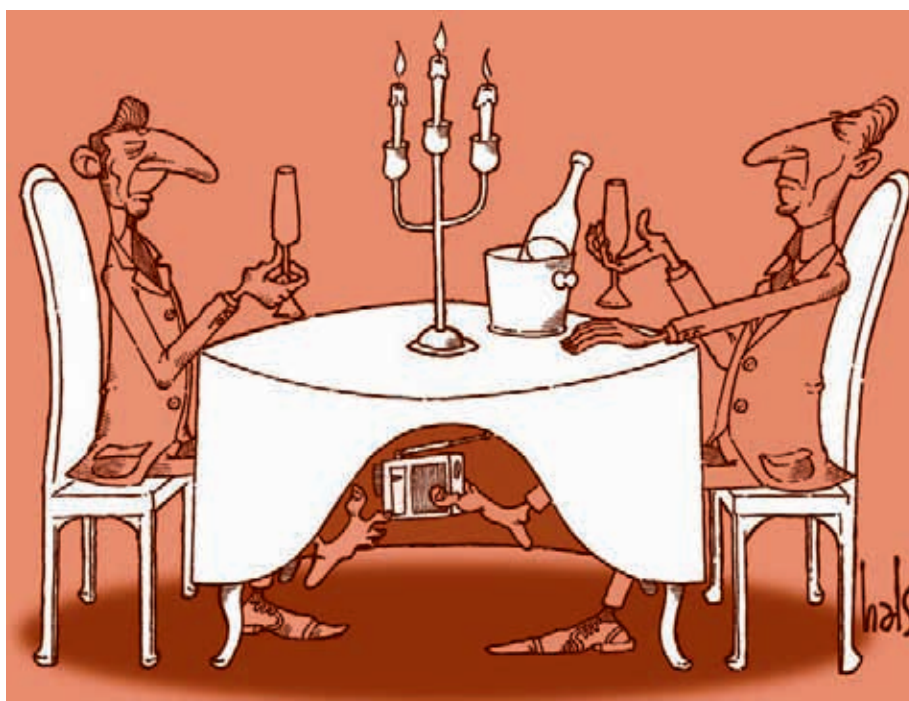
Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), presente em uma dessas audiências, defendeu o caráter público das concessões de radiodifusão e a adequação ao princípio da contrapartida social como compromisso das concessionárias.

Algumas ações, sobretudo aquelas relacionadas à transparência e à celeridade dos processos, não dependem de mudanças em dispositivos legais para serem aplicadas e podem ser adotadas diretamente pelo Ministério das Comunicações, pela Casa Civil e pela Anatel. Entre elas, a divulgação detalhada na internet de informações sobre processos de outorga e renovação. Os mecanismos de busca oferecidos ao público, pelo Minicom, precisam ser estendidos, de modo a possibilitar pesquisas de emissoras por proprietários e localidades, por exemplo. A relatora da Subcomissão, deputada Maria do Carmo Lara (PT-MG), prevê que até o fim do mês de outubro um portal já deva estar no ar, mas ressalta que os dados disponíveis serão relacionados aos procedimentos recebidos a partir de julho deste ano. A medida, avalia a Subcomissão, operará como “importante instrumento de controle social”, uma vez que permitirá à sociedade denunciar transferências de concessões e permissões de radiodifusão, prática de difícil fiscalização pelo poder público.

### Falta transparência

A Subcomissão pediu ainda mais transparência por parte do poder Executivo nos processos de outorga e renovação. Maria do Carmo ressaltou que, até o final do ano, todos os assuntos relacionados aos procedimentos de outorga de serviços de radiodifusão serão discutidos em um amplo relatório que está sendo elaborado e que pretende fazer um diagnóstico completo do setor. “Agora nós sabemos que essas questões não são fáceis de resolver, há muitos interesses representados na Câmara, no Congresso. Por isso, estamos tratando disso com debate, para construirmos o que for possível na Subcomissão e na CCTCI.”

Entre os temas debatidos, Erundina destaca que está sendo construída uma proposta de emenda constitucional para ser entregue ao governo com o objetivo de corrigir imprecisões no artigo 54 da



Constituição Federal, que, teoricamente, proíbe a outorga e licença de rádio e TV para detentores de cargos públicos, mas que, por falta de regulamentação adequada, acaba deixando brechas para aquisições de concessões.

Luiza Erundina não poupa o Ministério das Comunicações. “As juntas comerciais só registram a transação após o processo passar pelo Ministério, que sequer tem um cadastro atualizado”, critica a parlamentar. Na avaliação da deputada, sem mecanismos adequados de fiscalização e controle, a tendência

segundo Erundina, estão no fato de o Minicom ter apenas nove técnicos para analisar os processos que chegam de todo o País. A parlamentar compara com a atuação do Departamento Nacional de Telecomunicações (Dentel) – um órgão executivo do Ministério das Comunicações, extinto com a criação do Ministério da Infra-Estrutura, em 1990, no governo Fernando Collor de Melo – que dispunha de delegacias regionais e atuava na fiscalização das concessões.

À época do Dentel, havia uma estrutura descentralizada. “Esta é uma questão que o Ministério tem que enfrentar. Já que há poucas condições para fiscalizar, deveria firmar um convênio, criar mecanismos institucionais, conselhos paritários, mas com o controle direto da sociedade civil organizada, para manter a eficiência”, propõe Erundina, lembrando que a sociedade tem segmentos importantes para mantê-la atenta a estas questões. Em sua opinião, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que poderia exercer algum papel fiscalizador, “também não tem condições para cumprir minimamente esta função”.

“O problema da falta de controle sobre outorgas de rádio e TV tende a se agravar a partir da incorporação dos meios digitais”

é a situação das concessões se agravar, especialmente a partir da incorporação das novas tecnologias como as TVs e rádios digitais. O relatório da Subcomissão apontou como imprescindível a reabertura das delegacias regionais do Ministério, que foram fechadas em 2002. A fragilidade e a ineficiência da fiscalização,

### Congresso beneficiário

O jornalista Alberto Dines, editor-responsável do site Observatório de Imprensa – entidade não-governamental que tem como objetivo acompanhar o desempenho da mídia brasileira –, classifica as vendas de concessões e aluguéis de espaços por concessionários como

um “ilícito anticonstitucional”. “Há um claro conflito de interesses. Ninguém consegue fiscalizar. No Congresso, tentam disfarçar colocando deputados em comissões”, diz o jornalista, destacando que quem deveria acompanhar estes processos – a Câmara e o Senado – têm em seus quadros muitos dos detentores das concessões no País. “São beneficiários. É um descaramento ostensivo”, critica, ressaltando que a TV Câmara e a TV Senado deveriam promover mais debates em torno do assunto. Para o jornalista, o Brasil é um País corporativo “e esta é uma prática na qual o corporativismo dita o caminho. A blindagem é descarada e as infrações são muito grandes. Enquanto o deputado for concessionário, não muda a situação”.

Dines destaca o trabalho realizado pelas jornalistas Elvira Lobato e Laura Mattos, que há anos mostram como os parlamentares se aproveitam da blindagem e passam por cima das irregularidades para amealhar concessões. Ele observa ainda que só os jornais Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo falam um pouco sobre o assunto, pois são veículos que não detêm rádios e TVs. O jornalista lembra que há 11 anos o Observatório da Imprensa debate o assunto, sem vislumbrar um horizonte para a situação. Segundo Dines, a entidade encaminhou um farto material para a Procuradoria-Geral da República, resultado de levantamento cuidadoso, com o nome dos concessionários e dos que aparecem como responsáveis pelas concessões. “Em novembro, fará dois anos e nada aconteceu. Lamentável! Mas não podemos desistir, vamos continuar falando e mostrando.”

## Participação é fundamental

Para Venício Lima, o setor de comunicação ainda não foi percebido como área de política pública tão importante como a educação, por exemplo. Por isso, acredita ser muito difícil atingir o nível de consciência e mobilização para tratar dos assuntos específicos, como se consegue em outras áreas. No entanto, ao analisar as transações envolvendo as outorgas e concessões, observa: “Hoje já está mais fácil, existe o Intervozes, o próprio FNDC, o Observatório da Imprensa, mas que não chegam a atingir a

grande massa”. O pesquisador entende que há décadas se faz necessária a criação de um novo marco regulatório para o setor.

Para o vice-presidente do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, Juliano Carvalho, a Subcomissão de Radiodifusão tem procurado enfrentar o problema das renovações indiscriminadas de outorgas e da concentração delas nas mãos de políticos. “Porém, sua atuação está muito aquém da realidade, porque há um *lobby* fortíssimo do parlamento e do poder Executivo.” Segundo o professor, apesar do esforço de alguns parlamentares, como da deputada Luiza Erundina, a Comissão sempre vai estar refém dos interesses particulares de deputados e senadores. Carvalho concorda com a posição da parlamentar de criar mecanismos de fiscalização, com a participação de representantes de entidades civis. Ele sugere, ainda, que o processo tenha critérios semelhantes aos do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), com a finalidade de orientar, fiscalizar e apurar abusos. “A idéia é dotar a sociedade de formas de controle, para poder intervir e fortalecer o setor”, explica.

Há três níveis de ação a se realizar, aponta Carvalho. Ele explica que organismos como o FNDC, as organizações sindicais, os movimentos populares e o terceiro setor devem atuar na busca por políticas públicas que venham regular os capítulos da Constituição e a legislação ordinária que trata da propriedade cruzada (quando uma entidade possui na mesma localidade jornal, e emissoras de rádio e televisão) e da concentração dos meios de comunicação. “Devem buscar um ordenamento jurídico mais eficiente para contratos de gaveta, ou seja, punições mais efetivas em relação a isso na ordem econômica, na ordem das concessões, nas reincidências”, defende o professor.

Numa atuação em nível médio – referente ao trabalho de organização de força-tarefa, de grupos de trabalho junto ao Ministério Público e aos órgãos dos ministérios do Executivo federal –, os organismos teriam a função de estabelecer uma política de fiscalização. No entanto, avalia, o trabalho mais eficaz – que deve ser realizado permanentemente e a longo prazo – é o acompanhamento feito pela população, pelo Mi-

nistério Público local ou pelos comitês pela democratização da comunicação, do movimento dos proprietários de outorgas em juntas comerciais e cartórios, nas localidades onde exista concessão ou permissão de um meio de comunicação. “É aquela denúncia concreta, feita no Ministério das Comunicações ou no Ministério Público Federal, que vai surtir efeito”, afirma Carvalho.

A participação e o papel do Conselho de Comunicação Social (CCS) neste debate é fundamental. Juliano Carvalho classifica como “vergonha” o fato de o CCS ainda não ter se reunido este ano. Na avaliação do professor, o órgão deveria ser regulamentado de maneira que não dependesse da convocação da Mesa do Congresso. “Obviamente, essa mesa – notadamente o senador Renan Calheiros – está muito pouco comprometida para que haja uma instância no âmbito do Senado Federal, que venha exercer um papel que possa, no mínimo, criar algum constrangimento a essa política desregrada que a gente tem assistido, de renovações sem critérios.”

### Outorga para serviços de radiodifusão no Brasil

Estabelecidos por legislação própria, os serviços de radiodifusão promovem a transmissão de sons (radiodifusão sonora) e de sons e imagens (televisão), a serem direta e livremente recebidas pela sociedade. Considerados de interesse nacional, esses serviços são públicos e devem ter finalidade educativa e cultural.

Para receber uma outorga de serviços de radiodifusão, concedida pelo Estado, há duas formas: através de **permissão** ou **concessão**. A permissão é utilizada para a outorga de serviço de radiodifusão de caráter local e é assinada pelo Ministro das Comunicações. Já a concessão, é usada para a outorga de serviços de caráter regional e é de responsabilidade do Presidente da República.

Cada entidade poderá deter um número máximo de concessões ou permissões para explorar serviços de radiodifusão, em todo o País.

Fonte: Ministério das Comunicações

## Mídia na fronteira, entre o reconhecimento e a exclusão

Por Ana Lécia de Oliveira

Os meios de comunicação têm participação fundamental na elaboração e difusão de discursos, valores e identidades. Tendo em vista que a mídia é muito mais que um espelho para a sociedade, é pertinente investigar sua relação com a auto-estima do povo brasileiro e entender até que ponto a forma como as pessoas são apresentadas no noticiário, na propaganda e no cinema, por exemplo, permite que elas se reconheçam no contexto em que estão inseridas. As mensagens veiculadas têm papel importante nos processos de inclusão e exclusão sociais, e a influência de conceitos estereotipados na mídia não pode ser subestimada.

