



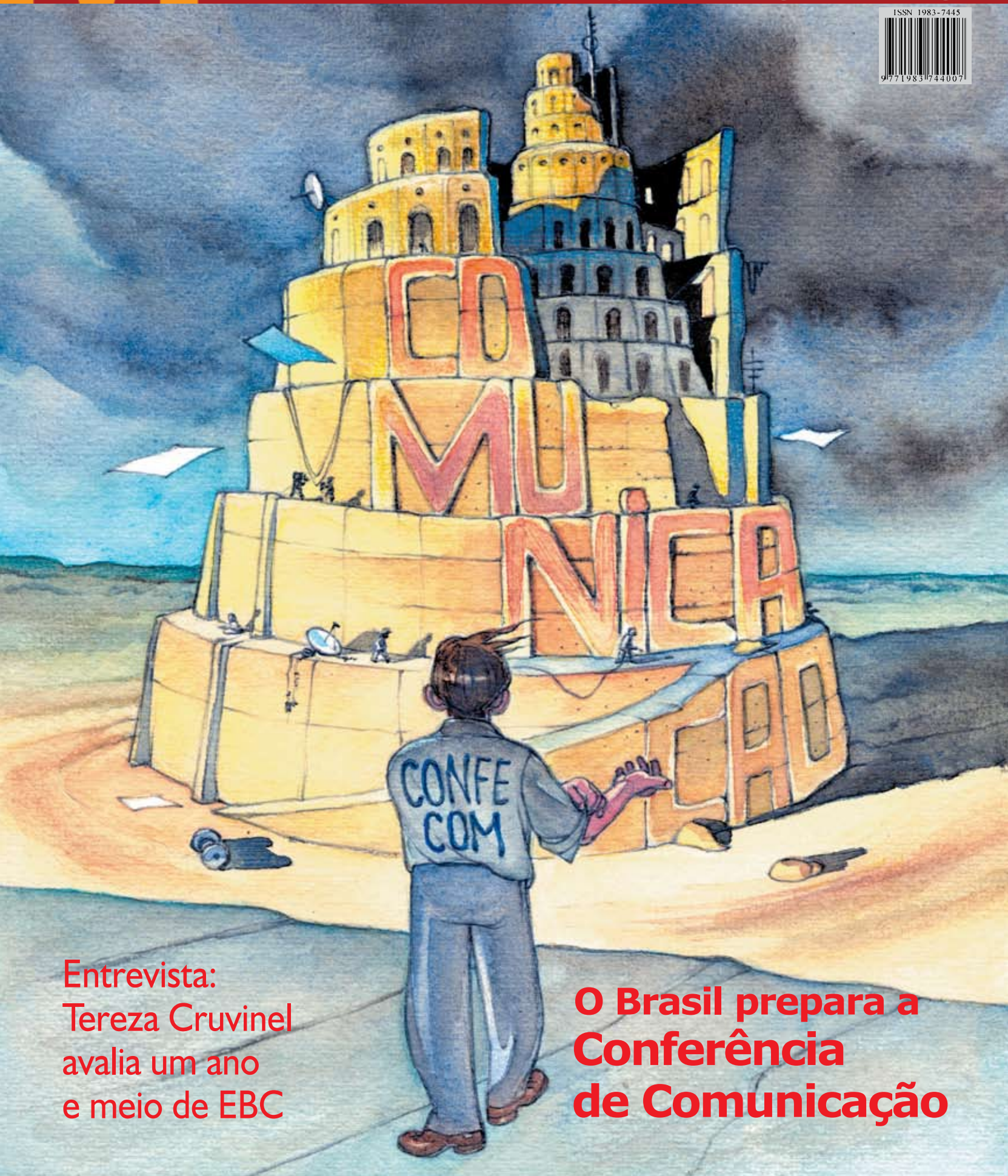
MídiaCom

DEMOCRACIA

Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

Julho 2009 nº 9

ISSN 1983-7445



Entrevista:
Tereza Cruvinel
avalia um ano
e meio de EBC

O Brasil prepara a
**Conferência
de Comunicação**

Há vida inteligente no outro lado da mídia



Ajude a fazer a revista do FNDC.
Escreva para imprensa@fndc.org.br

Como nunca antes no país

Este ano marcará a história brasileira no campo da Comunicação Social. A 1ª Conferência Nacional neste setor – Confecom –, construída em conjunto pela sociedade e Governo Federal, já acontece plenamente e terá sua instância máxima em dezembro, em Brasília, com a realização da etapa nacional. Nunca se discutiu tanto a comunicação no Brasil. O feito, porém, será apenas uma fração de todo o empenho pela democratização da comunicação. Esta é uma luta sem fim previsível.

Conceber um marco regulatório para as comunicações é tarefa complexa. Envolve uma diversidade de assuntos e setores que se tangem, interagem e se transformam o tempo todo. O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) sempre defendeu que a sociedade civil precisa se apropriar dos temas que dizem respeito à comunicação e assumir o controle sobre os meios. Controle público, porém, é um conceito que ainda necessita ser compreendido. Não é censura. Não é repressão. Trata-se de um processo de vivência política que confere à sociedade a condição de iniciativa diante do setor privado e do Estado. O controle público proposto pelo FNDC é a mobilização da sociedade civil para compartilhar responsabilidades e poderes sobre os sistemas de comunicação, fazendo frente à dimensão estratégica que estes representam no mundo contemporâneo.

Para contribuir com os debates, a revista MídiaComDemocracia aborda alguns dos temas imprescindíveis à Confecom.



4

Juan Diaz Bordenave

Um octogenário atuante na luta pela comunicação social em prol do desenvolvimento humano auxilia o governo do Paraguai a construir políticas para o setor. Ele dedica toda a sua vida profissional a decifrar como a comunicação pode ser usada para a transformação social estratégica que considera necessária. Em visita ao Brasil, Bordenave conversou com o FNDC.

perfil



8

Conselhos

Um levantamento realizado pelo FNDC junto aos 26 estados brasileiros, Distrito Federal e os 77 municípios com mais de 200 mil eleitores apurou que os Conselhos de Comunicação Social, apesar de estarem previstos nas suas constituições, permanecem ignorados pelos governos estaduais e municipais. Especialistas dizem que é necessário recuperar essa forma de controle público.

controle público



16

Confecom

A 1ª Conferência Nacional de Comunicação é resultado de um esforço que teve início na formulação da CF de 1988, com a luta dos movimentos sociais e entidades profissionais engajados na busca pela democratização dos meios de comunicação brasileiros. Em plena construção no País, a Confecom é um instrumento político, etapa de uma luta sem fim.

registro



23

Tereza Cruvinel

Em entrevista exclusiva à revista MídiaComDemocracia, a diretora-presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) revela que já venceu boa parte da barreira da incompreensão sobre a empresa. A executiva avalia um ano e meio de existência da EBC – o sistema público de comunicação no país.

entrevista

Expediente



Coordenação Executiva FNDC 2006-2008: Celso Augusto Schröder – Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); Roseli Goffman – Conselho Federal de Psicologia (CFP); José Luiz do Nascimento Sóter – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço); Berenice Mendes Bezerra – Associação Nacional das Entidades de Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões (Aneate); Nascimento Silva – Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert). **Comitês Regionais do FNDC:** Comitê pela Democratização da Comunicação da Bahia; Comitê pela Democrati-

zação da Comunicação de Bauru; Comitê pela Democratização da Comunicação da Região Sisaleira da Bahia; Comitê pela Democratização da Comunicação do Ceará; Comitê pela Democratização da Comunicação do DF; Comitê pela Democratização da Comunicação do Mato Grosso; Comitê pela Democratização da Comunicação do Mato Grosso do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação de Minas Gerais; Comitê pela Democratização da Comunicação do Vale do Sinos e do Paranhana; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio Grande do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação da Paraíba; Comitê pela Democratização da Comunicação de Santa Catarina.

MídiaComDemocracia é uma publicação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação.
Editor Executivo: Pedro Luiz da Silveira Osório (Reg. prof. n° 4.579)
Editora: Ana Rita Marini (Reg. prof. n° 10.909)
Reportagens: Adriano Floriani (Reg. Prof. n° 8.638), Alexandre Costa (Reg. Prof. n° 7.587), Anália Köhler (Reg. Prof. n° 6.695), Candice Cresqui (Reg. Prof. n° 12.933), Clarissa Nunes (Reg. Prof. n° 8.669), Diego Vacchi (Reg. Prof. n° 13.032).
Revisão: Thaís Marques de Santo

Estagiária: Fabiana Reinholz
Editoração: Squadra Comunicação
Capa: Edgar Vasques
Ilustrações: Edgar Vasques e Gilmar Fraga
Colaboraram nesta edição: Cesar Rômulo Silveira Neto, Luís Henrique Martins dos Anjos e Roseli Goffman.
Impressão: Gráfica Centhury Tiragem: 6.000 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.

Um estrategista da mudança

Juan Díaz Bordenave se apresenta como um comunicador para o desenvolvimento e destaca o que considera uma de suas primeiras lições nesse ramo: “Nunca crie uma demanda que não possa satisfazer. A comunicação para o desenvolvimento não deve agir por conta, nem se adiantar ao programa técnico, mas ser sua fiel auxiliar.”