Marcos Ferreira, ex-presidente da Associação Brasileira de Ensino de Psicologia, diz que somente ao longo do tempo, e com pesquisa, é que será possível compreender como ocorre a conexão entre mídia e auto-estima. “O primeiro cuidado é perceber que nem tudo vai depender da mídia. Não podemos afirmar que a impressão que as pessoas têm de si é determinada pelas informações veiculadas”, destaca. Conforme Ferreira, outro aspecto crucial é que esse tema hoje é tratado muito mais como mercadoria do que como um conceito da Psicologia. A propaganda, ressalta, nos aponta que a auto-estima aumenta com o uso de tais e tais produtos, banalizando aspectos importantes da vida das pessoas. Dizer, por exemplo, que um remédio para redução de peso melhora a auto-estima, para comercializá-lo, é “o absurdo da banalização, porque, além de tratar do tema como mercadoria, reforça preconceitos”, explica, e supõe a existência de “alguma coisa errada com essas pessoas”.

Na opinião de Ferreira, quando se fala em auto-estima como possibilidade de as pessoas se sentirem valorizadas, os meios de comunicação não permitem que alguém desenvolva esse aspecto. “O Brasil como um todo não aparece na grande mídia, apesar de existirem realidades interessantes em todas as regiões”, destaca Ferreira.

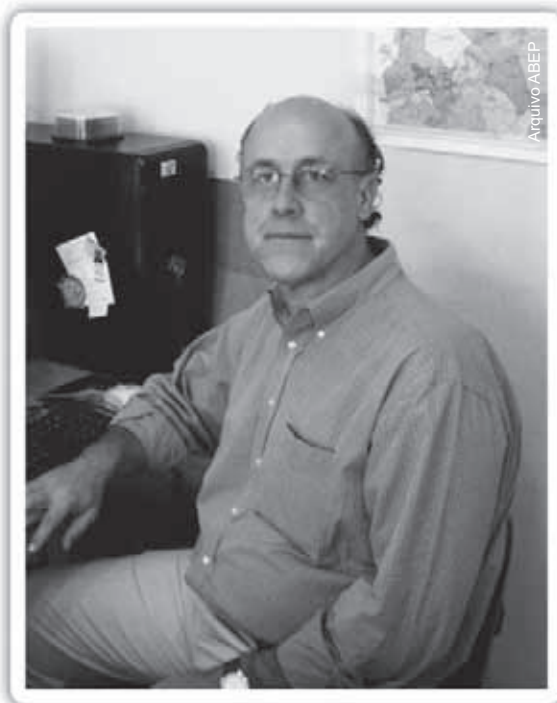
### Conceitos mediados

A participação da mídia na formação de valores pode ser muito complexa. As mensagens veiculadas devem ser entendidas na sua lógica produtora de estereótipos e, ao mesmo tempo, na sua capacidade de contemplar a pluralidade da sociedade. Para o pesquisador Antonio Albino Canelas Rubim, professor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, não se pode afirmar tão facilmente que os meios de comunicação trazem sempre idéias alienadas, nem que costumam mostrar conceitos dentro da ótica da diversidade cultural. Segundo ele, a grande mídia, vinculada à lógica capitalista, tende quase sempre a buscar padrões estereotipados e valores em uma perspectiva global e consumista. “Mas existe, também, em mídias alternativas e até nos grandes veículos, uma tendência a contemplar a diversidade, mostrando realidades de populações que normalmente não têm espaço”, admite.

Um exemplo dessas alternativas na TV aberta brasileira, conforme Rubim, são os programas apresentados pela humorista Regina Casé, voltados à periferia e a valores distintos do que é preponderante na mídia. “E essa iniciativa tem lugar no veículo mais hegemônico do país, que é a TV Globo”, assinala. Conforme o pesquisador, nas telenovelas também existe abertura para alguns temas que surgem como demanda da sociedade. Rubim explica que existem alternativas na mídia, mas, majoritariamente, os meios de comunicação atendem à lógica do mercado, de concentração de poder e de valores ligados ao consumo. “É um jogo desigual, porque os poderes do capital são muito fortes”, ressalta. A democratização da comunicação e

a diversidade cultural estão totalmente ligadas, avalia Rubim. “É preciso existir outras mídias que contemplem a pluralidade da sociedade”, analisa o pesquisador, para quem as culturas regionais brasileiras são muito fortes, mas não têm presença na mídia.

Marcos Ferreira lembra que vivemos numa sociedade em que a regra é a exclusão e, por isso, não é possível simplesmente atribuir aos meios essa percepção. “Nós temos que ter menos preguiça e estudar como esses processos se instauram e se fortalecem”, aponta. O psicólogo diz que o papel da mídia não é de produção da exclusão, mas de sua legitimação, porque os meios de comunicação menosprezam certas diferenças. “Por essa lógica, o reconhecimento de algum fato só ocorre se aparecer na televisão”, exemplifica, ressaltando que os processos de exclusão são grupais, pois agridem, por exemplo, o grupo dos negros, dos índios, dos gordos, entre outros. “É importante discutir sobre



Ferreira diz que o papel da mídia não é de produção da exclusão, mas de sua legitimação, porque despreza a diversidade

como esses setores da população são influenciados e como são evitados pelo trabalho da mídia. Nesse contexto, os proprietários dos meios de comunicação têm um papel fundamental ao divulgar ou esconder a realidade de determinadas regiões”, aponta.

Como resolver a questão da inclusão social e a representação da diversidade na mídia num país como o Brasil – de dimensões continentais, população predominantemente mestiça – em que o negro, que representa quase 50% da sociedade brasileira, não aparece nem mesmo nos meios de comunicação públicos? Um trabalho realizado pela Fundação Cultural Palmares (FCP), intitulado *Onde está o negro na TV Pública?*, foi apresentado em maio, durante a realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas, em Brasília. Coordenado pelo presidente da FCP, Joel Zito Araújo, o estudo examinou a programação diária exibida durante uma semana pelas TVs Cultura (de SP), TVE Brasil (do RJ) e TV Nacional/ sistema Radiobrás (de Brasília).

Conforme a pesquisa, na reestruturação “modernizadora” do imaginário brasileiro, a produção televisiva contribuiu com um elogio permanente às características estéticas do segmento euro-descendente, reafirmando uma espécie de “vitória simbólica do branqueamento”. Nas TVs públicas não foi diferente, verifica o estudo. “A população negra e a cultura afro-descendente são sub-representadas na televisão. A programação atual das TVs públicas expressa um baixo perfil de reflexão sobre o pluralismo cultural brasileiro”, constata, afirmando que as matrizes étnico-raciais negra e indígena – que na fusão com a cultura européia imprimiram a originalidade da cultura brasileira e o grande patrimônio simbólico deste país – não estão incorporadas nesta TV.

Entre as conclusões, o estudo da FCP aponta: “É preciso que se faça, no Brasil, uma reflexão séria sobre a disparidade entre a vida real e o que aparece na TV, e suas profundas conseqüências no processo de auto-estima dos segmentos afro e índio-descendentes da população”.

## A cota da publicidade

A comunicação publicitária como um processo de venda de produtos leva em conta o valor simbólico dos mesmos. Mercadorias são associadas a mensagens de beleza, liberdade, sucesso e felicida-

de, entre outras. Para o publicitário Roberto Pintaúde, dono da agência Nova Forma e ex-dirigente da Associação Rio-Grandense de Publicidade, esta propaganda está pobre em idéias e não reflete o cotidiano das pessoas. “A propaganda se alimenta do dia-a-dia, é caudatária da sociedade e aproveita o momento. Quando os profissionais fazem propaganda em cima do *Big Brother*, por exemplo, para vender um produto, ratificam um valor equivocado e não estão criando nada”, comenta. Pintaúde destaca que a publicidade não deixa de ter um caráter educativo, mas em geral não está colaborando com os valores da sociedade e até vem deturpando conceitos. Ele acredita que a situação em que as pessoas vivem está relacionada não só com o quadro social e econômico, mas também com a mídia, que muitas vezes reproduz valores alienantes. “E a propaganda, preguiçosamente, vai atrás disso”, afirma.

Segundo Pintaúde, a propaganda hoje está mais desonesta do que já foi. Entretanto, diz, é possível criar peças publicitárias eficientes e engajadas para o mercado, devolvendo a elas a beleza e a capacidade de auxiliar as pessoas, como acontecia há anos. Neste momento, ressalta, “a publicidade não está ajudando na formação de valores importantes para a população”.

## Sob pressão

A forma como as mulheres são apresentadas nos meios de comunicação pode interferir na construção da imagem que fazem de si e nos conceitos que tomarão como padrão para suas vidas. A jornalista Eliane Silveira, integrante do movimento *Marcha Mundial das Mulheres* (MMM) – uma ação do movimento feminista internacional de luta contra a pobreza e a violência sexista, organizada em mais de 50 países, inclusive no Brasil – estuda a interferência da mídia quanto à violência contra as mulheres. “A forma como elas são mostradas nos meios de comunicação é de agressão emocional, que provoca sofrimento. Mesmo que, muitas vezes, nem percebam isso”, explica. Segundo Eliane, a “ditadura da beleza” imposta pela mídia induz as mulheres que não se enquadram no perfil a buscarem formas de intervenção no corpo para se adaptar ao modelo que os meios vendem. Conforme a militante, esse ideal estético é reproduzido de várias maneiras. Os filmes norte-americanos, por exemplo, reforçam um



Ana Lécia de Oliveira

**Eliane** acredita que as mulheres brasileiras não estão representadas verdadeiramente na mídia

padrão de beleza de mulheres com seios fartos, que não é necessariamente a característica das latino-americanas. Quase não existem novelas, filmes e seriados em que a protagonista seja uma mulher negra e gorda, por exemplo. “Essas questões influenciam na auto-estima das mulheres, porque elas vêem um modelo de beleza e ficam se perguntando por que não podem ser daquele jeito”, diz.

Eliane entende que a mídia também pode criar estereótipos ao ressaltar comportamentos – como quando prioriza notícias que envolvem mulheres em situação de escândalo, ou quando posam nuas, em detrimento de se destacarem profissional e intelectualmente. “Esses fatores vão construindo a grande teia que aprisiona a mulher em um papel que há muito tempo ela vem negando, que é o seu papel na esfera privada. No momento em que vai para o espaço público, uma série de mecanismos da sociedade tenta demonstrar que ela não é capaz.”

Ainda que os meios de comunicação não sejam absolutos na construção de idéias e sugestão de comportamentos, possuem um papel relevante tanto em ajudar as pessoas no fortalecimento da sua cultura, na valorização de sua identidade, como em propiciar elementos de alienação e distanciamento da realidade na qual vivem. A interferência das mensagens veiculadas na mídia em experiências individuais ou de grupos requer sempre um olhar crítico, especialmente para apontar uma direção possível de mostrar a sociedade da forma mais plural possível, democraticamente, contribuindo para o seu desenvolvimento.

# Repressão não, mas cuidado com o que as crianças assistem na TV

A televisão ainda é a principal fonte de informação e entretenimento no Brasil, presente em 93% dos lares, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Sua modalidade mais acessível, a TV aberta, se adapta perfeitamente à expressão *plug and play*. É ligar e assistir, indiscriminadamente, a tudo o que é veiculado, seja o telespectador adulto ou criança. A TV — como a conhecemos no Brasil — não costuma detalhar sua programação, expondo públicos de diferentes faixas etárias a conteúdos muitas vezes inadequados. Recentemente, porém, — após grandes e convenientes discussões — o Ministério da Justiça elaborou um mecanismo de orientação sobre o teor dos conteúdos televisionados, capaz de firmar o veículo em seu papel de educação, cultura e inserção social. O processo, que ocorre desde 1999, levantou grande polêmica.

Após três anos de discussões que envolveram governo federal, emissoras de TV, produtores, exibidores e representantes da sociedade civil, o Ministério da Justiça (MJ) instituiu a Portaria nº 1220 (de 11/07/2007), que rege a classificação indicativa (veja quadro). A intenção do governo, segundo o ministério, é preservar, orientar e informar sobre o conteúdo veiculado e o horário dos programas audiovisuais.

A classificação por faixa etária já existe em países como Estados Unidos, Austrália, Inglaterra e França, sendo que esses dois últimos possuem órgãos como o Ofcom (*Office of Communications*) e o CSA (*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*), que podem inclusive cassar a licença de um canal que persistir nas infrações cometidas. No Brasil, desde o último dia 12 de julho, as emissoras de televisão são obrigadas a informar, antes de cada programa, a que idade ele se destina.

Alvo de críticas pró e contra sua adoção, a classificação indicativa tem nas grandes empresas de radiodifusão (representadas pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – Abert) manifestações desfavoráveis. Os dirigentes dessas emissoras acreditam que os rótulos por faixa etária representam risco de censura. Por isso, travaram uma luta ferrenha pela não instituição da portaria. Na composição

do documento, entretanto, o MJ atendeu a grande parte das reivindicações da Abert – representante dessas empresas – e da Associação Brasileira de Programadores de Televisão por Assinatura (ABPTA).