Versatilidade, organização, capacitação e mobilização social são características que Bordenave aponta como essenciais nessa atividade para entender as técnicas que produzirão transformações sociais necessárias. Com sua experiência como um “estrategista da mudança”, esse senhor de 82 anos, nascido no Paraguai, considera que políticas de comunicação são tão importantes a ponto de serem vistas por muitos como “uma ameaça”. Por isso, no seu país, atualmente, vem ajudando a criar essas políticas “com muito cuidado”, para evitar conflitos.

Por Ana Rita Marini e
Candice Cresqui
Fotografia de Gabriela M.O.

Bordenave tem uma forte ligação com o Brasil. Casou-se com uma brasileira e dois dos seus seis filhos nasceram aqui, onde vive a família, exceto ele. Consultor internacional em Comunicação e Educação, integra o Conselho Nacional de Educação do Paraguai e atua como assessor da Secretaria de Informação e Comunicação para o Desenvolvimento do governo do presidente Fernando Lugo. Autor de dezenas de livros, como “O que é Comunicação”, “Comunicação e Planejamento”, “Comunicação Rural: discurso e prática”, entre outros, este militante octogenário, altamente ativo pelas causas sociais, falou com exclusividade para a revista MídiaComDemocracia durante uma visita, em maio, à Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, em São Leopoldo (RS), a convite do Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

O que vem a ser um ‘Comunicador para o desenvolvimento’?

Bordenave - Um comunicador para o desenvolvimento busca que sua mensagem produza mudanças condizentes com o desenvolvimento, ele se preocupa sobre como a sua mensagem reflete na vida dos receptores. Assim, no seu trabalho de comunicar, precisa estudar muitas variáveis do contexto e das personalidades, mais do que um jornalista comum.

O comunicador para o desenvolvimento atua em muitos campos, ele pode um dia estar trabalhando para um programa agrícola, outro dia para a saúde, para a educação. Para isso, precisa ter versatilidade, no sentido de conhecer as técnicas sociais necessárias para produzir mudanças, como por exemplo, a organização, capacitação, mobilização social e elaboração de planos e projetos. O comunicador para o desenvolvimento é um agente de mudanças diretas e geralmente participa de uma equipe ligada a algum programa ou projeto.

Os programas para o desenvolvimento têm cinco componentes principais. Peguemos como exemplo uma campanha contra a Dengue. Há o componente técnico, que é o vírus, o manejo, tempo de incubação, a vacina (se houver) e um especialista para isso. Depois, os produtos têm que ser transportados, em alguns casos congelados. Enfim, é preciso uma parafernália logística e administrativa. Então, tem o componente político – o programa precisa de uma legislação. E ainda um componente educacional e outro comunicacional – esses últimos são a parte humana e social do projeto, cuja finalidade é conseguir a participação das pessoas, o conhecimento sobre o assunto e a mudança de atitude.

A comunicação para o desenvolvimento é um processo de apoio, auxiliar.

O principal é o técnico. Assim, é uma carreira um pouco mais complicada que a de um jornalista. Mas ele tem que ser um jornalista também, ser um bom comunicador e tem que saber muito de mudança social para poder intervir. Tem que ser um estrategista da mudança, enquanto um jornalista comum é um estrategista da informação.

O novo governo Paraguai está formulando novas políticas de comunicação?

Bordenave - Isso é mais complicado do que parece. O conceito de políticas de comunicação tem resistências profundas em toda a mídia profissional e comercial. Há vinte ou trinta anos, houve um tempo em que os países do terceiro mundo quiseram promover políticas públicas de comunicação e a Unesco [Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura] encampou essa idéia. Houve tanta resistência, que os Estados Unidos ameaçaram: ao continuar com esses assuntos, eles se retirariam da Unesco. Os assuntos continuaram e os EUA saíram – e junto com eles, Japão e Inglaterra. Por vários anos, eles estiveram fora da Organização. Veja a importância dada às políticas de comunicação, que são vistas por muitos como uma ameaça.

No Paraguai, as empresas privadas também rejeitam essa ideia, porque acham que com políticas públicas vai

haver um controle das mídias, e elas detestam isso, querem total liberdade para fazer o que querem. Esse é um problema que temos. Então, estamos construindo essa política com muito cuidado para não entrar em conflitos desnecessários com essas empresas privadas.

Os países sul-americanos têm aspectos semelhantes quanto à concentração dos meios de comunicação e à mercantilização da indústria cultural. Que diferenças e semelhanças o senhor pode constatar no comportamento da mídia no Paraguai e no Brasil?

Bordenave - A única diferença é a qualidade. A mídia brasileira é muito melhor que a mídia paraguaia. Mas no aspecto da concentração e da mercantilização é exatamente igual. Na família Vierci [no Paraguai], por exemplo, um empresário tem uma cadeia de supermercado e tem também um canal de televisão, um canal de rádio. São grupos que oligopolizam a comunicação. Eles também são muito camaradas, a concorrência entre eles é relativa, como têm todos o mesmo interesse, se ajudam mutuamente. O inimigo comum que têm são as rádios comunitárias, a comunicação alternativa, e agora o governo. Eles temem que o governo comece a controlar o setor.

No Brasil, os grandes veículos de comunicação, de maneira geral, abordam os assuntos relativos

“as empresas privadas acham que com políticas públicas vai haver um controle das mídias e elas detestam isso”



à terra de maneira distinta. Quando falam dos ruralistas, o tratamento é como grandes empresários do meio rural. Já quando falam do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), a abordagem é como se fossem membros de uma facção criminosa. Como se corrige esta discrepância?

Bordenave - A minha visão é do ângulo do Estado. É o Estado que deve tomar uma decisão sobre o que fazer com a terra, não importa o que os meios falem. O Lugo [Fernando Lugo, presidente do Paraguai] assumiu o governo levantando como uma de suas grandes bandeiras a reforma agrária integral. Mas, como ele sabia que iria ter uma enorme oposição latifundiária, dos empresários, tendo em vista o negócio, ele abrandou essa oposição nomeando um ministro que é proprietário [de terras], o qual, se sabia, não seria um grande reformista agrário. Não deu outra, o Lugo se inimistou com um pessoal de campo pequeno. Até por isso, o ministro acabou renunciando. Assim, nós temos no Paraguai o mesmo problema que há no Brasil.

O Lula, que também levantou a bandeira da reforma agrária e do Fome Zero, em nenhum dos campos fez grande coisa, para não perder apoio da bancada ruralista. O conflito de interesses é muito forte. Então, esses problemas nos dois países são muito parecidos, porém com suas peculiaridades.

A nova safra de presidentes sul-americanos vindos de bases populares, partidos de esquerda, quebrando a hegemonia da história de governos ditatoriais, enfrentará o desafio de criar novos marcos regulatórios em comunicação?

Bordenave - Ainda estamos em uma época de transição, na qual ocorrem casos como o da Venezuela, com aquele canal de TV que perdeu a concessão. No Paraguai, ainda não aconteceu isso, mas poderá acontecer. Há três jornais importantes e cinco canais [de TV], e o governo está sob ataque permanente deles. Até agora não tomou uma atitude.

Ao contrário, procura apenas ganhar sua simpatia [dos veículos] com uma política de muita transparência, capacitação, de muita abertura. Acabo de ver na revista de vocês [MídiacomDemocra-

cia] que o governo tem que regular [os meios de comunicação eletrônicos]. Há experiências no Paraguai, mas são fracas ainda, vamos indo muito lentamente. O que estamos procurando é transformar os meios estatais em meios públicos. No Paraguai, não existia meio público. Era uma estatal forte nacional [Rádio Nacional] e outra do interior, menor. E agora, vamos criar uma televisão educativa.

É a mesma situação de indefinição. Os meios ainda são antigos, têm muita força, e o governo muito lentamente está tentando mostrar que há outra comunicação que se pode fazer.

Falar em controle público no Brasil é uma dificuldade. O termo é sempre relacionado à censura.

Bordenave - Este é um problema semântico. O Público pode ser governamental ou da sociedade civil. Controle público é um termo ambíguo. O controle pelo Estado é totalmente legítimo – um Estado está a serviço do bem estar da sociedade, não pode permitir, por exemplo, que entre pornografia aberta, violência nos meios de comunicação. Mas também a sociedade civil deve controlá-los, porque é quem consome. Na Venezuela, havia cursos para operários sobre como “ler a mídia”. Na Bolívia, tem um padre, em Santa Cruz de La Sierra, que escreve livros para crianças e adolescentes sobre leitura crítica da mídia. Essas iniciativas deveriam expandir-se para a população poder controlar os meios, porque é a população que eles devem respeito.

No Brasil, será realizada, este ano, a primeira Conferência Nacional de Comunicação, que representará a luta brasileira pela reordenação do setor, tendo em vista a a democratização dos meios de comunicação. Como o Paraguai se organiza nesse sentido?

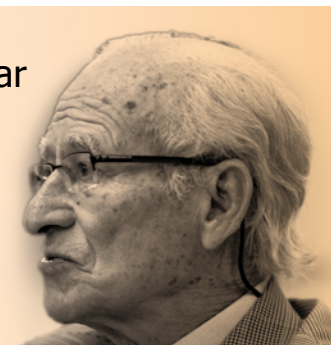
Bordenave - Fizemos um Fórum Na-

cional de Comunicação, em dezembro de 2008, e convidamos todos os meios, privados, alternativos e comunitários. Argumentei com nosso Ministro de Comunicação, Augusto dos Santos, por que não fazíamos em duas etapas – primeiro um Fórum de nossos comunicadores alternativos, comunitários, para assim prepará-los para enfrentar os monstros da comunicação de forma mais equilibrada. Mas ele achou melhor não.