O diretor do Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação do Ministério da Justiça, José Eduardo Elias Romão, diz que as grandes empresas de radiodifusão mais uma vez levantaram uma “cortina de fumaça” para impedir a discussão sobre o modelo de negócio ou os prejuízos que possam decorrer da obrigatoriedade de cumprir o fuso, a vinculação horária. “Foi criada, como sempre, por estes empresários, uma oposição à classificação, como se

ela pudesse regular definitivamente as relações entre mídia, Estado e mercado. A partir daí, estrategicamente, a caracterizaram como censura”, explica.

As emissoras de TV, ao longo do processo de discussão, se recusaram a participar da construção da portaria, conforme informa a coordenadora do Coletivo de Comunicação Intervenções, Bia Barbosa. “E quando chegou o momento do governo lançá-la, elas (emissoras) começaram a pressionar publicamente com um *lobby* fortíssimo, alegando censura e risco de uma volta à ditadura.” Bia lembra que a própria Constituição Federal (artigo 220) estabelece a responsabilidade do Estado de zelar pelos direitos das crianças e dos adolescentes.

Elias Romão explica que a classificação foi criada para ser um novo sistema de controle social sobre a atividade do Estado e também sobre as emissoras concessionárias. “Na prática, ela também melhora ou estabelece comunicações, procedimentos burocráticos entre os diferentes atores. Agora, ela é também uma forma de garantir os direitos da criança e do adolescente”, completa Romão.

A portaria representa um enorme avanço, na opinião de Veet Vivarta, secretário executivo da Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi). “A auto-classificação dá poder e respon-

- L** **LIVRE PARA TODOS OS PÚBLICOS**  
A análise não aponta inadequações - exibição em qualquer horário
- 10** **INADEQUADO PARA MENORES DE 10 ANOS**  
Exibição em qualquer horário
- 12** **INADEQUADO PARA MENORES DE 12 ANOS**  
Exibição após às 20h
- 14** **INADEQUADO PARA MENORES DE 14 ANOS**  
Exibição após às 21h
- 16** **NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 16 ANOS**  
Exibição após às 22h
- 18** **NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 18 ANOS**  
Exibição após às 23h

sabilidade às emissoras, sem, contudo, tirar do governo as condições de intervir quando achar necessário.” Vivarta argumenta ainda que o MJ está simplesmente fazendo valer o que os próprios constituintes, em 1988, imaginaram ser um mecanismo para abolir totalmente qualquer resquício de censura. “O modelo apenas oferece à sociedade uma ferramenta para o que se chama de regulação democrática dos meios de comunicação”, conclui.

A classificação tem efeito pedagógico: é uma informação para que os adultos possam monitorar a programação e orientar seus filhos, afirma a cineasta Berenice Mendes, integrante da Coordenação Executiva do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). “Ninguém precisa proibir nada, é possível veicular tudo, mas cada coisa em seu horário, essa é a intenção”, aponta.

Segundo o psicólogo Ricardo Moretzsohn, da campanha *Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania*, a questão não é de censura, mas de regular os horários com os conteúdos. Tecnicamente, explica Moretzsohn, “a censura é o mecanismo que bloqueia o conteúdo antes de transmiti-lo, pelas mãos de um censor”. O psicólogo destaca que o governo deveria investir na leitura crítica da mídia, na educação para a mídia.

## Responsabilidade a cargo de quem

Três conflitos devem ser considerados na classificação indicativa, segundo Berenice Mendes. O primeiro diz respeito à intenção e/ou obrigação do Estado em executá-la, atendendo ao disposto na Constituição Federal, que afirma que o Estado deve fornecer à família os meios de se prevenir contra os excessos na programação – em confronto com a intenção das empresas de radiodifusão, de se auto-regularem. Outro conflito refere-se à alegação de “censura”, usada como argumento pelas empresas, a cada tentativa de regular conteúdo de radiodifusão no Brasil, em qualquer instância. O terceiro conflito, segundo a cineasta, é a construção da cultura de responsabilidade social das empresas quanto aos efeitos da programação televisiva sobre a produção da subjetividade nas crianças, adolescentes e adultos, e também da vida política, econômica e social do país.

Pesquisa realizada em 2005, pelo instituto Eurodata TV Worldwide, apontou que as crianças brasileiras são campeãs em permanência na frente da TV, onde ficam durante cerca de 3h e 31min por dia. O estudo foi realizado em nove países (Brasil, Estados Unidos, Indonésia, Itália, África do Sul, Espanha, Reino Unido, França e Alemanha).

Outra pesquisa, intitulada *A televisão na vida de crianças e adolescentes*, realizada em uma escola da rede particular de ensino de Porto Alegre (RS), apurou que 60% de um universo de 200 alunos entrevistados, entre sete e 13 anos, assistem à TV de quatro a cinco horas por dia; e 70% assistem sozinhos aos programas. O estudo foi realizado pela médica psiquiatra Nina Rosa Furtado, professora de Psiquiatria na Faculdade de Medicina da PUC do Rio Grande do Sul, em parceria com a professora do ensino fundamental Tatiana Franarin.

Nem sempre é possível ter a presença dos pais e responsáveis para orientar e “vigiar” os conteúdos transmitidos durante a permanência da criança ou do adolescente diante da TV. A cargo de quem fica a responsabilidade pela propagação audiovisual? “Os menores de idade têm direitos especiais garantidos por lei. A adequação do conteúdo de TV aberta aos horários é obrigação legal, moral, ética”, defende o diretor de programação da MTV Brasil, Zico Góes. A MTV foi uma das únicas emissoras no país a veicular comerciais favoráveis à adoção da classificação indicativa. A pressão acabou dando resultado, avalia Góes, mas apenas quanto à questão de submeter previamente ao ministério o material audiovisual para que fosse classificado. “Hoje, o que de fato é melhor, as próprias emissoras podem tomar a iniciativa de classificar seus programas, baseadas nos critérios publicados pelo MJ e amplamente debatidos pela sociedade civil.” Góes lembra que há algum tempo atrás, uma emissora transmitiu uma propaganda que responsabilizava os pais pelo conteúdo audiovisual. A MTV interpreta a classificação indicativa como uma medida de proteção aos direitos das crianças e adolescentes, “conforme o que foi combinado pela sociedade brasileira na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente”.

Para Berenice, as emissoras tomam uma atitude completamente demagógica ao declarar como sendo unicamente dos pais a responsabilidade de orientar sobre o que os filhos assistem na televisão. “Num país onde 50 milhões de pessoas vivem na linha da pobreza, isso não funciona”, destaca a cineasta, lembrando que a grande maioria da população brasileira sai de manhã para trabalhar e só volta à

noite, e que as crianças – principalmente as da periferia – não têm acesso a outro lazer que não seja a TV. “Elas ficam reféns da programação e, dependendo dos valores que são transmitidos para ela, vai se moldando, se construindo fisicamente dessa forma”, pondera Moretzsohn.

**Classificação indicativa** – é o serviço de análise e produção de informações objetivas sobre os conteúdos. Possibilita que pais e educadores sejam capazes de orientar crianças e adolescentes numa escolha consciente da programação de TV, de forma padronizada para todos os canais.

A nova portaria mantém a vinculação entre faixas etárias e horários de exibição. Não haverá análise prévia de obras, as emissoras deverão fazer a auto-classificação de seus programas e encaminhar ao MJ. Caso a classificação estabelecida seja divergente da constatada pelos analistas do ministério, o programa poderá receber uma nova classificação.

A TV por assinatura, que oferece dispositivos de bloqueio à programação, deverá veicular as informações sobre classificação indicativa, mas não está sujeita à vinculação entre faixa etária e hora.

Programas jornalísticos, esportivos, ao vivo e propagandas não estão sujeitos à classificação indicativa.

O ministério pode modificar a classificação de uma obra, em caráter de urgência, se constatar reincidência de inadequações para a faixa etária para a qual foi classificada. Esse mecanismo garante o contraditório e a ampla defesa das emissoras.

Fonte: Ministério da Justiça

# Televisão pública, um não-lugar em construção

Reportagem de Ana Rita Marini





**Q**uando a criação de uma nova TV pública brasileira foi anunciada de forma isolada pelo governo federal, através do Ministério das Comunicações, em março deste ano, causou estranheza à sociedade civil e entidades representativas do setor que se debruçavam há pelo menos meio ano em análises sobre o assunto. Rapidamente, foi levantada polêmica, que trouxe consigo antigas divergências conceituais na compreensão sobre o que é público e o que é estatal, além da incompreensão sobre as intenções do governo. É que a notícia sobre um anteprojeto de criação da Rede Nacional de Televisão Pública — que seria uma emissora de TV do Poder Executivo — chegava às vésperas da realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas, uma iniciativa da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, postergando um processo que já estava em andamento e divergindo de princípios democráticos de participação social.

Após resolverem dialogar, os ministérios se uniram para, enfim, realizar o evento — ocorrido em maio, em Brasília. Desde então, passou às mãos da Secretaria de Comunicação Social a tarefa de finalizar a estrutura da nova televisão, avaliada por um grupo interministerial e formatada juridicamente pela Casa Civil, partindo então para o Congresso Nacional. Esse grupo decidiu que na arquitetura dessa rede haverá um Conselho Gestor, inicialmente composto por personalidades “notáveis”, elencado pelo governo, que irá administrar a nova TV pública. A resolução provocou uma reação negativa entre as entidades que participaram dos processos até então e recebeu inúmeras críticas sobre o caráter que terá essa emissora: público ou estatal? Os conceitos divergem. O sistema estatal é formal, concreto, e o público é um estatuto, um não-lugar em construção.



Todos os grandes temas que afligem e tocam no dia-a-dia de quem faz a TV pública no Brasil foram aprofundados por grupos de trabalho organizados em um ambiente colaborativo, promovido pelo Ministério da Cultura – no qual se desenvolveram as discussões preliminares sobre a TV Pública no Brasil. Entidades do setor já haviam preparado um diagnóstico apurado da área, quando o ministro das Comunicações, Hélio Costa, anunciou em março, que o governo preparava uma Televisão do Executivo.

A notícia caiu como “bomba” entre as entidades envolvidas nos debates que já aconteciam há pelo menos seis meses, nos quais foram tratados modelos de gestão, de financiamento, filosofia de grade de programação, montagem de uma rede com caráter nacional, migração para o digital, entre outras questões. Vieram à tona conceitos, relatórios, pesquisas, avaliações e pareceres detalhados.

O “caldo” disso tudo, contextualizado em seus momentos históricos, na cultura e identidade nacionais, relacionado às atuais capacidades e focado no futuro convergente da televisão digital, culminou, em maio passado, no I Fórum Nacional de TVs Públicas, que originou um documento – a Carta de Brasília. Nessa carta, foram subscritas, em linhas gerais, as características para a TV pública a ser construída no Brasil. “O Fórum tem caráter histórico. Pela primeira vez, aqueles que fazem a TV pública no país ocupam uma mesma mesa para debater, elaborar e propor políticas sobre todos os aspectos que dizem respeito ao setor”, afirmou durante o evento o diretor geral da Rádio Mec e presidente da Associação das Rádios Públicas do Brasil (Arpub), Orlando Guillon.

Representantes das emissoras Públicas, Educativas, Culturais, Universitárias, Legislativas e Comunitárias, profissionais da cultura, cineastas, produtores independentes, acadêmicos, ativistas da sociedade civil e do movimento social, além de telespectadores, nos quatro dias de reunião, desataram alguns “nós” e projetaram um conjunto de recomendações, em colaboração, para “ampliar e o fortalecer o espaço público também na televisão brasileira”. Ficava claro, no Fórum, que o campo público da televisão engloba TVs com caráter corporativo, como as legislativas; outras absolutamente comunitárias, que vêm da sociedade; TVs com ligação direta ou indireta com governos estaduais ou

governo federal, TVs universitárias. “Nem todos fazem a mesma coisa, embora todos estejam no campo público”, definiu Guillon.

Após toda a reflexão (e a TV já formatada), porém, alguns conceitos ainda buscam primazia na estrutura dessa nova TV pública nacional. Uma das formulações na luta por inclusão na arquitetura dessa televisão vem do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que defende um modelo político-administrativo alicerçado em corpo técnico profissionalizado que conduz o cotidiano das emissoras da TV pública – assegurando qualidade e diversidade de conteúdos, independência em relação a governos e prestando contas à sociedade periodicamente.

No documento *Propostas preliminares para um modelo de radiodifusão pública aplicável aos sistemas estatal e público de comunicação no Brasil*, apresentado no I Fórum Nacional de TVs Públicas, o FNDC sistematiza propostas de políticas públicas gestadas nos últimos 15 anos. Dentre elas, a proposta de gestão conflita com os encaminhamentos do governo federal, que decidiu por indicar e nomear um Conselho Gestor formado por personalidades, além de Diretoria Executiva. A responsabilidade pela formulação da estrutura da TV Brasil (nome provisório) ficou a cargo da Secretaria de Comunicação Social do Planalto, através do ministro-chefe Franklin Martins, que contou com os trabalhos de um grupo executivo coordenado pelo assessor Delcimar Pires. O órgão foi formado também pela Radiobrás, Ministério da Cultura, Rádio Mec, Casa Civil, TVE Brasil e convidados.