Recebi ataques violentos na imprensa pela minha fala no Fórum, porque estive à frente da mesa principal sobre política nacional de comunicação. O ministro introduziu o seminário, porém não atingiu a parte doutrinária que é a democracia participativa, enfim, o conceito de política nacional de comunicação. Assim como há políticas de moradia, de saúde, por que não há uma política nacional de comunicação? Elas existem não para restringir, controlar. Ao contrário, são para ampliar os seus benefícios.

Tem lugares no Paraguai aonde quase não chega comunicação. Por exemplo, em toda a área de Chaco, próximo à Bolívia, há apenas uma rádio, que embora tenha alguma influência indígena, é da igreja, além das rádios militares. Mas não há nenhuma a favor da comunicação dos indígenas. A partir dessa região não há rádio. As rádios comerciais não querem se instalar lá, porque não tem público, ou pelo menos público com poder de consumo. A maioria da população é indígena ou de fazendeiros. Mas o pessoal está lá, tem gente. Talvez não tenham como comprar coisas, mas precisam de informação. Uma política nacional de comunicação pensaria isso de uma forma diferente. Isto é fazer política pública construtiva, não tem nada a ver com restrição. ■

“Talvez não tenham como comprar coisas, mas precisam de informação. Uma política nacional de comunicação pensaria isso de forma construtiva”



Regras para a TV por assinatura

Projetos de lei no setor audiovisual ainda são incompletos

O projeto de lei 29/07, que propõe novas regras para o serviço de TV por assinatura, permanece na pauta da Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara (CDC). O deputado Vital do Rêgo Filho é o relator da matéria, cuja votação foi transferida para o segundo semestre, após o recesso parlamentar. “A realidade da Conferência Nacional de Comunicação tomou conta, neste momento, e irá discutir isso”, avalia o jornalista Celso Schröder, coordenador-geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), considerando que o PL 29 faz parte do conjunto de temas a serem contemplados em um novo marco regulatório para o setor audiovisual brasileiro, frente à situação de convergência tecnológica.

Para o FNDC, o PL 29 ainda é um projeto de lei para fazer a transição do modelo analógico para o digital de TV, com o enfoque essencialmente no modelo de negócios. Afora os pontos positivos que o Fórum vem destacando durante o período que a proposta tramita, o PL abandona um elemento caro ao FNDC, que é a garantia da democracia, presente na lei do cabo. “O PL 29 não constitui garantias razoáveis nem para o conteúdo nacional, nem para o modelo de negócios”, considera Schröder.

O PL 29 (autoria do deputado Paulo Bornhausen, em 2007), que já tinha conseguido um avanço concreto no primeiro relatório apresentado pelo deputado Jorge Bittar, avançou no substitutivo apresentado pelo deputado Vital do Rêgo Filho, mas ainda precisa ser debatido e afinado, na opinião da cineasta Berenice Mendes, uma das coordenadoras executivas do FNDC. “De certa forma, faz um apaziguamento das diferenças que tinham surgido com a questão das cotas, de incentivo à produção nacional, e introduz a questão da internet”, analisa ela. A questão das cotas para produção na-



cional e independente, no entendimento do Fórum, aparece limitada na proposta que circula na Câmara. Apesar do empenho do deputado Jorge Bittar (relator do PL 29 em fase anterior, na CCTCI), não houve negociação suficiente e a lógica que pautou as discussões foi, mais uma vez, o interesse das corporações.

O mais delicado, porém, no PL 29, segundo Berenice Mendes, é a questão da propriedade cruzada. O texto estabelece que as prestadoras de serviços de telecomunicações não poderão, direta ou indiretamente, deter participação superior a 30% do capital votante de produção ou de programadora de conteúdo audiovisual brasileiro. “É a mais alta cota existente no planeta. De certa forma, vemos aí a desnacionalização do setor”, prevê Berenice. Ela calcula que 30% de injeção em determinadas empresas, como por exemplo, a Globo Filmes, as jogará absolutamente na frente de todas as outras produtoras independentes brasileiras juntas.

O PL 29 contempla ainda a internet, que já ultrapassa alguns segmentos de mídia no mercado publicitário e precisa estar sujeita a alguma regulamentação. “Tem que deixar claro que não se quer regular no sentido de impedir o aspecto

democratizante da internet, mas aquele tipo de conteúdo comercializado pelos grandes portais e que devem estar sujeitos à mesma regulamentação dos outros meios. Acho que isso é positivo, dá um incremento ao conteúdo nacional e alguma proteção”, reflete a cineasta.

Quanto à “alma do projeto” (do PL 29), que é a flexibilização do artigo nº 86 da Lei Geral de Telecomunicações, Berenice resume: “Precisamos ter assegurados mecanismos de controle público sobre esses meios, brutalmente poderosos do ponto de vista financeiro e cada vez mais vitais para a formação completa do ser humano”.

Paralelo no Senado

Com o mesmo propósito, surgiu em maio no Senado – na Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) – o PLS 182/2009, proposto pela Comissão de Assuntos Econômicos (CAE). O projeto dá ênfase à entrada das empresas de telecomunicações no negócio audiovisual e evolui, do ponto de vista do FNDC, ao resgatar a importância da atuação do Conselho de Comunicação Social.

O texto do projeto do Senado pretende unificar o regime jurídico das diversas modalidades de serviços de televisão por assinatura, abrindo o máximo possível a lei para que o setor receba as teles. “Essa proposta traz novidades positivas, do ponto de vista da reivindicação do FNDC, que é a manutenção de aspectos do controle público e da rede pública e única, que estão contidos na Lei do Cabo. Nesse sentido, também a manutenção dos canais públicos no *must carry* é sinalizada, embora de maneira frágil”, destaca Schröder. Por esses motivos, avalia o coordenador-geral do Fórum, é um projeto que deve ser levado em conta, ao lado do PL 29. “Os dois trazem aspectos positivos, mas insuficientes em si mesmos”, conclui. ■

Conselhos de Comunicação são ignorados

Pesquisa do FNDC revelou desinteresse dos governos em instituir os organismos

Por Clarissa Nunes*

Um levantamento realizado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação — FNDC — em 26 estados brasileiros mais o Distrito Federal e nos 77 municípios com mais de 200 mil eleitores apurou que, apesar de estarem previstos para as esferas estaduais e municipais, os Conselhos de Comunicação Social permanecem ignorados pelas administrações das unidades federativas e das cidades — até o final de 2008, organismos como estes estavam completamente desativados. A atuação dos Conselhos pode ser definida pelas Constituições Estaduais e pelas Leis Orgânicas dos Municípios.

Conselhos de Comunicação Social (CCS) são organismos instituídos legalmente com a finalidade de proporcionar à sociedade a participação democrática em debates relacionados ao setor. São instrumentos que contribuem para o controle público sobre a área. Em âmbito nacional, o órgão é previsto pela Constituição Federal de 1988 – regulamentado pela Lei 8.389, de 30 de dezembro de 1991 – e tem como atribuição realizar pareceres, recomendações e outras solicitações encaminhadas pelo Congresso Nacional. O CCS pode opinar, por exemplo, sobre a outorga e renovação de concessão de serviços de radiodifusão e sua respectiva programação.

Conselhos estaduais

Nos 26 estados brasileiros, conforme apurou o FNDC, apenas oito fazem alguma referência à criação dos conselhos estaduais em suas constituições. São eles: Minas Gerais, Bahia, Alagoas, Paraíba, Pará, Amapá, Amazonas e Goiás. No estado do Rio de Janeiro, a Lei 4.849/2006 trata do assunto, mas o conselho não existe. No estado de

São Paulo, o Decreto nº 42.209, de 15 de setembro de 1997, que faz parte do Programa Estadual de Direitos Humanos, tem um capítulo dedicado à Comunicação Social, o qual menciona a fundação de um conselho.

Esses dispositivos normativos, porém, não passaram do papel, permanecendo ignorados. Dos oito estados que estabelecem a criação dos conselhos em suas constituições, sete não os instituíram. A exceção é Alagoas, onde o conselho existe, porém, não está em funcionamento. Nos outros 19 estados brasileiros a legislação não aborda o tema. Nas constituições estaduais de Sergipe e Pernambuco, a situação é ainda pior: não existe um capítulo ou sequer artigo que trate especificamente sobre a Comunicação Social.

Conselhos municipais

A pesquisa do FNDC constatou que nos 77 municípios com mais de 200 mil eleitores no Brasil, apenas três – Juiz de Fora (MG), Anápolis e Goiânia (ambos no Estado de Goiás) – fixam a criação do Conselho Municipal de Comunicação

Social em suas respectivas leis orgânicas. O FNDC apurou que, dentre estes 77 municípios, 19 possuem um artigo na lei orgânica tratando da Comunicação Social, enquanto 55 não têm qualquer orientação nesta área.

Na cidade de Pelotas (RS), existe uma lei solicitando a criação do conselho. Já em Santos (SP), o vereador Fábio Nunes apresentou um projeto de instituição do órgão para acompanhar a atuação dos veículos de comunicação e a execução de políticas de comunicação social no âmbito municipal. A proposta, porém, foi rejeitada na Câmara de Vereadores santista em 2005. Conforme sua assessoria, desde então o professor Fábio – como o político é conhecido no município – realiza audiências públicas na tentativa de sensibilizar o Executivo sobre a importância da existência de um Conselho de Comunicação Social.