A decisão do grupo executivo, que descarta a ideia de representação pela sociedade civil, desagradou entidades que participaram da construção da nova TV pública brasileira até então. “A indicação de personalidades pelo governo abre espaço para a indicação dos ‘protegidos’ e a TV perde seu caráter público”, reclamaram através de documento, o FNDC, o Coletivo Intervezes, a Campanha pela Ética na TV, a Fenaj – Federação Nacional dos Jornalistas, a Fittel – Federação Interestadual de Trabalhadores de Telecomunicações, a Fitert – Federação Interestadual dos Trabalhadores em Radiodifusão e Televisão, a Amarc – Associação Mundial de Rádios Comunitárias e a CUT – Central Única dos Trabalhadores.

As características defendidas pelo FNDC estão presentes nas práticas de organização e administração dos principais modelos de radiodifusão pública no mundo.

#### **PBS**

A **Public Broadcasting Service (PBS)** – formada por **354** estações públicas de TV dos **50** estados dos **EUA** – é gerenciada por **26** diretores com mandatos fixos. A emissora é administrada por um quadro de nove funcionários e mantida com recursos da **Corporation for Public Broadcasting**. Possui **12** fontes de financiamento em nível federal, estadual e local. Seu orçamento trienal é submetido ao Congresso e gira em torno de **US\$ 2,4 bilhões**.

#### **BBC**

A **British Broadcasting Corporation (BBC)** é gerida por um grupo de **12** controladores, representantes do interesse público (*governors* indicados pela Rainha da Inglaterra) e **10** diretores executivos que gerenciam a operação das **10** divisões da rede de emissoras. Recolhe **£10,54** (libras) por mês de cada britânico que tem um aparelho de televisão em casa. Seu orçamento em 2006 foi de **£4,2 bilhões** (libras).

#### **CBC**

A **Canadian Broadcasting Corporation (CBC)** é administrada por **12** diretores, que prestam contas anualmente ao Parlamento; **11** membros do Comitê Sênior de Gerenciamento. Um funcionário nomeado pelo comitê é responsável pela aplicação da política da rede. O orçamento em 2003-2004 foi de **1,33** bilhão de dólares. Cada canadense pagou **29** dólares por ano para financiar os **28** serviços operados em inglês, francês e oito dialetos aborígenes. É a principal fornecedora de conteúdo cultural canadense do País.

## Conceitos divergem

Apesar da aparente fragilidade, é no segmento das TVs públicas, formado principalmente por emissoras comunitárias e universitárias (criadas pela Lei do Cabo), que reside, segundo o FNDC, o potencial de desenvolvimento de um legítimo sistema público. “Aquele onde a sociedade abandona o papel de receptora passiva de informações e assume de fato a gestão e operação destas mídias”, descreve o FNDC, considerando ser a compreensão desses sistemas parte de um esforço inicial de “superar o sentido adjetivo e o uso vulgar da palavra controle no senso comum, seguidamente usada com uma conotação negativa e associada a autoritarismo”.

O governo, porém, pensa diferente. Segundo o coordenador do grupo executivo da TV pública, é um erro as entidades acharem que essa TV só será pública se essas instituições estiverem no Conselho. “O maior equívoco é que elas (entidades) vêm reafirmando esse desejo sem responder nem mesmo no campo teórico”, assinala Delcimar Pires, indicando que a explicação para esta abordagem está no campo da Sociologia, do debate político. “Vamos recorrer aos mestres da Sociologia, da Filosofia”, desafia o coordenador, avaliando que a sociedade faz uma leitura particular de que público é ela mesma, são os movimentos. Já a administração federal, diz Delcimar, entende que a sociedade não é representada somente pelo movimento social organizado. “Quem vai dizer quem tem razão ou não?”, questiona.

O coordenador-geral do FNDC, Celso Schröder, afirma que estes são velhos problemas, amplificados pela falta de definição sobre o que é “público”. O conceito “sistema de TV pública”, segundo ele, se originou de uma concessão do *establishment* para atribuir controle público sobre os sistemas privado e estatal. “Porque o sistema estatal é formal, e o público não existe concretamente. É um estatuto, um ‘não-lugar’”, explica Schröder, acrescentando que é uma solução política exercer um “controle distribuído”. “Significa o compartilhamento de responsabilidades entre o Estado, a sociedade e o setor privado sobre o sistema de comunicação.” Este conceito de gestão de rede é encontrado na Lei do Cabo (leia box).

Lei do Cabo (nº 8.977 / 95) – que instituiu a TV a cabo no Brasil, define da seguinte forma as redes de TV:

Rede Única - é a característica atribuída às redes capacitadas para o transporte e a distribuição de sinais de TV, visando a máxima conectividade e racionalização das instalações dos meios físicos, de modo a obter a maior abrangência possível na prestação integrada dos diversos serviços de telecomunicações;

Rede Pública - é a característica atribuída às redes capacitadas para o transporte e a distribuição de sinais de TV, utilizado pela operadora do serviço de TV a Cabo, de sua propriedade ou da concessionária de telecomunicações, possibilitando o acesso de qualquer interessado, nos termos desta Lei, mediante prévia contratação.

A idéia de rede pública e única – com inteligência distribuída (controle público), garantias ao conteúdo, à horizontalidade – é o que assegura a democracia, aponta Schröder. Uma rede pública, no sentido do acesso e do controle; e única, no sentido da racionalidade econômica e interligação das infra-estruturas existentes. “Entendendo-se que o controle público não quer dizer do poder público”, enfatiza.

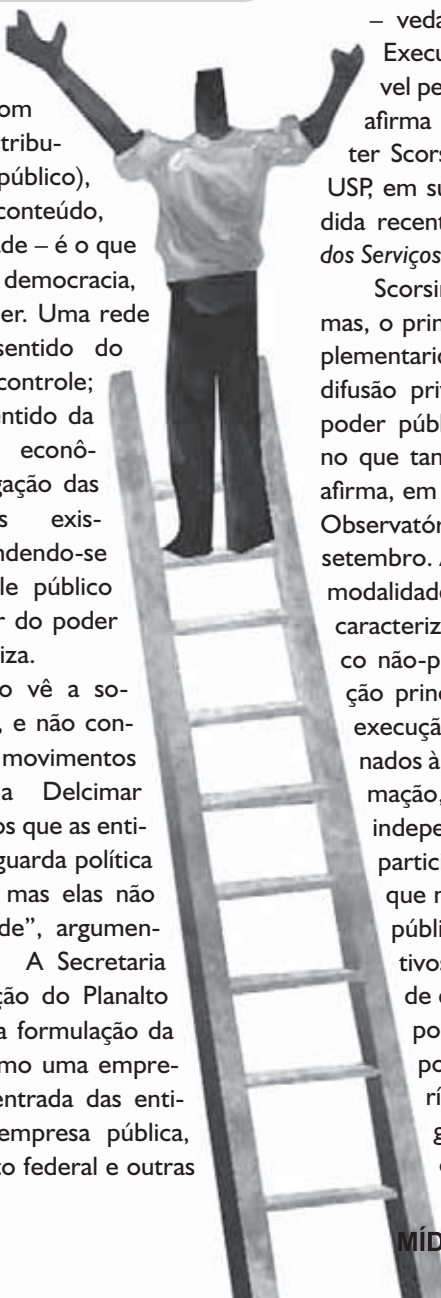
O governo vê a sociedade difusa, e não concentrada nos movimentos sociais, revela Delcimar Pires. “Achamos que as entidades são vanguarda política da sociedade, mas elas não são a sociedade”, argumenta o assessor. A Secretaria de Comunicação do Planalto trabalha com a formulação da TV pública como uma empresa. Assim, a entrada das entidades numa empresa pública, com orçamento federal e outras

peculiaridades pode vir a configurar um “desvio na sua missão, de defesa de interesses corporativos”, explica Delcimar, enfatizando que entenderia isso como uma “cooptação”. Ele afirma que tudo o que saiu do Fórum Nacional de TVs Públicas, “independente de um aspecto ou outro”, o grupo executivo procurou garantir. Entretanto, quanto ao Conselho Gestor, o entendimento do governo é de que os membros são personalidades da sociedade. “Ou seja, a gente está dizendo que o conselho não pode ser de representação de entidades, federações. Não é um conselho nacional que discute políticas públicas”, justificou.

Um critério essencial para a caracterização da televisão pública é a independência diante do poder público, assegurada mediante a participação e o controle social – particularmente o poder de auto-organização interna com a indicação de seus administradores e, sobretudo, a nomeação de seu presidente – vedando-se ao chefe do Poder

Executivo a escolha do responsável pela direção da entidade. Assim afirma o pesquisador Ericson Meister Scorsim, doutor em Direito pela USP, em sua tese de doutorado defendida recentemente, intitulada *Estatutos dos Serviços de Televisão por Radiodifusão*.

Scorsim abordou, entre outros temas, o princípio constitucional da complementaridade dos sistemas de radiodifusão privado, público e estatal. “O poder público tem deveres a cumprir no que tange à educação e à cultura”, afirma, em matéria publicada no site do Observatório da Imprensa, no dia 18 de setembro. A televisão pública é uma das modalidades de serviço de televisão, caracterizada como um serviço-público não-privativo do Estado. Sua função principal, descreve Scorsim, é a execução de serviços sociais relacionados à educação, à cultura e à informação, “realizada por organizações independentes do Estado e com a participação e o controle social, que não integram a administração pública e não possuem fins lucrativos, submetidas a um regime de direito público de modo preponderante”. O autor admite, porém, que a modelagem jurídica tradicional no País, não garante tal autonomia institucional.

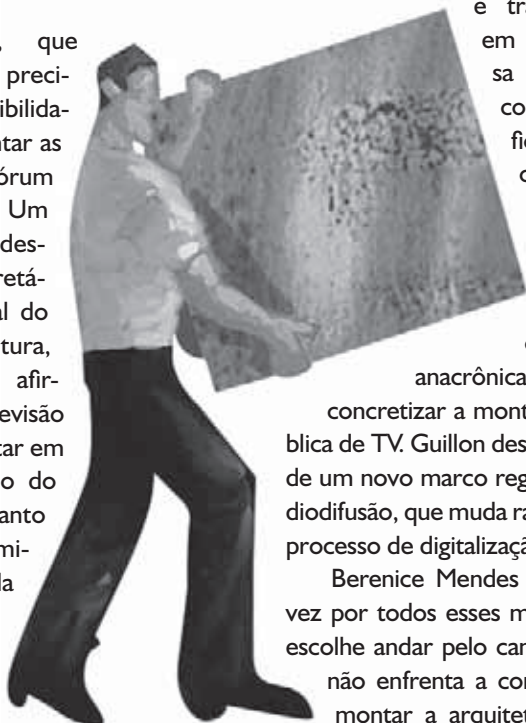


## Nasce uma rede?

Sabe-se que a TV Brasil (o formato final não foi divulgado até o fechamento desta edição) partirá da fusão da TVE do Rio de Janeiro com a Radiobrás, acrescentando, ainda, os canais públicos de cultura, cidadania, educação e os legislativos (TV Senado e TV Câmara). A nova rede pública deverá formar uma malha de redes. Para garantir o acesso universal e único – propõe o FNDC – é imprescindível aproveitar da digitalização da TV seus três componentes básicos: acesso ao conteúdo audiovisual, à transmissão de voz (telefonia) e a dados.

A TV Brasil poderá ser o germe de uma rede pública, porque tem o potencial de funcionar como uma operadora de rede que organiza todas as TVs públicas estaduais e transformar isso, em médio e longo prazo, num sistema público de TV, entende a cineasta Berenice Mendes, integrante da coordenação executiva do FNDC. “Se esta rede funcionar organizando as outras, já está muito bom, mas isso levará algum tempo. Construir uma televisão não é brincadeira, não dá para querer que a coisa nasça pronta”, avalia Berenice. De saldo, contabiliza a cineasta, a TV Brasil já vai nascer com uma super estrutura. “Tanto na parte jornalística, que é uma *expertise* da Radiobrás, quanto com a *expertise* da TVE do Rio de Janeiro na produção cultural, de entretenimento e artística.” São funcionários, pessoas competentes, estrutura de produção, estúdios com equipamentos e todo o acervo.

O governo, que toma as decisões, precisa de grande sensibilidade para implementar as demandas do I Fórum de TVs Públicas. Um dos proponentes desse Fórum, o secretário de Audiovisual do Ministério da Cultura, Orlando Senna, afirmou que uma televisão pública tem de estar em equidistância tanto do poder político, quanto do poder econômico. “Não tem nada a ver com o presidente, qualquer que seja ele. Afora as coisas



mais ranzinzas e a política partidária, todos nós que estamos envolvidos na questão já somos plenamente conscientes de que a televisão pública é relacionada com a sociedade, com gestão pública, um espaço para a pluralidade, seja a diversidade cultural, seja a diversidade de opiniões”, defendeu. Senna reforçou a idéia de que esta TV não tem nada a ver com televisão

“É imprescindível aproveitar os três itens básicos da TV digital: acesso ao conteúdo audiovisual, à transmissão de voz e a dados”

estatal, cuja missão é oferecer a informação e serviço do Estado à população.

## Quimeras a contemplar

O grupo executivo da Secretaria de Comunicação do Planalto e o grupo Interministerial, com suas atribuições concretas e precisas na avaliação de prazos, medidas provisórias, marco regulatório, necessitam ainda “ter a capacidade de perceber que um trabalho desses tem muita demanda, muito sonho, quimeras, e traduzir isso tudo em realidade”, analisa Orlando Guillon, considerando a dificuldade de unir o “amontoado de setores” que fazem a TV pública do Brasil (onde a legislação de comunicação é anacrônica, de 1962) para concretizar a montagem da rede pública de TV. Guillon destaca a necessidade de um novo marco regulatório para a radiodifusão, que muda radicalmente com o processo de digitalização dos meios.

Berenice Mendes entende que, talvez por todos esses motivos, o governo escolhe andar pelo caminho mais fácil, e não enfrenta a complexidade que é montar a arquitetura do Conselho

Gestor. Junto à opinião pública, um conselho de notáveis pode funcionar, mas há o risco de que o grupo de personalidades possa ser honorário, reunindo-se uma vez por ano, “para tomar cafezinho e se aplaudir”. “Neste caso, quem dará as diretrizes, efetivamente, é o governo”, conclui.

Também o presidente da Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU), Gabriel Priolli, acredita que o projeto da TV Brasil vai se “equivocando”, uma vez que traça um modelo de emissora controlada por Conselho de Gestão composto por personalidades nomeadas pelo governo, em vez de representantes de entidades da sociedade civil, por elas indicados. No artigo *A nova rede se enreda*, publicado no site do Observatório da Imprensa, em 15 de agosto de 2007, Priolli avalia que o maior avanço no projeto da TV Brasil reside na disposição em promover uma relativa “desestatização” da nova rede, criando-a sob o modelo de fundação pública de direito privado – o que a manteria, teoricamente, independente do governo. “Essa é uma velha demanda política de todo o campo público da televisão: a de que os canais sejam utilizados para os interesses amplos da sociedade, não para conveniências de governantes”, escreve Priolli, concluindo que esta será uma TV estatal em versão *light*, “supostamente autônoma, mas de fato monitorada”.

O ministro Franklin Martins atribui ao Conselho Gestor o principal mecanismo para proteger a TV Brasil da influência política. “Ele (o Conselho) garantirá que a TV pública mantenha-se fiel aos seus princípios. Não fiscalizará só o jornalismo, mas toda a atuação, como é feito na BBC, RTP (as estatais da Inglaterra e de Portugal)”, afirmou o ministro, conforme reportagem do portal Comunique-se, em agosto. Franklin Martins não descartou, entretanto, ausência de risco de manipulação política. “Todo governo quer que só sejam veiculadas informações positivas.” E provocou: “Mas eu não entendo por que cobram isso da TV pública e não cobram das TVs comerciais. Por acaso só a TV pública corre risco de manipulação?”

Todas essas questões, enfim, ficarão mais claras daqui a algum tempo, a partir do acúmulo da nova prática em gestão do espaço e do espectro – que pode ser mais ou menos – público, da qual a TV Brasil será instrumento.

# Ética e Jornalismo

Diariamente, os jornalistas atuam em um mundo onde a ética na profissão é cada vez mais delimitada por suas próprias escolhas do que pela Deontologia ou por Códigos de Ética. Sua liberdade de informar não lhe isenta de compromissos morais com a sociedade. Seus atos provocam consequências que ecoam com maior repercussão, por serem vistos como “exemplos” de conduta. Acima de tudo, a liberdade de informar adquirida pelo jornalista transforma-o em agente transmissor de mensagens e, desta forma, sua responsabilidade aumenta.

Eugênio Bucci, no livro *Sobre Ética e Imprensa*, esclarece que a principal razão da existência do jornalista é o público. “Por isso, o jornalismo é, ou deve ser, ou deve-se esperar que seja, fator de educação permanente do público – fator de combate aos preconceitos, sejam eles quais forem”, afirma Bucci.

No jogo de interesses do mercado, na guerra da concorrência, a saída preferida por muitos veículos é aderir ao espetáculo. A opção oscila entre explorar o sexo, a violência e a vida privada, sem um real interesse público. Isto ajuda a construir a imagem negativa do jornalista, como aquele que faz tudo pelo furo, pela fama, pelo dinheiro e pelo poder. O papel social do jornalista é colocado em dúvida, uma vez que sua figura é associada à desconfiança pelo público.

Os veículos de comunicação de abrangência nacional estão estruturados em uma tendência monopólica ou oligopólica (rádios e tevês) e familiares (jornais). O mundo é recriado conforme melhor entendem seus donos, sendo repassado ao público depois de “ajustado”. Desta forma, a atividade jornalística e sua função social ficam diretamente comprometidas, se afetadas em sua essência por interesses maiores e fora do alcance individual do profissional.

O espetáculo e o sensacionalismo são fatores que podem abalar a credibilidade e pôr em questão a ética no jornalismo. As novas tecnologias surgem para incrementar a desconfiança. A televisão de alta definição, as imagens eletrônicas e a informática estabelecem novas necessidades materiais e psicológicas, no momento em que são capazes de manipular e recriar a realidade baseada em uma falsificação. Ao sensacionalismo, interessam os lucros financeiros, garantidos por um público que tem interesse pelos escândalos e pela morbidez dos acontecimentos, segundo explica Niceto Blázquez, em *Ética e Meios de Comunicação*.

Como saber realmente se existe a verdade dos fatos? É possível alcançar a objetividade total? Bucci considera a verdade como uma pretensão impossível do jornalista. Para um fato há sempre uma

versão, um ponto de vista, por maior que seja sua boa intenção. Logo, se o jornalista não pode garantir a verdade, deve estar comprometido com a confiabilidade dos acontecimentos. Independente da ótica a qual o fato for relatado, há dados que serão verídicos, que existirão ou não. Isto garante ao público o mínimo de confiabilidade na informação.

Muitos profissionais da comunicação social, porém, sentem-se bastante à vontade quando submetidos à mentira. Para justificar tal desonestidade, aderem à antiga teoria sofista da impossibilidade da verdade, a qual aponta como impossível a objetividade. A verdade é um objetivo inatingível, ao qual o jornalista pode facilmente renunciar sem comprometer sua responsabilidade.

O jornalista deveria conduzir o indivíduo a um caminho de crítica e indagação frente ao mundo. Afastada de sua função original, contudo, a profissão tende a se converter em assuntos empresariais e mercantis, onde a verdade perde a preferência para o lucro e o *status* social. A principal crise na ética envolve o fato de que ela está refletida nos comportamentos particulares da moral ligada aos monopólios, oligopólios e proprietários dos meios. Em termos mais práticos, entretanto, o problema ético está relacionado com o próprio perfil do jornalista. A responsabilidade é esquecida no fascínio por poder, fama e prestígio, quando, muitas vezes, há exploração da vida privada, sob o pretexto de combate político ou público ou a falsa mensagem de promover melhorias sociais.

Além de recorrer ao grotesco, o jornalista adere à subjetividade. Pretende garantir, assim, o afastamento do verídico, para evitar a objetividade. Ele não se compromete e acaba protegido, escondido atrás de dados subjetivos. O processo da informação fica preso a um círculo vicioso, onde a ética é desrespeitada por jornalistas, na corrida por garantir as grandes manchetes ou casos grotescos e trágicos.

Nina Furtado é psiquiatra e professora da Faculdade de Medicina da PUCRS. Possui mestrado e doutorado pela Faculdade dos Meios de Comunicação Social da PUCRS.



“A principal crise na ética está refletida nos comportamentos particulares da moral ligada aos monopólios e proprietários dos meios”

# Verdades e mitos sobre interferência das rádios comunitárias em aeroportos

Especialistas esclarecem as possibilidades das rádios de baixa frequência causar interrupção na comunicação aeronáutica

Por Candice Cresqui



As rádios comunitárias têm encontrado uma série de obstáculos para seu funcionamento. Além do volume de exigências para a legalização, a morosidade do governo federal na concessão de outorgas e a falta de recursos, as rádios de baixa frequência enfrentam uma campanha sistemática de desmoralização e descrédito, encabeçada pelas grandes empresas de radiocomunicação. Entre os argumentos apontados pelas rádios comerciais – principalmente agora, aproveitando-se do momento de crise no setor aeronáutico do país – está o de que as rádios comunitárias interferem fortemente nos sistemas de comunicação e rádio-navegação aérea, podendo até mesmo provocar queda de aeronaves.

Sancionada pelo então presidente da República Fernando Henrique Cardoso, em 1998, a Lei 9.612 estabelece os critérios para concessão de canal às rádios comunitárias. Para receber a outorga, essas emissoras só podem operar em um raio de até um quilômetro, a uma altura máxima de 30 metros, longe dos aeroportos e com equipamento de transmissão fiscalizado e homologado. Além disso, quando recebem a autorização para começar a operar, as emissoras passam a ter um espaço no plano de canais calculado pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), de forma que não interfiram em outra frequência FM. “Física e tecnicamente, essas rádios de pequeno alcance não teriam como interferir na comunicação entre aeronaves e aeroportos”, avalia o jornalista Dioclécio Luz, autor do livro *A arte de pensar e fazer rádios comunitárias*.

Os sinais de VHF são divididos de dois a seis para canais baixos de televisão e de sete a 13 para canais altos de televisão. As transmissões de rádio em frequência VHF-FM operam entre os canais seis e sete. Localizam-se nesta faixa todos os canais de rádio FM, entre eles os de comunicação aeronáutica, policial e hospitalar. As rádios FM, comerciais e comunitárias outorgadas, operam de 88 a 108 MHz (Mega Hertz). Já a faixa de comunicação aeronáutica vai de 108 a aproximadamente 137 MHz.

Como cada um desses sistemas opera em faixas diferentes, a princípio,

não há possibilidade de captar em um rádio comum as conversas da central de polícia com o carro patrulha ou a comunicação entre a torre de um aeroporto e alguma aeronave. Esses danos só ocorrerão se houver problemas na transmissão, se o equipamento não for regulado corretamente, ou não tiver os filtros adequados para impedir os sinais harmônicos (duplicados) ou espúrios (aquele que opera fora da faixa permitida).

As rádios de baixa potência não-legalizadas que usam sinal livre dentro da faixa FM até podem ser responsáveis por interferências junto ao controle do espaço aéreo. Entretanto, se o equipamento é comprado legalmente e possui a homologação do órgão responsável, a possibilidade de interferência é mínima, mesmo que a rádio de baixa potência não seja legalizada. Assim garante o engenheiro eletrônico e pesquisador Higino Germani, ex-diretor técnico da TVE-RS. Para Germani, que tem larga experiência em sistemas de radiodifusão (foi chefe da área técnica de Radiodifusão no antigo Departamento Nacional de Telecomunicações e diretor técnico da Rádio Nacional de Brasília, atual Radiobrás), “embora possam ocorrer interferências, é um exagero dizer que uma rádio possa derrubar uma aeronave”.

O diretor da Faculdade de Ciências Aeronáuticas da PUCRS, Elones Fernando Ribeiro, salienta que a incidência de acidentes graves provocados pela interferência de sinais estranhos à radiocomunicação aeronáutica é nula, tanto que os livros técnicos utilizados pelos alunos não fazem referência a nenhum caso. “Nunca ouvi falar em queda de aviões”, conta o profissional, que tem em seu currículo mais de 27 anos como controlador de voo e oito anos como piloto.

Um estudo realizado pelo pesquisador Marcus Manhães, do Centro de

Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD), explica que a interferência de uma rádio na comunicação aeronáutica se dá por uma composição de vários sinais e não apenas um. Sinais de emissoras de rádio FM distintas, ao serem captados com níveis suficientemente fortes, podem provocar um efeito denominado intermodulação. Este fenômeno resulta em uma mudança de frequências dos sinais recebidos, tornando-os idênticos ou relativamente próximos da faixa de frequência utilizada na recepção dos serviços aeronáuticos. “Uma vez que as rádios comunitárias trabalham em baixa potência, elas só poderiam interferir com a ajuda de um sinal mais potente, ou seja, o de uma rádio comercial. Quanto mais alto for o sinal, mais crítica pode ser a interferência. É uma equação simples”, frisa o técnico. Cabe ressaltar, segundo Manhães, que cada aeroporto possui um único canal de rádio-comunicação dentro da faixa permitida.