“Essa realidade demonstra o viés autoritário do Estado, que não estimula a incidência de controle público sobre os aparelhos estatal e privado. E também a inércia da própria sociedade, que prefere deixar para a iniciativa privada ou

para o Estado o que seria de sua responsabilidade”, analisa o Coordenador-geral do FNDC, jornalista Celso Schröder.

Para o professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) Murilo César Ramos, a inexistência ou a inatividade dos conselhos pode ser explicada por dois fatores: a baixa incidência da sociedade sobre os meios de comunicação e a falta de normatização que garanta o seu funcionamento. “Não há visibilidade sobre esse tema. A mídia não fala nisso e apenas as pessoas que atuam ligadas às questões da área sabem alguma coisa a respeito”, observa.

O professor e pesquisador do Laboratório de Políticas de Comunicação da UnB (LaPCom) Fernando de Oliveira Paulino exemplifica a realidade mostrada na pesquisa do FNDC: A lei orgânica do Distrito Federal, por exemplo, no seu artigo 261, prevê a criação do Conselho de Comunicação Social. Porém, de acordo com ele, o órgão nunca foi implantado. “A legislação é de 1993, e nunca fiquei sabendo de nenhuma reunião ou discussão a respeito. Na realidade, o conselho nunca foi instituído”, ressalta.

Experiência pioneira

As cidades de Porto Alegre (RS) e Goiânia (GO) foram as duas únicas capitais brasileiras que tiveram um conselho municipal de comunicação. Porto Alegre foi a pioneira. Criado pelo Decreto nº 9.426, assinado pelo então prefeito Olívio Dutra (PT) em 1989, o órgão hoje está completamente desativado. “O atual prefeito José Fogaça está sendo coerente com o que sempre defendeu. No Senado [foi senador por dois mandatos, de 1987 a 2003], ele já se manifestava contrariamente à implantação de conselhos de Comunicação Social”, avalia Schröder.

Entre as intervenções operadas pelo CCS na capital do Rio Grande do Sul, estão as ações relativas à lei que regula a TV a Cabo no Brasil (Lei federal 8.977/95) e o fomento à criação do Canal Comunitário de Porto Alegre, em 1996 – o primeiro do gênero no país. “Os conselhos podem exercer um papel muito importante no âmbito regional, como discutir a aplicação das verbas publicitárias, os valores destinados para a mídia local e para a popularização da leitura, por exemplo”,

cita o professor Paulino. Ele destaca que no Distrito Federal existe uma lei que instaura a disciplina Mídia e Cidadania nas escolas. “Se o conselho estivesse ativo, poderia acompanhar essa iniciativa, assim como a atuação das rádios comunitárias, além de fazer estudos em parceria com as universidades de cada estado e apontar soluções para problemas da área”, relaciona Paulino.

Somente **8 estados** brasileiros fazem referência em suas constituições aos **Conselhos de Comunicação Social**. Nenhum estado tem Conselho instituído; Nenhum, entre os **77** maiores municípios brasileiros, possui Conselho de Comunicação Social

Novos formatos

Para Schröder, os conselhos não são instrumentos simples. “Eles precisam ser renovados, reinventados e estimulados o tempo todo. Precisam incidir sobre a vida real. Não podem ser um local só de representações de vaidades, debates intelectuais, que não reflitam nas instâncias de sua competência, nos espaços onde o conselho pretende atuar”, reflete. O coordenador-geral do FNDC sustenta a necessidade de alguns ajustes nos formatos e coordenação dos conselhos, com marcos regulatórios mais eficientes, estruturas estatais mais eficazes, que possibilitem inclusive a remuneração para os conselheiros trabalharem. “Caso contrário, essas instâncias ficam caracterizadas como locais onde as pessoas aceitam participar por vaidade, mas depois acabam abandonando. Temos tido experiências dramáticas nesse sentido”, relata Schröder. “Quando falamos em órgãos reguladores, não estamos cometendo nenhum absurdo. Eles existem na Grã-Bretanha, nos Estados Unidos, na França. Mas no Brasil, a ideia de controle público ainda é vista como problema”, corrobora o professor Murilo Ramos.

Perspectiva

Os professores da UnB, assim como Schröder, compartilham da mesma opinião quanto à realização da Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), que acontecerá no final deste ano. Eles avaliam que esta é uma possibilidade de retomar a discussão sobre os conselhos municipais e estaduais. “Será um espaço para dar visibilidade às formas de controle público e aos debates que os meios de comunicação não mostram”, acredita Murilo Ramos. Empolgado, Paulino informa que neste semestre acontecerá a 1ª Conferência Livre de Comunicação na UnB, um encontro preparatório para a Confecom. “Queremos provocar o debate sobre a implementação do Conselho Distrital de Comunicação. Vamos cobrar do governo uma resposta a respeito do descumprimento da lei orgânica do Distrito Federal, que prevê a criação do órgão”, acrescenta o professor.

De acordo com Murilo Ramos, a Confecom pode ser um primeiro passo para retomar o debate sobre controle público com a sociedade, além de discutir a necessidade de renovação do “ambiente institucional”, com o estabelecimento de políticas de regulação através de mudanças estruturais. “Hoje não há essa atmosfera. A liberdade em que a mídia opera aqui no Brasil não existe em lugar nenhum do mundo”, assinala Ramos, lembrando que essa luta acumula quase 40 anos no país.

Schröder alerta, porém, que a recuperação de formas de controle público é um caminho de mão-dupla e que o Congresso Nacional é responsável pelo atraso em iniciativas nesse sentido, porque tem interesses comprometidos com a radiodifusão – no Brasil, 271 políticos são sócios ou diretores de 324 veículos de comunicação, segundo levantamento realizado pelo projeto Donos da Mídia, do Instituto de Estudos e Pesquisa em Comunicação – Epcom (dados anteriores às eleições municipais de 2008). Já o Executivo está “neutralizado”, avalia o coordenador-geral do FNDC. “Por isso, cabe à sociedade agir. E é dentro desse contexto que a Conferência Nacional se reafirma como uma possibilidade de começar a fazer essa mudança”, argumenta o jornalista. ■

CUT aposta na formação crítica em comunicação

Por Anália Köhler

A disputa por espaços no mundo do trabalho não se esgota em mesas de negociações nas quais se discutem direitos e garantias trabalhistas. No entendimento da Central Única dos Trabalhadores (CUT), a história sempre foi contada pelos veículos de comunicação a partir de uma abordagem dos fatos que reflete a ótica do patrão. Por isso, na trajetória da entidade, desde a sua origem existe a preocupação com a mídia. Baseada na premissa de que não existe democracia verdadeira no país sem que ela ocorra, na mesma proporção, nos meios de comunicação, a CUT criou um setor para tratar exclusivamente do tema, a Secretaria Nacional de Comunicação. Inicialmente encarregada da divulgação das ações da Central para formar internamente seu quadro de assessores e dirigentes sindicais, hoje o organismo atua focado em educar o trabalhador para o enfrentamento do monopólio da informação, resgatando sua identidade e referências culturais através de uma comunicação alternativa e crítica.

Para transitar nesse universo, a CUT sustenta que é necessário discutir as políticas públicas do país. Estabelecer o papel que o estado deve exercer e qual o Brasil que os trabalhadores, efetivamente, querem. A Central aposta na construção de uma nova sociedade com estímulo ao diálogo e à participação do indivíduo no coletivo.

A partir da década de 1990, a Central Única dos Trabalhadores estruturou as secretarias nacionais de Formação e de Comunicação para que juntas implementassem e desenvolvessem as políticas permanentes da entidade dentro da chamada Rede de Formação, de abrangência nacional. A socióloga e agricultora familiar Rosane Bertotti, titular da Secretaria Nacional de Comunicação da CUT, observa que, para a formação de dirigentes sindicais na Central existem dois momentos. A CUT



Dirigentes sindicais debatem a comunicação e se tornam multiplicadores desse conhecimento

forma os dirigentes para falar em público e negociar com patrões, desenvolvendo técnicas de comunicação e expressão. Numa próxima etapa, trata de políticas de formação articuladas à política estratégica da entidade. “É aqui que se percebe e toma força a necessidade de discutirmos políticas públicas de comunicação”, explica Rosane. Neste contexto, surgem as escolas sindicais da entidade.

Escolas regionais

A CUT possui hoje oito escolas, sendo sete sindicais e uma técnica de hotelaria e turismo. As primeiras estão presentes em cada uma das regiões do país: Escola Norte Amazônia e Escola Norte Chico Mendes, Escola Centro-Oeste, Escola Nordeste, Escola São Paulo, Escola 7 de Outubro (em Belo Horizonte) e Escola Sul. Esta, juntamente com a Escola de Turismo e Hotelaria Canto da Ilha, está sediada em Florianópolis (SC).

As escolas atuam como instrumentos pedagógicos de elaboração e execução

da política nacional da CUT. Foram criadas para refletir, complementar e aprofundar a formação que já se desenvolvia na rede, proporcionando espaços de debate voltados para construir uma reflexão continuada. Há sete anos desenvolvendo o programa de Comunicação e Cultura na Escola Sul – que abrange os estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, a jornalista Vera Gasparetto se diz uma entusiasta do tema, especialmente desenvolvido dentro da CUT. “A gente nunca conseguia entrar na mídia, os espaços que sempre tivemos foram de invisibilidade ou de criminalização”, lembra. Então, ela percebeu a importância de realizar um trabalho baseado na observação crítica da mídia e que dimensionasse aos grupos – em vez de simplesmente informar – a verdadeira comunicação. “As pessoas não se veem como produtoras e consumidoras de comunicação. A sociedade hoje já questiona o Judiciário, já questiona a Previdência. Também precisa se tornar cidadã na comunicação”, argumenta.

Um dos cursos mais procurados na Escola Sul é o de comunicação e expressão, que subsidia os participantes para se expressarem com mais desenvoltura diante do público. A leitura crítica da mídia está sempre no contexto dos trabalhos de grupo. “Eles não serão qualificados só para falar, mas para saber o que vão dizer”, completa Vera. Nesse sentido, ela destaca a importância do efeito multiplicador das técnicas repassadas aos grupos. “A gente tem conseguido que os dirigentes sindicais levem consigo esse debate. Isso é importante, pelo fato de se tratarem de lideranças que voltam para uma determinada base social e de lá disseminam o conhecimento. Seja em um programa de rádio ou em uma entrevista, eles levam elementos de crítica para a sociedade”, argumenta a jornalista.

A Secretaria Nacional de Comunicação da CUT reveste-se de importância no ano em que será realizada a 1ª Conferência Nacional da Comunicação. Rosane Bertotti define que o trabalho desenvolvido nas Escolas, neste período de preparação que antecede a Conferência, é essencial. Ela enfatiza também a importância do trabalho conjunto com o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). “A CUT faz parte do FNDC desde a sua fundação e



Hermínio Nunes

“A democratização da comunicação é estratégica para que a gente possa dizer qual Brasil a gente quer e o lugar dos trabalhadores nesse contexto.”

Rosane Bertotti

entende que este é um espaço estratégico para formular propostas voltadas à democratização da mídia. Quando surge a possibilidade de realização da Conferência, a entidade abraça de pronto a iniciativa e as escolas incorporam a estratégia da Central, elas se entrelaçam nesse momento”, afirma a secretária de Comunicação cutista.

Rosane pondera que, mesmo com a representatividade que tem a entidade, deve dividir esta conquista com os inúmeros movimentos atuantes no espaço da democratização da comunicação porque esta é a hora de unir esforços. Ela destaca que a Central tem pautado a Conferência Nacional de Comunicação e a luta por uma comunicação democrática como temas centrais nos seus congressos.

Este momento pré-conferência é visto como especial e importante para a Central. “A preparação já provoca uma movimentação significativa”, salienta Rosane. Porém, complementa, se este é o período de estimular o debate da comunicação, é também o momento de se abordar com clareza o assunto. “Por isso é fundamental tratarmos de políticas públicas de comunicação, do marco regulatório, da regulamentação da Constituição, das novas tecnologias e das especificidades do mundo digital”, argumenta a secretária.

Entre as propostas que a CUT levará à Conferência – e que Rosane cita como exemplo de política pública fundamental – estão o acesso gratuito à internet com banda larga para todos os brasileiros e o debate sobre a construção de mecanismos de controle social dos meios

de comunicação. “Nós entendemos que uma política só é pública quando tem mecanismos de participação e controle social. Caso contrário, ela pode ser ou uma política privada ou uma política estatal, de governo”, garante Rosane.

Formar quadros

A CUT enfrenta um outro desafio, compartilhado por Rosane e Vera, que é o de transformar em realidade o Plano Nacional de Formação das Escolas Sindicais. Trata-se de preparar e formar quadros da Central através do tema permanente da comunicação. “Uma das nossas grandes metas é termos dirigentes que conheçam com profundidade a estrutura nacional de comunicação no Brasil”, relata Rosane. Vera acompanha o assunto com interesse e diz que esse é mais um sonho que, espera, se concretize em breve. “Ainda estamos na busca de recursos para dar a esse programa a dimensão que ele merece. Nosso sonho é que ele se torne um programa nacional de comunicação da CUT, de formação para educação da Central”.

Enquanto aguarda com grande expectativa a realização da Conferência, Vera segue colocando em prática os ensinamentos na Escola e sugere que as pessoas façam o mesmo no seu dia-a-dia: “Precisamos que o processo de democratização seja feito ao andarmos e que a gente democratize também as nossas relações pessoais, as nossas relações no sindicato. Democratizar a relação com as nossas próprias instâncias de comunicação. Que a gente faça essas experiências já, hoje, agora”. ■



Hermínio Nunes

“Precisamos democratizar a relação com as nossas próprias instâncias de comunicação”

Vera Gasparetto

Aliadas da democracia



Por Alexandre Costa

As rádios comunitárias no País sempre geraram muita discussão, especialmente quanto à sua legalidade, mesmo após a Lei 9612, em 1998, que instituiu o Serviço de Radiodifusão Comunitária. Na defesa de um sistema de comunicação democrático e voltado aos mais necessitados, o assunto cresce e se prolifera não apenas junto às entidades engajadas na luta pela democratização do acesso à comunicação no Brasil, mas também no meio acadêmico e entre os órgãos governamentais. Professores e estudantes valorizam cada vez mais o assunto que, frequentemente, é utilizado em trabalhos de especialização, mestrado, doutorado e livros.

A Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), percebendo a necessidade do estudo sobre as emissoras de baixa potência, de sua importância na transformação social, procurou, desde o início de sua criação, em 1998, provocar os meios acadêmicos para que viessem a pesquisar esse veículo de comunicação. O primeiro professor que se interessou pelo assunto, com publicações em revistas acadêmicas, foi Jonicael Cedraz, da Universidade Federal da Bahia. Ele é um militante do movimento, relata José Luiz do Nascimento Sóter, coordenador geral da Abraço. “Buscamos a complicidade do meio acadêmico para tentar

desmontar o preconceito que o serviço de radiodifusão capitaneado pelos meios comerciais de comunicação gerou, e que levou à comunidade o preconceito quanto às comunitárias”, explica Sóter.

A radiodifusão comunitária tem sido peça fundamental no tabuleiro que define os interesses pela democratização dos meios de comunicação, principalmente no Brasil e em países latino-americanos, garante a jornalista e professora Neusa Ribeiro, do Centro Universitário Feevale, em Novo Hamburgo (RS). “É fundamental que as universidades formem cidadãos conscientes sobre a prática da comunicação que vigora no país, que precisa ser reformulada. Todos sabem que os oligopólios de comunicação no Brasil causam um prejuízo enorme à cidadania, à democracia”, afirma Neusa.

Para Denise Cogo, jornalista, autora do livro “No ar...Uma rádio comunitária”, publicado em 1998, as emissoras comunitárias objetivam “democratizar a palavra que está concentrada em poucas bocas e pouquíssimas mãos”. Professora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), de São Leopoldo (RS), Denise garante que é fundamental trabalhar com os alunos as questões técnicas, a importância de qualificar a transmissão, com locutores que saibam fazer rádio, com jornalistas preparados. “Porém,

para as rádios comunitárias, o importante é o exercício da democracia, é ter ética, seriedade e responsabilidade com o que está sendo veiculado”, avalia. Denise percebe maior valorização e interesse dos alunos em busca de estudos sobre rádios comunitárias nas universidades e lembra que por muito tempo existia um “complexo de primo pobre” em quem optava por estudar esta mídia.

A professora Cícilia Peruzzo também percebe uma demanda crescente pelo tema da comunicação comunitária, popular e alternativa em universidades brasileiras, apesar de nem todas terem espaço específico em seus currículos de cursos para disciplinas que tratem diretamente dessas questões. “Mesmo assim, de alguma maneira, alunos e professores acabam entrando nesse universo seja por meio de projetos de extensão, monografias e outros trabalhos de conclusão de curso, disciplinas opcionais”, garante a professora. Por outro lado, aponta ela, já existem Cursos de Especialização (na Universidade Estadual de Londrina) e de Mestrado e Doutorado (Universidade Metodista de SP, Universidade Federal de Goiás e Universidade Federal do Rio de Janeiro, entre outras) com linhas de pesquisa diretamente relacionadas à comunicação comunitária e cidadania.

Doutora em Comunicação pela USP,

Cicília é referência em pesquisa sobre o tema, tendo produzido mais de uma centena de trabalhos na área. A pesquisadora publicou obras importantes sobre comunicação comunitária, entre elas “Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção da cidadania”, em 1998, e “Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local”, em 2007.

A dissertação de Cristina Dias Andriotti, “O Movimento das Rádios Livres e Comunitárias e a Democratização dos Meios de Comunicação no Brasil”, defendida em 2004 na Unicamp (SP), foi redigida a partir da sua experiência na Rádio Muda, da Universidade Estadual de Campinas. “Tive que traçar um paralelo entre as histórias do movimento de rádios livres para o de rádios comunitárias, com o desenvolvimento do tema da democratização dos meios de comunicação na política brasileira. Isso porque faltava um trabalho assim e sempre houve muita confusão em torno dessa passagem livre/comunitária”, descreveu a autora, em artigo publicado pelo Centro de Mídia Independente, em maio de 2008. Aos interessados em pesquisar o tema, Cristina afirma que seria interessante abordar as possibilidades de transformação estrutural proposta por essas mídias e em como isso afetaria a informação, a cultura e a educação no país.