Outro fator importante para a ocorrência de interferências, conforme o pesquisador, é a instalação de estações de rádio próximas aos pontos de testes dos aeroportos. No caminho para os aeroportos, são demarcados pontos que indicam a localização das pistas de pousos. Em alguns desses pontos são instalados equipamentos responsáveis pela medição de ocorrência, em terra, de interferência de



sinais radiofônicos na comunicação aeronáutica. Se, na superfície, houver ingerências de sinais estranhos à comunicação,

o mesmo ocorrerá no ar. “No caso da cidade de São Paulo, por exemplo, o ponto de teste está localizado na Avenida Paulista, local onde um expressivo número de estações comerciais está instalado. Nesta região, as interferências ocorrem com mais frequência”, explica o pesquisador.

São três os aparelhos utilizados pelas aeronaves para auxiliar a navegação e a comunicação aeronáutica: o ILS (*Instrument Landing System Localizer*) tem a finalidade de guiar aeronaves em pro-

cedimento de aproximação e aterrissagem; o VOR – VHF (*Omnidirectional Radio Range*) auxilia a navegação aérea fornecendo informações sobre a radial da aeronave em relação a um ponto terrestre de localização conhecida, também denominado radiofarol; e o COM – VHF (*Communications Equipment*) proporciona comunicação bidirecional de voz entre a tripulação da aeronave e o controlador de voo.

Segundo a pesquisa de Manhães, podem ocorrer neles interferências de dois tipos: aquelas provocadas pelo aparecimento de produtos de intermodulações ocasionadas pela não linearidade dos receptores; e aquelas decorrentes da incapacidade de rejeitar sinais de intensidade elevada. No segundo tipo de interferência, o serviço irá considerar potencialmente interferentes os sinais que forem de intensidade superior a -5dBm.

---

O dBm (decibel miliwatt) é a medida mais comum para expressar a potência de um equipamento de transmissão (rádio). Zero dBm é o mesmo que 1mW de potência. A maioria dos rádios oferecem entre 15 e 18 dBm de potência de saída, sendo entre 30 a 50 mW.

---

Já nos serviços ILS e VOR, os níveis de interferência variam com o valor da frequência da estação FM. “Admitem-se níveis maiores para os canais mais baixos da faixa de FM. Tal variação significa que os receptores aeronáuticos estão mais sujeitos às interferências provenientes dos canais mais altos da faixa de FM e, conseqüentemente, são menos suscetíveis aos canais mais baixos”, explica o pesquisador.

Em 2005, os deputados federais Walter Pinheiro, Henrique Fontana, Valdecir

de Oliveira e Adão Pretto questionaram o Ministério da Defesa (MD) quanto aos acidentes que teriam ocorrido em resultado de interferências em aeroportos. Das cinco ocorrências registradas, três eram de emissoras comerciais de radiodifusão. “A

resposta do ministério revela que há comerciais, as *broadcasting*, como eles dizem, interferindo em dois aeroportos de grande trânsito do país, Guarulhos e Santos Dumont. Estas emissoras são associadas da Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão)”, afirma o jornalista Dioclécio Luz.

Para impedir a ocorrência de interposições de frequências, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) teria que interferir nas rádios comerciais. “Mas isso é coisa que eles jamais farão. É mais fácil culpar as emissoras comunitárias pelas interrupções provocadas na comunicação aeronáutica do que responsabilizar as empresas de radiodifusão comercial”, alerta o pesquisador do CPqD.

No Brasil, segundo estimativas de entidades ligadas à radiodifusão comunitária, existem hoje aproximadamente 20 mil rádios de baixa potência, das quais 2.745 possuem outorga. Porém, nenhum le-

vantamento foi realizado para obter a precisão desse número, uma vez que não há como controlar a abertura e o fechamento de emissoras não-legalizadas.

“As rádios de baixa potência, outorgadas ou não, na sua maioria, utilizam equipamentos legais. Como não possuem muitos recursos,

já compram equipamentos homologados para que, quando a Anatel analisar a documentação jurídica e a estrutura técnica, os gastos não venham a aumentar”, argumenta o Coordenador Jurídico da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), Joaquim Carvalho.

Embora contestado por especialistas, o argumento de que as transmissões das rádios de baixa frequência podem causar a queda de aeronaves é usado freqüentemente como justificativa para o fechamento das emissoras. Para Manhães, isso se deve ao caráter técnico da questão, incompreensível para a maioria das pessoas, que, “aliado à comoção que provoca ao atribuir grave risco a vidas humanas, estabelece a aceitação desta cilada”. Usar tal argumento constitui, para ele, mais uma tentativa de desmoralizar estes importantes mecanismos para a democratização da comunicação, que são as emissoras de radiodifusão comunitária.



## Como medida de segurança, é recomendado às rádios comunitárias:

- não se estabelecer perto de aeroportos ou dos pontos de teste;
- não usar a mesma frequência de outra estação de rádio;
- trabalhar apenas com equipamentos calibrados, ajustados e com filtros;
- utilizar canais centrais do dial, longe das bordas de 88 e 108 MHz para evitar que os harmônicos (clones de um sinal de rádio, que se reproduzem nos diais vizinhos, com sinal mais fraco) atinjam outros sistemas.



# Democratização no semi-árido baiano

Estigmatizada pelos meios de comunicação, a região Sisaleira da Bahia é, com frequência, apresentada como um local onde nada há além de seca e aridez. Para desconstruir essa imagem, o Movimento de Organização Comunitária (MOC), por meio de seus programas de apoio, leva a questão da democratização da comunicação à população do núcleo do sisal e a seus vizinhos, totalizando mais de 80 municípios.

Com 35 mil quilômetros quadrados, 22 municípios e uma população estimada em 800 mil habitantes, os moradores da região do sisal estão geralmente à margem da grande mídia. Ou, quando refletidos, são quase sempre expostos da mesma forma: pobres, retirantes e sofredores.

leitura crítica da mídia. “Estamos trabalhando com a perspectiva de aproximar os educadores das emissoras comunitárias, para que estes possam reafirmar seu caráter social e enraizar-se ainda mais, além de oportunizar espaços de divulgação das produções de mídia e notícias nas escolas”, explica Klaus Minihuber, jornalista e historiador austríaco, coordenador do Programa de Comunicação do MOC. Um ponto principal do projeto, destaca Minihuber, é trabalhar a formação da população para que a comunicação seja vista como um direito, para que tenham acesso à produção e à gestão de meios e veículos.

O estímulo à produção local de mídia é uma linha importante apoiada pela

mecanismo de socialização da região representou um momento especial na vida de Camila Oliveira, de 21 anos, comunicadora e secretária executiva da Agência Mandacaru de Comunicação e Cultura, do MOC. Camila há tempos já vinha desenvolvendo atividades na área de comunicação no grupo de jovens da Igreja Católica e no Movimento de Mulheres local. No entanto, foi através do Projeto Jovens Comunicadores que obteve reconhecimento profissional. “Ele contribuiu para meu crescimento pessoal, social e profissional, e isso provocou uma mudança extrema na minha vida. O projeto ofereceu a oportunidade de dar visibilidade ao que a gente fazia”, explicou ela.

Fotos: MOC



Jovens da região Sisaleira da Bahia participam de projeto cuja proposta é formar comunicadores sociais e democratizar o acesso à produção de informação

A fim de mudar essa imagem e, com isso, influenciar na condição da população local, o MOC tem buscado contribuir para um desenvolvimento integral, participativo e economicamente sustentável para o povo do semi-árido.

Localizada em Feira de Santana, a instituição – que acaba de completar 40 anos – tem como principal ferramenta de transformação o seu Programa de Comunicação. Segmentado nas áreas de assessoria, fortalecimento da comunicação comunitária e “educomunicação do campo”, o projeto nasceu oficialmente em 2004, com o propósito de transformar a democratização da comunicação em realidade.

O projeto Educomunicação capacita professores para que eles possam ensinar seus alunos a produzir e fazer uma

instituição. “Muitos municípios do interior baiano não têm sequer um único meio de comunicação próprio, o que gera processos de alienação e impedem processos de mobilização social mais fortes”, pondera o jornalista.

Outro ponto de atuação refere-se às rádios comunitárias, que são, na avaliação do jornalista, as principais estimuladoras das vozes não agraciadas pelos grandes conglomerados de mídia. No núcleo do sisal, essa realidade não é diferente. Por isso, o MOC apóia a Associação de Rádio e TV Comunitárias do Território Sisaleiro (Abrço-Sisal). “Nossa proposta de democratização da comunicação passa principalmente pelo fortalecimento do movimento de radiodifusão comunitária”, expõe Klaus.

A tomada de consciência sobre a importância da comunicação como

A Agência Mandacaru é fruto do Projeto Jovens Comunicadores, iniciado em 2001 e extinto em 2004. O Programa de Comunicação do MOC ainda produz uma série de produtos institucionais e regionais de comunicação: o Boletim Informativo MOC, o site institucional, o programa de rádio Encontro com as Comunidades, o jornal Giramundo e outras peças de divulgação.

A proposta agora é, diante de certa abertura do governo estadual e da possibilidade de haver uma Conferência das Comunicações no ano que vem, mobilizar a sociedade civil da região Sisaleira para “mostrar que a comunicação comunitária, como ela é exercida na região, pode ser a realização do direito dessa sociedade a uma comunicação pública”, espera Minihuber.

# Uma conquista a ser retomada

Conselho de Comunicação Social foi uma vitória na Constituinte. Parado durante este ano, porém, priva o País de sua contribuição

À época da Assembléia Nacional Constituinte, em 1988, representantes da sociedade civil conseguiram incluir na nova Carta um artigo sobre a organização de um conselho nacional de comunicação. A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) propôs sua criação por meio de emenda popular, em 1987, como instância autônoma em relação aos poderes Executivo e Legislativo. Como atribuição, o novo órgão deveria estabelecer, supervisionar e fiscalizar políticas de comunicação. “Porém, o lobby dos radiodifusores impedia que o Conselho fosse instalado. Havia previsão constitucional, havia legislação, mas o Conselho não era instalado”, conta Berenice Mendes, cineasta, integrante do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e da Associação Nacional das Entidades de Artistas e Técnicos em Espetáculos.

Conforme Geraldo Pereira dos Santos, que foi representante dos trabalhadores da indústria cinematográfica e audiovisual no CCS, o colegiado deveria ser deliberativo, com estrutura capaz de proporcionar ação efetiva, em parceria com outros órgãos governamentais. O jurista José Paulo Cavalcanti Filho, primeiro presidente do Conselho, revela que havia duas perspectivas. Uma idéia otimista pretendia que o órgão fosse similar ao *Conseil Supérieur de l’Audiovisuel*, que regula o setor na França, ou ao equivalente norte-americano *Federal Communications Commission*. Cavalcanti destaca que, com independência, o controle dos meios de comunicação seria feito não a partir do governo, mas da sociedade civil. A perspectiva pessimista previa que as ações do colegiado ocorreriam somente como espaço de debates teóricos, sem participação efetiva nas questões ligadas à comunicação. “A gente assumiu sabendo que era esse o cenário e tudo fizemos para dar os primeiros passos no sentido otimista”, conta o jurista.

Como temiam os que lutaram pela formação do Conselho Nacional de Co-

municação, o órgão foi definido como auxiliar do Congresso, com funções apenas consultivas, passando a se chamar Conselho de Comunicação Social (CCS). Sua regulamentação foi iniciada em 1990, quando o Senado acatou projeto de Pompeu de Souza (PSDB-DF) estabelecendo as regras para composição e instalação do colegiado. Em outubro do mesmo ano, o FNDC fechou acordo com entidades dos grandes meios de comunicação, com o objetivo de aprovar texto substitutivo ao Projeto de Lei (PL) 6126/90, que regula-

“No CCS, foi debatida pela primeira vez a radiodifusão comunitária, que deixou de ser tratada como atividade clandestina”

Berenice Mendes

mentou o CCS. Até dezembro, senadores e deputados ratificaram o PL. O então presidente da República Fernando Collor de Melo sancionou a Lei 8389/91, que criou o Conselho.

Em março de 1992, vencia o prazo de 60 dias que o Congresso tinha para eleger os membros do Conselho. Em 1993, a Fenaj protocolou requerimento pedindo o cumprimento da lei que determinava a efetivação do CCS. Porém, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), contrária à instalação do órgão, propôs sua retirada da Constituição. Através da Fenaj, o FNDC entrou, então, com mandado de segurança solicitando que o Legislativo cumprisse a lei, mas o ministro Francisco Rezek, do Supremo Tribunal Federal, evitou a questão central da ação, afirmando apenas que o direito dos jornalistas de integrarem o Conselho

não era ferido pelo atraso na sua implementação. Por diversas vezes, a eleição da composição do colegiado foi colocada na Ordem do Dia do Senado, mas acabou não sendo votada.