Regulamentação

Adriane Lorenzon dos Santos, professora titular da Faculdade de Ciências Sociais e Tecnológicas de Taguatinga (DF), é mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília com a pesquisa “O poder local no ar: a radiodifusão comunitária e o fortalecimento de esferas públicas locais no Brasil”, publicada em livro, em janeiro de 2009. No trabalho, ela defende que, de modo geral, a municipalização torna-se uma opção para democratizar o acesso à comunicação, “porque no âmbito do município é mais fácil para o cidadão sentir-se motivado a participar e fiscalizar a rádio comunitária”, afirma Adriane. Ela sustenta que é preciso reinventar o modelo de rádio comunitária no país.

Apesar de receber inúmeras críticas

em relação ao lento e burocrático processo de legalização das rádios comunitárias, o Ministério das Comunicações oferece uma cartilha onde informa os interessados sobre o passo-a-passo para legalizar uma emissora. O material está disponível no sítio do ministério (www.mc.gov.br/radiocomunitaria/cartilha).

Coronelismo

Venício Lima, jornalista e sociólogo, é responsável, entre outros estudos, por um que trata do “Coronelismo eletrônico de novo tipo”. Ele se refere à possibilidade das rádios comunitárias se transformarem em instrumento de barganha política. A pesquisa durou 18 meses e é uma realização do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo – Projor. Trata-se da elaboração de um banco de dados com informações sobre 2.205 rádios comunitárias autorizadas a funcionar pelo Ministério das Comunicações, onde foi possível identificar vínculos políticos em 50,2% delas (1.107) e vínculos religiosos em 120 (5,4%).

Repressão

A monografia “Direito à Comunicação Social na formação e exercício da Cidadania: As rádios comunitárias do Rio Grande do Sul”, realizada em 2008 por Dagmar Silnara Camargo para o curso de especialização em Direitos Humanos da Escola Superior do Ministério Público da União, em conjunto com a Universidade Federal do RS, e concluiu que durante o governo Lula a repressão às comunitárias aumentou ainda mais. Dados apurados junto à fiscalização da Polícia Federal/RS apontaram que as ações da Anatel aumentaram de 392, entre 2000 e 2004, para 944 entre 2005 e 2007. Dagmar, que é coordenadora do Conselho Regional de Radiodifusão Comunitária/RS (Conrad), analisou questões e conceitos relacionados à garantia do exercício dos Direitos Humanos à Comunicação Social no Brasil e os processos de violência e criminalização, administração da Justiça Penal e a formação e construção da cidadania nas Rádios Comunitárias outorgadas pela União no RS a partir da Lei 9612/1998.

Aviões

Em outro estudo, o pesquisador Marcus Manhães, do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD), explica que é inviável uma rádio comunitária causar a queda de um avião. O fato é, com frequência, usado como justificativa no combate a essas emissoras. Segundo Manhães, a interferência de uma rádio na comunicação aeronáutica se dá por uma composição de vários sinais e não apenas um. Ele explica que os sinais de emissoras de rádio FM distintas, ao serem captados com níveis suficientemente fortes, podem provocar o efeito da “intermodulação”, que os torna idênticos ou relativamente próximos da faixa de frequência utilizada na recepção dos serviços aeronáuticos. Conclui que, transmitindo em baixa potência, as rádios comunitárias não poderiam intermodular. E ainda, como cada aeroporto possui um único canal de radiocomunicação dentro da faixa permitida, “a possibilidade de uma rádio produzir interferência é praticamente nula”.

Cenários

Guardadas as proporções, o tema da radiodifusão comunitária se assemelha ao da reforma agrária: polêmico, repleto de adversidades e com múltiplos interesses. O cenário traz, de um lado, o monopólio das emissoras comerciais – setor rico e poderoso que não aceita dividir o espaço – e de outro lado, os movimentos populares, de baixo poder aquisitivo e com uma necessidade urgente de desenvolvimento social e construção da cidadania. Não foi por acaso que Caio Magri e Marcelo Masagão escreveram o livro “Rádios Livres: a Reforma Agrária Ar”, publicado em 1986.

A radiodifusão comunitária inspirou centenas de trabalhos acadêmicos, transcendendo o espaço dos movimentos sociais e tomando assento nas universidades. Há ainda uma infinidade de ângulos a serem explorados a esse respeito – a explicação, dizem os pesquisadores, é que quanto mais a sociedade se envolver com a discussão desse tema, mais o país poderá avançar na democratização das comunicações. ■

A Lei, a Anatel e o samba de Donga

Texto legal para as telecomunicações caducou frente ao avanço tecnológico

Por Diego Vacchi

“O chefe da folia, pelo telefone, mandou me avisar (...)”. O trecho do imortal samba de Donga e Mauro de Almeida, de 1916, ganhou nova roupagem na composição de Gilberto Gil, em

1997, quando o ex-ministro da Cultura transformou o “Pelo telefone” em “Pela Internet”, e fez o “chefe da polícia” avisar “pelo celular”. A mensagem, com um intervalo de 81 anos, era a mesma: a comunicação é imprescindível. Porém, sua plataforma mudou. Com ela, deveriam se atualizar também as regras e formas de fiscalização da telefonia brasileira.

No Brasil do início da década de 1960, quando vigorava a Constituição de 1946, cabia à União, aos estados e aos municípios a exploração do serviço de telecomunicações, diretamente ou mediante outorga. A atribuição de fixar as tarifas também era descentralizada e havia cerca de 1.200 empresas de telefonia no país. Os serviços telefônicos concentravam-se na região centro-leste (60%), explorados pela Companhia Telefônica Brasileira, de capital canadense. Foi editado, então, o Código Brasileiro de Telecomunicações, Lei nº 4.117, em 1962, que criou o Sistema Nacional de Telecomunicações (SNT) e colocou sob jurisdição da União os serviços de telégrafos, radiocomunicações e telefonia interestadual. A lei autorizava o Poder Executivo a constituir empresa pública para explorar industrialmente os troncos integrantes do SNT. Entre 1969 e 1973, a Embratel assumiu a exploração dos serviços internacionais conforme os prazos de concessão das empresas estrangeiras iam expirando.

O Programa Nacional de Desestatização – Lei 8.031/90 –, aprovado durante o governo Collor (1990 a 1992), foi a primeira medida de

um projeto de reforma neoliberal do Estado. No campo das teles, a alteração no inciso XI do artigo 21 da Constituição Federal ocorreu com a aprovação da Emenda Constitucional nº 8. Assim, o serviço público das telecomunicações, que era realizado até então pela estatal Telebrás, conforme decreto de 1974, foi aberto ao capital privado.

Em 1997, para dar suporte legal à privatização do setor – executada durante o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso – foi criada a Lei Geral de Telecomunicações (LGT), aprovada no Congresso Federal. A LGT também criou o órgão regulador para estes serviços, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

A Anatel tem independência administrativa e financeira, poderes de outorga, regulamentação e fiscalização. Nos últimos dez anos, os investimentos do setor de telecomunicações, em universalização e modernização, foram de R\$ 150 bilhões, conforme a Agência. Para a década seguinte, o órgão estima investimentos na ordem de R\$ 250 bilhões, com foco em banda larga (fixa e móvel) e na televisão por assinatura. Em março deste ano, segundo a autarquia, o país tinha 153.673 milhões de linhas de telefone celular operando e, na telefonia fixa, 43.572 milhões de linhas instaladas.

Apesar dos índices expressivos e doze anos de atuação, a Agência enfrenta hoje desafios impostos por outra realidade de mercado, centrada, em particular, nos avanços tecnológicos em comunicação e no que significa sua universalização. Na estrutura da Anatel, o órgão que deve fomentar determinadas discussões em prol da sociedade é o Conselho Consultivo, que tem entre



suas atribuições, opinar sobre o Plano Geral de Outorgas, o Plano Geral de Metas para Universalização de serviços prestados no regime público e demais políticas governamentais.

Membro do conselho, o especialista em regulação de telecomunicações Israel Bayma pondera que o papel da Anatel é cumprido, entretanto, há problemas no texto da Lei que a orienta. Bayma avalia que o modelo de agência implantado no país é incompleto. A Anatel não é o agente concedente, mas sim o Ministério das Comunicações. A agência é o executivo. Porém, a LGT não deixou suficientemente claro isso. “A agência é um órgão do exercício fiscalizador e regulador setorial. Isso é uma brecha legal que gera uma série de inseguranças setoriais e deve ser aprimorado na legislação”, considera Bayma. Segundo ele, a Anatel “tem vivido, ao longo dos anos, do preenchimento das lacunas” e faz política pública devido à omissão do poder concedente. Em outras palavras, significa que, apesar de perceber defasagens legislativas e a falta de políticas elaboradas de maneira mais inclusiva, não está a cargo da agência legislar.

Serviços

Em outra análise sobre o papel da agência e da Lei 9.472, o presidente da Federação Interestadual dos Trabalhadores em Telecomunicações (Fittel), Brígido Ramos, destaca a crescente “desqualificação da mão-de-obra no setor” em decorrência da terceirização pela qual as empresas de telefonia optam para realizar a prestação e a manutenção dos seus serviços ao usuário. “O Brasil regrediu nesse aspecto. Em diversos países da Europa, o setor exige que o profissional seja certificado para atuar”, compara. Na avaliação do presidente da Fittel, o erro já estava previsto na Lei desde o seu ato de elaboração. Brígido faz referência ao artigo 94 da LGT, onde consta que a concessionária do serviço público poderá “contratar com terceiros o desenvolvimento de atividades inerentes, acessórias ou complementares ao serviço, bem como a implementação de projetos associados”.

Novo marco regulatório para as telecomunicações é um pleito de diferentes representações, como o Instituto Brasil-

de Defesa do Consumidor (Idec). Em parceria com o Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito do Rio de Janeiro, da Fundação Getúlio Vargas, e apoio do *Social Science Research Council*, o Idec coordenou uma pesquisa sobre a Convergência das Telecomunicações e Direito do Consumidor. Nela, são tratados temas que se apresentam hoje como estruturais ao setor das comunicações. Em foco, a questão da Convergência Tecnológica, ou seja, da possibilidade de se obter serviços distintos por meio de uma mesma plataforma. Nesse contexto, o Instituto defende “a definição de um novo marco institucional para o setor, que simultaneamente atualize a legislação existente e seja capaz de efetivar os princípios constitucionais até hoje não regulamentados”, conforme registra o seu sítio www.idec.org.br.

“Sobre o prisma da convergência tecnológica, o que se deve discutir dentro de um novo marco regulatório é que a banda larga venha a ser considerada um serviço público e esteja sujeita a metas de universalização”, defende Lisa Gunn, coordenadora executiva do Instituto. Bayma, do Conselho Consultivo da Anatel, concorda. Ele frisa ainda que a universalização dos serviços, prevista na Lei Geral de Telecomunicações, caracteriza apenas os serviços prestados em regime público, via concessão. Mas a internet é prestada em regime privado. “O arcabouço legal deve ser orientado à luz da convergência tecnológica e da modernidade. Tem que se pensar a concessão do serviço público com a tecnologia existente. Então, não dá mais para separar telefonia, voz, dados e imagem da forma que hoje é previsto”, conclui o conselheiro.

O Idec sugere, ainda, para a democratização do acesso à Internet, a manutenção

das redes de telefonia fixa. Porém, segundo o instituto, para que a telefonia fixa seja revigorada e passe a ser a porta de entrada para os serviços convergentes, o fim da assinatura básica, ou ao menos a redução significativa do seu valor, é uma “condição indispensável”. Dessa forma, cidadãos de baixa renda teriam possibilidade de acesso.

Bayma acrescenta que “a política pública tem que priorizar, inclusive, quem não é usuário. O governo tem que buscar incluir socialmente quem ainda não possui oportunidade de acesso às novas tecnologias”.

À soma disso, a versão de Gil para a letra de “Pelo Telefone” – um dos primeiros sambas a serem gravados no Brasil – não erra ao exaltar que, no ritmo de hoje, é urgente “entrar na Rede e promover um debate”. Com todas as considerações que um velho/novo samba merece. ■



Conferência, etapa de uma luta sem fim

Por Ana Rita Marini



Quando a Constituição Federal de 1988 sacramentou que “todo o poder emana do povo”, oficializou em seu texto o que a Assembleia Nacional Constituinte entendera, então, sobre como deveria ser decidido o futuro do Brasil a partir dali. Havia começado há pouco o processo de redemocratização do país — após duas décadas de ditadura militar — e as figuras políticas reunidas no Congresso mesclavam os colaboradores do regime findo e alguns novos entes dispostos a transformarem o cenário político brasileiro. Naquele contexto, um incipiente movimento pela democratização da comunicação encontrava uma brecha para se articular e se fazer ouvir.

Desde então vem sendo construída, pouco a pouco, uma nova fase de organização nacional com a participação da sociedade. Integram esse universo as conferências, instrumentos sociais que têm o propósito de colaborar na elaboração de políticas públicas para o país. Alguns setores já as realizaram uma, duas, cinco, mais vezes. A Comunicação só agora prepara a sua 1ª Conferência Nacional, que ocorrerá nos dias 1º, 2 e 3 de dezembro de 2009, em Brasília, após um longo processo de mobilização. A arquitetura deste encontro, deflagrada a partir da década de 1980, tem seus alicerces na batalha pela democratização dos meios de comunicação, cravados por um grupo de militantes formados por entidades de classe — especialmente jornalistas, radialistas, artistas, professores universitários, estudantes de comunicação e movimentos sociais. Muitos desses personagens permanecem até hoje nessa luta, à qual se somaram novos atores. Ela envolve tarefas complexas e gigantescas, que exigem capacidade de reflexão e senso estratégico. Como historicamente destacou o FNDC, esse é um esforço sem fim previsível, pois sempre será indispensável atribuir finalidades humanas à comunicação.

A 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) é uma construção coletiva de entidades e do movimento social envolvido na luta pela democratização da comunicação. Com o tempo — e muita insistência —, a ideia foi agregando outros setores, Executivo e Legislativo, que se engajaram na jornada pela sua realização. O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) é uma organização que tem no seu DNA essa luta. “A reivindicação por uma Conferência Nacional, é preciso reconhecer, vem desde a constituição do FNDC, no início da década de 1990. Acho que até foi um dos motivos pelos quais o Fórum

se constituiu, para que houvesse uma força maior pela democratização do setor”, destaca Agustino Veit, assessor da Comissão de Direitos Humanos e Minorias (CDHM) da Câmara Federal, um dos coordenadores da campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”. Veit é um dos detentores da memória dessa luta, na qual engajou-se a partir de sua militância pelo respeito aos direitos humanos, há mais de duas décadas.

Celso Schröder, coordenador-geral do FNDC, observa que o FNDC se organizou em torno da reivindicação de políticas públicas de comunicação. “As decisões do setor eram marcadas por

vontades particulares. O surgimento do FNDC marcou o rompimento com essa lógica, catalisando o interesse pelo tema que já abrangia muitas entidades e movimentos. A ideia da Conferência nasce com o amadurecimento da percepção coletiva sobre a falta de democracia, falta de políticas públicas, e a compreensão sobre a complexidade da tarefa.”

O quadro já estava dado em 2002. Frente à falta de regulamentação, de resistência das empresas de radiodifusão ao diálogo, o FNDC discutia a necessidade de um novo marco regulatório. Naquele momento, relata a cineasta Be-



renice Mendes, uma das coordenadoras-executivas do FNDC, alguns tentavam recuperar o projeto de Sérgio Motta (ministro das Comunicações no governo Fernando Henrique Cardoso), que criava uma Lei Geral de Comunicação de Massas. “No FNDC, começamos a ter dúvidas se uma única lei poderia abarcar todo o arcabouço regulatório desse segmento das comunicações. Até que ponto ele seria ideal para a sociedade civil, já que os movimentos sociais não acumulavam força suficiente para fazer esse enfrentamento em pé de igualdade com os empresários”, lembra Berenice.

No final do ano de 2002, o coordenador-geral do FNDC era o jornalista Daniel Herz (falecido em 2006). “A partir da sua lucidez, da sua disciplina e tática de luta no campo público do debate pela democratização da comunicação, o Daniel [Herz] passou a propor que a gente não pensasse na criação de uma única lei, mas sim num processo regulatório. Que talvez fosse o caso de a gente lutar por várias leis que regulassem os diversos aspectos das comunicações, de modo que tivéssemos um enfrentamento mais favorável”, destaca Berenice. Na correlação de forças com o empresariado, explica ela, o movimento seria prejudicado ao discutir tantos assuntos em uma única lei. “A ideia da Conferência consolida-se aí, da necessidade de partirmos para um processo regulatório que só poderia se dar com a ocorrência do amplo debate de todas as questões que envolvem a comunicação social no país”, lembra a cineasta.

A intenção foi verbalizada no FNDC em 2003, durante a realização da sua X Plenária, em São Paulo. Segundo Marcos Ferreira, psicólogo, ex-diretor do Conselho Federal de Psicologia (CFP), então um dos componentes da Executiva do Fórum, foi naquela plenária que a proposta de conferência surgiu claramente, apesar da resistência e do ceticismo de muitos companheiros caros ao FNDC na luta pela democratização dos meios de comunicação. Ferreira afirma que o CFP teve uma posição muito incisiva naquela plenária a respeito da conferência.

Na XI Plenária, em 2004, em Goiânia, o FNDC decidiu coordenar uma articulação para as pré-conferências. A ideia era que o evento nacional fosse realizado no

início de 2005. “Como não conseguimos, passamos a elaborar todo um processo de capacitação da sociedade, repetindo em cada evento, em cada reunião, em cada entrevista, a necessidade de convencer o empresariado a sentar com a gente e discutir as grandes questões da comunicação, mediados pelo governo”, relata Berenice.

O ano de 2005 foi importante nessa trajetória, segundo Veit, porque foi quando a Conferência Nacional de Direitos Humanos teve como tema central o “Direito Humano à Comunicação”. A escolha, explica Veit, deu-se em função dos 25 anos do relatório produzido pela Unesco ‘Um mundo e muitas vozes’, também conhecido como Relatório Mac Bride. “Essa conferência apontou a necessidade de aglutinar entidades em torno do Legislativo para constituir um grupo de trabalho permanente que iria desencadear um processo mais ofensivo em busca da realização de uma conferência”, explica o assessor. Então, a CDHM propôs ao FNDC, ao Coletivo de Comunicação Intervozes, ao Laboratório de Políticas de Comunicação – LapCom – da Universidade de Brasília, e a outras entidades uma ação conjunta no processo de construção da Confecom.