Em 2002, houve grande interesse por parte dos radiodifusores na abertura da composição societária das empresas para participação de capital estrangeiro e o FNDC viu o momento como uma oportunidade de mostrar que não se podia mais permanecer sem a instalação do Conselho. “O fato de que uma questão tão importante estava se dando sem participação da sociedade evidenciava ainda mais a necessidade de haver um Conselho”, explicou Berenice, conselheira titular nas duas gestões do CCS.

Finalmente, após 12 anos de espera, o colegiado foi estabelecido. Sua estrutura era formada por um representante das empresas de rádio, um das empresas de televisão, um das empresas de imprensa escrita, um engenheiro com conhecimento na área de comunicação, um representante dos jornalistas, um dos radialistas, um de artistas, um dos profissionais de cinema e vídeo e cinco membros da sociedade civil; e seus respectivos suplentes.



Rodrigo Cavalcanti

Cavalcanti afirma que Legislativo teme o CCS

## Começam os trabalhos

O Conselho entrou em atividade no início de 2003, sob a gestão do advogado José Paulo Cavalcanti Filho. “Questões seriíssimas foram abordadas na sua administração: a concentração da propriedade dos meios de comunicação e a regionalização da produção, além de ter sido traçado um diagnóstico do mercado de TVs”, afirma Berenice, membro do CCS. Ela acrescenta que a radiodifusão comunitária também veio à tona, pela primeira vez, em instância pública, deixando de ser tratada como atividade clandestina e passando a ser vista como forma de exercício dos direitos da sociedade civil. De acordo a conselheira, os empresários, que até então tinham liberdade para agir às escondidas, passaram a apresentar suas posições claramente.

“O fato de ter escolhido um presidente que é excelente jurista (Cavalcanti), distanciado dos pólos de divergência, fez com que os debates tivessem um nível de entendimento muito saudável”, avaliou Antônio Teles de Carvalho, vice-presidente executivo da Rede Bandeirantes de Comunicação, conselheiro na primeira formação do CCS. Na gestão de Cavalcanti, foi lançado o livro *Concentração da Mídia: Debates no Conselho de Comunicação Social*, que reproduz as atas e sugestões do CCS na época.

A instalação do Conselho coincidiu com a consolidação da TV Senado. Suas reuniões eram transmitidas pela emissora. “Essa visibilidade, junto com nossa produtividade, incomodou o empresariado, e nós sequer tivemos a perspicácia de perceber o quanto eles estavam se sentindo despi-

dos”, avaliou Berenice. Segundo ela, sem o conhecimento do CCS, empresários procuraram o então presidente do Senado, José Sarney, que montou a segunda formação do Conselho (gestão 2005/2006) com maioria indicada por eles. “Eram 18 pessoas ligadas às empresas da grande mídia.” Teles salienta que houve uma deformação tão evidente na composição desse Conselho, que cinco de seus membros eram ligados à Rede Globo de Televisão.

Berenice critica o segundo presidente do CCS, Arnaldo Niskier, que determinou ao colegiado não sugerir a discussão de temas, restringindo-se a debater questões para as quais fosse acionado pela Mesa do Congresso. O professor e escritor Arnaldo Niskier garante, no entanto, que o CCS sempre teve liberdade para propor assuntos. “Mas temos que lembrar que o Conselho é um órgão de assessoramento do Congresso. Então, se tivesse que haver preferência, deveria ser o tema indicado pelo Congresso”, explicou, ao destacar que tinha liberdade total para fazer as agendas e as fez ouvindo o plenário.

O coordenador-geral do FNDC, Celso Schröder, representante da categoria dos jornalistas no CCS, lembrou que a última composição do órgão iniciou sua gestão tumultuada, ignorando o princípio dos grupos de trabalho e os documentos produzidos pela administração anterior. Niskier afirma que não foi bem assim. “Isso tanto foi considerado, que convidei Cavalcanti para vir ao Conselho fazer uma palestra na minha gestão e ele veio.”

Em relação à sua administração, Niskier diz que muitos temas importantes foram debatidos, como a instalação da TV digital, a rádio digital e a situação das rádios piratas e comunitárias. “O CCS foi o único órgão que discutiu isso exaustivamente no ano passado. Só não vê quem é cego.” O escritor destaca que, por sua iniciativa, o CCS publicou *Os Desafios da Comunicação Social no Brasil*, com as principais conferências proferidas. “Esse livro hoje é referência, está em todas as escolas de comunicação do país, e foi enviado também para todos os congressistas.”

## Reserva de poder?

O ex-presidente do CCS José Paulo Cavalcanti Filho ressalta que os parlamentares encaram o Conselho como “reserva de poder”. Para o jurista, o Legislativo vê com receio o CCS, pois sua presença independente esvaziaria a influência do

Congresso – sobretudo na questão da renovação de concessões, que, na avaliação de Cavalcanti, “são feudos de poder dos quais o Congresso não quer abrir mão”. Antônio Teles de Carvalho diz que há falta de consciência entre deputados e senadores no trato com a Comunicação. Ele aponta o esforço deliberado do Congresso contra a presença do Conselho.

Cavalcanti destaca ainda que o Estado não tem política estratégica para o setor, “administra a partir de áreas descoordenadas, sem visão de médio ou longo prazo”. O advogado afirma ter falado, na época em que presidia o CCS (2003/2004), com a Casa Civil, os ministérios da Justiça e das Comunicações, a Secretaria de Comunicação e a Anatel. “Eram conversas estanques, pois o governo não se comunica, não tem projeto. Não tínhamos interlocução para interferir em nada. O resultado foi desalentador”, lamenta, concluindo que o CCS conseguiu fazer menos do que desejava. A última reunião do Conselho ocorreu em 11 de dezembro de 2006.

## O CCS HOJE

Neste ano, pela primeira vez desde sua instalação, o CCS ainda não se reuniu durante a atividade legislativa. Arnaldo Niskier explica que não houve nova eleição no final 2006 porque os mandatos de sete conselheiros terminaram e a Mesa do Congresso Nacional deveria escolher os substitutos. “Normalmente, a Mesa se reúne no fim do ano, mas não o fizeram, apesar da minha insistência. Os nomes já foram encaminhados pelas instituições e agora se espera a escolha do Congresso.” Para Niskier, cabe ao povo pressionar os parlamentares para que o Conselho volte à atividade. “A existência do CCS é constitucional. Portanto, a Mesa do Congresso tem que encontrar tempo para discutir e fazê-lo funcionar”, defende.

A ausência do CCS, do seu acúmulo de conhecimento e produção de novas reflexões, vem impedindo a ocorrência de um debate mais profundo sobre importantes temas no setor – como, por exemplo, a TV digital e a TV pública – em pleno processo de instalação no país.



Roosevelt Pinheiro / Agência Brasil

Niskier nega foco de sua gestão no empresariado

# Sociedade avança a caminho da Conferência Nacional de Comunicação

A natureza pública da comunicação social prevista na Constituição Federal exige uma regulação com ênfase na demanda social por conteúdo, não apenas na exploração do serviço ou de sua infraestrutura. O atendimento a essa necessidade, porém, deve ser assegurado pela atuação de cada operador e pelo conjunto de agentes em cada área de prestação dos serviços, organizados em uma rede pública e única. Estas são algumas das proposições do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) — ao explicitar a necessidade de criar uma nova regulamentação para a comunicação brasileira, com base na convergência digital — apresentadas na Conferência Nacional Preparatória de Comunicações, convocada pelo governo federal. O evento, realizado entre 17 e 19 de setembro, em Brasília, foi mais um passo a caminho da realização de uma Conferência democrática, um chamamento que o FNDC vem fazendo há mais de uma década, e agora toma maior impulso com a adesão de outras entidades que lutam pela democratização da comunicação e o compromisso do governo em convocar uma grande plenária.

Empenhado historicamente na construção de uma Conferência Nacional de Comunicação — desde o início da década de 90, quando propôs e participou da implantação de Conselhos Municipais de Comunicação em diversas cidades brasileiras — o FNDC defende a sua realização da forma mais plural possível. A entidade sustenta que somente um processo de consulta em bases democráticas poderá legitimar qualquer esforço para definir diretrizes e consolidar a convergência digital no País, sem gerar mais exclusão social. Nesse sentido, um novo marco regulatório para as comunicações é condição fundamental. O propósito foi consenso entre os participantes da conferência preparatória ocorrida em setembro.

Em 2006, a abertura de um processo de construção da I Conferência Nacional de Comunicação foi um dos itens mais importantes entre as resoluções da plenária anual do FNDC. O Fórum decidiu buscar, inicialmente, criar um fato político no País. Nesse sentido, empenhou-se em cobrar do governo federal a convocação de uma Conferência Nacional de Comunicação, aberta à sociedade, com o objetivo de formular um novo marco regulatório e, por exemplo, regulamentar os artigos da Constituição Brasileira

que proíbem os monopólios e oligopólios da comunicação, especialmente a existência da propriedade cruzada dos meios de comunicação, a complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal e o modelo de concessão



de canais de rádio e tv, passando pelo controle público (veja no quadro ao lado projetos em andamento, nesse sentido, no Congresso).

Participando da conferência preparatória como expositor no painel *A Ra-*

*diodifusão: Rádio e TV Digital*, o coordenador-geral do FNDC, jornalista Celso Schröder, evocou o princípio da comunicação como um bem público, ressaltando a necessária “coragem de repensar as bases de sustentação financeira de um novo sistema” incluindo a comunicação social e as telecomunicações. Conforme vinha afirmando, o ministro das Comunicações, Hélio Costa, apoiou a realização de uma conferência de caráter nacional para as comunicações. Durante o evento, Costa defendeu a realização de debates em cada estado para “discutir melhor os grandes projetos que tratam das novas leis para o setor, sem prejudicar as atuais votações no Congresso”.

O FNDC, juntamente com o Conselho Federal de Psicologia (CFP), a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), a Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara, o coletivo Intervozes, a Federação Interestadual de Trabalhadores em Radiodifusão e Televisão (Fitert), Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), o Laboratório de Políticas em Comunicação da Universidade de Brasília (LaPCom/UnB), o Ministério Público Federal, a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc Brasil) e Movimento Nacional dos Direi-

tos Humanos fazem parte de um grupo que já soma 29 entidades na Comissão Pró-Conferência Nacional de Comunicação. O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e a Central Única dos Trabalhadores (CUT), que há tempos vêm se apropriando dos temas relacionados à comunicação social e se agregando à luta pela democratização nessa área, também constituem o grupo, que vem se reunindo a cada 15 dias para encaminhar e executar ações na construção da conferência.

Rosane Bertotti, secretária nacional de Comunicação da CUT, reflete que a realização da Conferência Nacional de Comunicação “se reveste de significado ímpar, pelo qual o poder público, o Executivo e o Legislativo podem e devem recolher contribuições qualificadas da sociedade civil, dos órgãos de Estado, profissionais e dos empresários”. Defendendo a garantia ao direito fundamental de dar voz aos que estiveram sempre excluídos dos processos e meios de comunicação, a CUT propõe que esta conferência tenha caráter deliberativo, tanto para aprofundar o debate quanto para apontar coletivamente soluções para o processo “complexo e promissor para o Brasil de hoje e de amanhã”.

Um dos principais líderes do MST, João Pedro Stédile, acredita que a democratização da comunicação, assim como o fim do latifúndio, necessita de ações de massa e a perspectiva de um projeto popular. O MST é uma organização social que pode ser exemplo das mais perseguidas pela mídia no Brasil. “Aprendemos com os movimentos que nos antecederam que, na luta pela reforma agrária e pela transformação na sociedade, é imprescindível a construção da autonomia e dos próprios veículos de comunicação para a constituição de uma voz na sociedade”, revela o líder dos Sem Terra.

Conforme Stédile, o MST não cultiva a “ilusão de que os veículos de propriedade dos grandes grupos empresariais e do capital nacional e estrangeiro terão simpatia para conceder espaços para as organizações que questionam o modelo econômico e combatam as injustiças sociais”, porém, nem por isso, o movimento deixa de lutar no sentido da democratização da comunicação. Ao contrário, o MST faz parte das

entidades que compõem a Comissão Pró-Conferência Nacional de Comunicação. “Acreditamos que democratizar o setor é uma das tarefas do processo de transformação social que teremos – a esquerda social – que empreender no País.”

## Processo regulatório

A histórica apropriação do Estado por interesses privados levou a uma situação-limite de concentração, verticalização e desregulamentação que neste momento coloca em risco todo o sistema das comunicações. “Pela primeira vez, em quase um século, estamos abrindo a caixa-preta da comunicação brasileira”, destacou Schröder em seu discurso na conferência preparatória.

O documento apresentado pelo FNDC, em contribuição ao evento de setembro, enfatiza que os impasses em torno da televisão digital e do estabelecimento de um ecossistema de microeletrônica demonstraram que não é possível tratar a convergência sobre a ótica enviesada de uma disputa apenas entre dois setores econômicos concorrentes. “A natureza pública da comunicação social, prevista pelo legislador na nossa Constituição, exige uma regulação em que a ênfase esteja centrada na demanda social por conteúdo e não apenas na exploração do serviço ou de sua infraestrutura”, diz o documento.

Está em curso uma transformação de paradigma, onde é possível presenciar o nascimento de um outro sistema. Logo, uma nova cadeia de valor e um novo modelo de serviços e de negócios

precisam ser debatidos em profundidade. “Se a tecnologia da televisão digital acabou sendo submetida a demandas de um único setor e centrada na visão do negócio, não podemos repetir o erro”, argumenta o FNDC, lembrando que o mesmo se dá no caso do rádio digital, que sequer foi debatido com a sociedade e se encaminha para um desfecho onde nem o interesse público nem os parâmetros regulamentares para os testes com o padrão a ser definido foram respeitados.

O FNDC propõe, como desafios regulatórios:

- Preservação da diversidade cultural e soberania nacional
- Preservação de conceitos distintos de comunicação social e interpessoal
- Regulação por conteúdo (foco na circulação dos conteúdos e, não, nas plataformas tecnológicas)
- Estabelecimento de mecanismos de controle público sobre os sistemas de comunicação
- Barreiras ao controle estrangeiro da produção de conteúdo de comunicação social
- Impedimento do controle da infraestrutura (neutralidade de rede) garantindo o acesso público
- Limites à concentração da propriedade dos meios de comunicação
- Revisão do modelo de financiamento da comunicação social

Atualmente, no Congresso, tramita uma série de Projetos de Lei que dizem respeito a uma nova formulação para o marco regulatório nas Comunicações. Em um levantamento feito em setembro, o Fórum verificou as seguintes propostas temáticas:

Tema ou assunto	Em tramitação
Liberdade de expressão e direito à informação	26 PLs
Rádiodifusão comunitária (rádio e TV)	36 PLs
Digital das comunicações (rádio e TV)	05 PLs
TV por assinatura	33 PLs
Conselho de Comunicação Social	07 PLs
Banda larga, inclusão digital e FUST	24 PLs
Convergência (rádiodifusão e telecomunicações)	18 PLs
Publicidade de tabaco e bebidas alcoólicas	43 PLs

## Sem público na estréia

Em entrevista para a Folha Online, em setembro, o diretor de Estratégia e Tecnologia da TVA, Virgílio Amaral, declarou que a TV digital aberta brasileira vai estreiar, no próximo dia 2 de dezembro, para ninguém. Amaral, que é especialista no setor e responsável pela digitalização da TVA, prevê que o quadro mais otimista para a estréia da TV digital no Brasil não chegará a uma audiência de mil pessoas em São Paulo (cidade com cerca de 11 milhões de habitantes).

Segundo a entrevista, Amaral supõe que a TV digital deve estreiar realmente em 2008, impulsionada pelas transmissões dos Jogos Olímpicos de Pequim. “Não vejo de forma ruim este começo. Afinal, a TV digital vai depender de um processo de acultramento”, ponderou o executivo à Folha Online.

Para pegar frequência digital, o telespectador precisará de um aparelho com *set-top box* (conversor) avulso ou embutido. Um televisor do tipo *Full High Definition*, com a imagem mais nítida possível, tem preços que partem da casa dos R\$ 7 mil, sem *set-top box* acoplado. “Muita gente acha que ter uma TV de plasma ou LCD qualquer com um receptor digital embutido já dá para receber o melhor conteúdo em alta definição, quando, na verdade, você precisa de uma *Full HD* para ter a alta definição total”, explicou Amaral à Folha Online.

## Eleições no CGI.Br

As eleições para o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.Br) vão ocorrer entre os dias 01/11 a 05/11/2007. O pleito será uma oportunidade de aperfeiçoar sua política. O CGI.Br busca, entre outras ações, caminhos para a independência da rede em relação ao

domínio norte-americano e para a construção de uma identidade própria. Desde 2004, a instituição promove eleições para escolher seus membros, que irão compor o comitê por três anos. O CGI.Br é um órgão público independente, criado pela Portaria Interministerial nº 147 de 31 de maio de 1995 e alterado pelo decreto nº 4.829 de 3 de setembro de 2003, que estabeleceu suas normas de funcionamento, com participação da sociedade civil. Entre as suas atribuições, estão a coordenação e integração de todas as iniciativas e serviços da internet no País, promovendo a qualidade técnica, a inovação e a disseminação dos serviços ofertados pela rede. A lista com os candidatos ao CGI.Br pode ser acessada no endereço: <http://www.cgi.br/eleicao2007/prov-candidatos.htm>

## Deputados buscam verbas para a Conferência

Propostas de emendas para o Plano Plurianual (PPA) 2008/2011 do governo federal pretendem assegurar recursos para a realização da Conferência Nacional de Comunicação. Alguns deputados – entre eles Fernando Ferro (PT-MG), Jorge Bittar (PT-RJ) e Walter Pinheiro (PT-BA) – e a Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara (CDHM) trabalham nesse sentido. Em linhas gerais, uma das propostas de orçamento, do deputado Walter Pinheiro, prevê um programa de Gestão da Política de Comunicações, com o objetivo de planejamento e formulação de políticas setoriais, avaliação e controle dos programas na área das comunicações. A emenda é uma ação que visa o reordenamento institucional do setor de

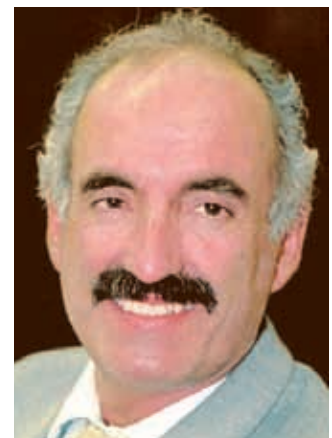
serviços de Comunicação Social Eletrônica e a realização da Conferência Nacional e Regionais de Comunicação. O órgão executor é o Ministério das Comunicações e o orçamento previsto é de R\$ 20 milhões, a serem divididos da seguinte forma: R\$ 5 milhões para organização Nacional e estruturação físico/financeira em 2008 e R\$ 4 milhões para 2009; R\$ 2 milhões para a conferência regional Norte – 2008; R\$ 3 milhões para a conferência regional Nordeste – 2008 ; R\$ 3 milhões para a conferência regional Sul – 2008; R\$ 3 milhões para a conferência regional Sudeste – 2008. Os valores estimados prevêem recursos não só para a realização da Conferência Nacional de Comunicação e suas regionais, mas a necessária elaboração do reordenamento institucional, jurídico e regulatório do setor.

## Comunicação

### perde um formulador

Morreu no dia 6 de julho o jornalista Carlos Eduardo Zanatta, aos 55 anos. Era chefe da sucursal de Brasília da Converge Comunicações, editora das revistas Teletime, Tela Viva e Pay-TV, mas, sobretudo, um militante das políticas sociais em comunicação. Zanatta teve complicações decorrentes da diabete e deixou a esposa, três filhos e um neto. Carlos Zanatta era especializado em políticas públicas de comunicação, especialmente as voltadas para as questões das tecnologias. “Era um profissional imparcial no trato com a notícia, mas muito crítico com relação ao setor de comunicação”, lembra Samuel Possebom, seu colega. Nos últimos 11 anos, na Converge Comunicações, respondia

pelo noticiário das publicações especializadas Teletime, Tela Viva e Pay TV, inclusive nas versões on-line. Porém, sua atuação na área começou muito antes. Natural de Poços de Caldas (MG), Zanatta foi professor de Jornalismo na Universidade Federal do Espírito Santo na década de 1980. Militante de movimento social durante toda sua vida, foi profundamente ligado ao Partido dos Trabalhadores (PT). Em 1992, Zanatta foi assessor da deputada Irma Passoni (PT-MG) – que era presidente da Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara – e prestou ajuda indispensável nos estudos que culminaram com a criação da Lei do Cabo, três anos depois. Tinha grande capacidade de se doar aos outros e às causas que abraçava. Zanatta foi um formulador em políticas de comunicação e importante parceiro do FNDC, especialmente no momento em que o Fórum estava sendo formatado. “Isso fez dele um parceiro importante. Zanatta conhecia o assunto, trabalhava no campo da política pública, militava como jornalista e nunca se negou a ter uma atuação como cidadão”, lembra Celso Schröder, coordenador-geral do FNDC.



**Zanatta:** adeus ao profissional e militante das políticas de comunicação

# Redes de televisão e prefeituras uma dominação consentida

As retransmissoras de televisão (RTVs) são o principal instrumento para levar a programação das grandes emissoras à maior parte do Brasil. Sua função social é permitir que o público, por mais distante que esteja da estação geradora, possa receber com a maior qualidade possível um determinado sinal de radiodifusão de sons, imagens e informação. Sem as retransmissoras, os sinais de TV não iriam além das capitais e arredores.

As RTVs são aliadas estratégicas na manutenção do poder político e econômico das emissoras. Um estudo realizado pelo Epcom – Instituto de Estudos e Pesquisa em Comunicação – identifica as RTVs vinculadas às 17 redes nacionais de televisão, destacando a participação das prefeituras municipais na manutenção deste sistema. Cerca de um terço dos municípios brasileiros retransmite o sinal de pelo menos um grande grupo de mídia com sede no eixo Rio-São Paulo. Ou seja, o contribuinte destas cidades paga para ver a televisão dita gratuita. E o pior: como mostra a segunda tabela, paga para ver apenas uma ou duas programações. As empresas, por seu lado, faturam alto com a venda de publicidade, que não é repassada para as prefeituras.

A apropriação patrimonialista desse sistema pelas redes nacionais de televisão criou um serviço público de comunicação submetido a interesses privados. Das estações vinculadas a prefeituras, 95% retransmitem o sinal das cinco principais redes nacionais de televisão. Colabora para isso o frágil poder regulatório do Estado que incide sobre estas licenças e o abandono dos órgãos de fiscalização, que não conseguem sequer informar com exatidão qual programação é distribuída por determinada estação. Alterar este quadro, fazendo a sociedade perceber que financia este sistema, é uma das tarefas da luta pela democratização da comunicação.

**Tabela 1. RTVs vinculadas às redes nacionais e RTVs mantidas por prefeituras municipais**

Nome da rede	Total de RTVs da rede	RTVs mantidas pela rede	RTVs Públicas	RTVs mantidas por afiliadas	RTVs de Prefeituras sobre total da rede
Globo	3.222	3	1.358	1.861	42,15%
SBT	1.449	75	540	834	37,27%
Bandeirantes	1.212	147	651	414	53,71%
Record	815	161	284	370	34,85%
Rede TV!	720	112	286	322	39,72%
TV Cultura	506	201	52	253	10,28%
Rede Vida	478	446	7	25	1,46%
Radiobrás	337	4	34	299	10,09%
Canção Nova	282	261	2	19	0,71%
CNT	119	40	24	55	20,17%
Rede Mulher	81	44	6	31	7,41%
Gazeta	62	45	7	10	11,29%
Fundação Nazaré	78	78	0	0	0,00%
Abril	74	51	4	19	5,41%
Boas Novas	51	25	1	25	1,96%
Rede 21	36	11	6	19	16,67%
Rede Família	4	4	0	0	0,00%
<b>TOTAL Redes</b>	<b>9.526</b>	<b>1.708</b>	<b>3.262</b>	<b>4.556</b>	<b>34,24%</b>
Independentes (sem vínculo rede nacional)	401	393	8	--	2,04%
<b>TOTAL Brasil</b>	<b>9.927</b>	<b>2.101</b>	<b>3.270</b>	<b>4.556</b>	<b>32,94%</b>

Fonte: Levantamento do Epcom, com base nos dados do Sistema de Controle de Radiodifusão da Anatel.

O número de autorizações não representa, necessariamente, o equivalente em programações distintas retransmitidas no mesmo município.

**Tabela 2. Quantidade de RTVs mantidas por uma mesma Prefeitura**

Números de RTVs por Prefeitura	Quantidade de Prefeituras	Total de RTVs controladas por Prefeituras
19	1	19
10	3	30
9	4	36
8	10	80
7	11	77
6	22	132
5	41	205
4	97	388
3	221	663
2	446	892
1	748	748
	<b>1.604</b>	<b>3.270</b>

Fonte: Levantamento do Epcom, com base nos dados do Sistema de Controle de Radiodifusão da Anatel.

# Definitivamente, há algo mais no céu do que os aviões de carreira

A opinião que você nem sabia que tinha.

O desejo de comprar algo  
que ontem não existia.

A celebridade que você  
não conhece mas é sua amiga.

O que a mídia não diz  
mas quer que você pense.

Tudo isso é invisível aos olhos.  
Mas está no ar. Todos os dias.  
Em todos os lares.

Democratizar a comunicação  
é aprender a produzir informação  
e a decifrar as mensagens  
que nos entregam.

O caminho é longo.  
Venha trilhá-lo com a gente.

Associe-se ao FNDC.  
Mais informações em [www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)