No FNDC, a ideia da conferência tornou-se concreta através de uma série de ações objetivas a partir da sua XIII Plenária, em setembro de 2006, em Florianópolis (SC) quando o Fórum definiu uma agenda de eventos e articulações a serem realizadas por uma comissão interna pró-conferência. A proposta do Fórum era organizar a conferência a partir de uma formação tripartite – Estado, movimentos sociais e empresários – para um debate verdadeiramente plural. No Parlamento, no final daquele ano, a deputada Iriny Lopes (PT-ES) apresentou requerimento na Câmara Federal, pedindo a realização da Conferência, pela Comissão de Direitos Humanos e Minorias, em parceria com organizações da sociedade civil e governamentais.

Condições políticas

Em 2007, imbuídos da sua resolução plenária pela busca da formação tripartite, representantes do FNDC juntamente com a CDHM, do Coletivo Intervozes, Amarc, CUT, da Abraço, do CFP,

da campanha “Quem Financia a Baixaria é contra a Cidadania” realizam visitas aos ministros de Estado, reivindicando a realização da conferência de comunicação. Foram recebidos pelos ministros Tarso Genro, da Justiça, Franklin Martins, da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, e Hélio Costa, das Comunicações. Foi a primeira iniciativa da sociedade civil para envolver o Executivo no processo de construção da conferência – a ideia enfrentava resistências no próprio movimento. Durante o ano de 2007, foram realizadas audiências públicas e seminários organizados em diversas regiões do país pelas entidades integrantes da CNPC.

“Oficializamos aqui na Comissão de Direitos Humanos, o que se chamou Comissão Nacional Pró-Conferência de Comunicação (CNPC), que passou a se reunir quinzenalmente”, relata Veit. Esses encontros foram aglutinando cada vez mais parlamentares e entidades, criando as condições políticas para desencadear a conferência. “É importante frisar que havia, por parte do governo federal, uma sinalização de que não cogitaria fazer a conferência nacional de comunicação se não houvesse um mínimo de acordo entre o parlamento, a sociedade civil, os empresários e o governo. Teríamos que construir, como condição para sua realização, um certo consenso para que houvesse um decreto convocando a conferência”, destaca o assessor.

A CNPC, organizada pela CDHM e Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) é composta hoje por 37 entidades e o Ministério Público Federal.

Ainda em 2007, o Diretório Nacional do PT se manifestou em apoio à realização da Confecom, considerando a “necessidade de debater com setores envolvidos o papel da Anatel, do Ministério das Comunicações e do sistema de concessões de radiodifusão”. Em junho daquele ano, em Brasília, houve o Encontro Nacional de Comunicação, promovido pelas CDHM e CCTCI, para traçar as bases da conferência. No encontro (durante dois dias) foi redigida a carta ‘Por uma legítima e democrática Conferência Nacional de Comunicação’, dirigida ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O documento continha as linhas

básicas de uma estrutura temática proposta pelo FNDC (ver quadro abaixo) e afirmava que “a realização da grande plenária pode constituir um marco histórico de mudança da relação passiva da população com a mídia, significando uma inflexão no histórico de baixa abertura do Estado brasileiro à participação social na elaboração, acompanhamento e avaliação das políticas públicas para o setor”. O texto reivindicava, entre outras questões, o compromisso dos três poderes com a realização da Conferência, tendo a participação da sociedade civil no seu processo de organização. Tratava-se da primeira sinalização formal à participação do Executivo, proposta sempre defendida pelo FNDC.

Preparatória em 2008

Conforme vinha afirmando, o ministro das Comunicações, Hélio Costa, apoiou a realização de uma conferência de caráter nacional para a comunicação. Em setembro de 2007, o governo, juntamente com movimentos da sociedade civil organizada, parlamentares e entidades representativas de categorias profissionais e empresariais reuniram-se em Brasília para a Conferência Nacional Preparatória de Comunicação. O evento foi convocado pelo Ministério das Comunicações, que o promoveu juntamente com a Agência Nacional de Telecomunicações, a CDHM, a CCTCI e a Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática do Senado Federal. Foi consenso, entre os participantes, que a criação de um novo marco regulatório para as comunicações no Brasil era fundamental frente ao processo de convergência digital dos meios de comunicação. Todos ratificaram a realização de uma conferência de caráter nacional com ampla participação.

Na ocasião, o FNDC reafirmou que a natureza pública da comunicação social prevista na CF exige regulação com ênfase na demanda social por conteúdo, não apenas na exploração do serviço ou de sua infra-estrutura – e que somente um processo de consulta em bases democráticas poderia legitimar qualquer esforço para definir diretrizes e consolidar a convergência digital no país sem gerar mais exclusão social.

Ao participar como expositor do pai-

nel “A Radiodifusão: 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. A proposta do Fórum, conforme o documento então apresentado, se apóia em dois pilares: a noção de rede pública e única e a oferta de um pacote de vídeo, dados e voz acessível às mais diferentes faixas de renda da população.

De acordo com Marcos Ferreira, desde que o FNDC começou a formatar a ideia de conferência, defendeu uma forte participação da sociedade civil. E que não ficasse somente na superfície dos temas da comunicação, mas que abrangesse a sua estrutura, a lógica dos meios, e que a democratização tocasse os seus aspectos estruturais. “Quando eu vejo hoje o temário, a organização dessa Conferência, vejo um amadurecimento. Isso deve ter permitido aos nossos companheiros que estão lá na comissão organizadora fazer a defesa de uma posição muito estruturada e muito capaz”, relata o psicólogo.

Plenária decisiva

A XIV Plenária Nacional do FNDC, em maio de 2008, em Brasília, foi dedicada ao tema “Preparando a Conferência

Nacional de Comunicação”. Conjugando o diálogo com autoridades e empresários do setor e a mobilização social na defesa de teses favoráveis às políticas públicas de comunicação de interesse social, a Plenária reuniu membros do governo, parlamentares, representantes dos meios empresariais e do movimento social para discutir a Confecom. Na ocasião, o Fórum reafirmou sua disposição em manter como prioritária a exigência da convocação da conferência com etapas preparatórias municipais e regionais.

Em dezembro de 2008, o movimento cresceu com o Encontro Pró-Conferência Nacional de Comunicação, convocado pela Câmara dos Deputados, em Brasília, ampliando a participação e abrindo-se para o debate. Naquele encontro, foi definido um calendário de compromissos pela construção da Conferência, sugerindo prazos para a edição de Decreto do Presidente da República convocando a Conferência e para a Portaria Ministerial constituindo o Grupo de Trabalho; Conferências municipais ou regionais e debates temáticos; Conferências estaduais de caráter deliberativo para a eleição de delegados e debate e aprovação de propostas à Conferência Nacional; Sistematização das propostas e publicação de subsídios, e, enfim, a etapa nacional. Na ocasião, Schröder destacou que as empresas de radiodifusão, de comunicação, os movimentos sociais

Proposta temática do FNDC para a Conferência Nacional de Comunicação

Princípios fundamentais: soberania, liberdade de expressão, regionalização, inclusão social, diversidade cultural, diversidade religiosa, convergência tecnológica, questões étnico-raciais e de gênero.

Eixo: Meios
Do analógico ao digital

- Televisão aberta
- Rádio
- Internet
- Telecomunicações
- TV por assinatura
- Cinema
- Mídia impressa
- Mercado editorial

Eixo: Cadeia produtiva
Do consumidor ao cidadão

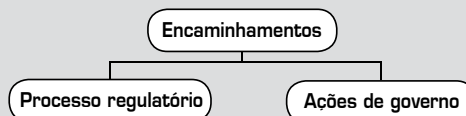
- Produção
- Provitamento
- Distribuição/Circulação
- Recepção/Consumo

Políticas públicas:
 • Universalização
 • Financiamento
 • Regulação/Legislação
 • Pesquisa e desenvolvimento

Eixo: Sistemas
Do corporativo para o controle público

- Público
- Estatal
- Privado

Políticas públicas:
 • Organização dos sistemas
 • Gestão
 • Financiamento
 • Ordem econômica



representados no evento demonstraram racionalidade, maturidade e disposição para se exporem no espaço público ao debate. Na sua opinião, estava ficando evidente que os interesses de todos os setores eram legítimos e que deveriam ser buscados os consensos. Segundo o coordenador-geral do FNDC, todos saíram da reunião com o compromisso de produzir reflexões e debates sobre a comunicação social e a Conferência.

Era o momento de apresentar propostas que não fossem ingênuas, reduzidas a bandeiras simplesmente, que não se esgotassem em algumas palavras. Isto exigiria muito da sociedade civil, envolvendo segmentos que não tinham tradição nos debates sobre políticas públicas de comunicação. As ações pré-conferência se intensificaram pelo país. “Nunca se discutiu comunicação como hoje”, reflete Agustino Veit, lembrando que no site do movimento Pró-Conferência já estão cadastradas mais de 400 entidades organizadas nos estados, em comissões estaduais pró-Confecom. (ver locais e contatos na pág. 30).

Enfim, o Decreto

No dia 17 de abril de 2009, o Diário Oficial da União publicou, por fim, o decreto do presidente Lula convocando a 1ª Confecom. Desde que o presidente anunciara, durante o Fórum Social Mundial de Belém (PA), em janeiro, a realização de “uma grande conferência sobre comunicação no Brasil”, a sociedade mobilizada pela realização do evento aguardava o documento do governo federal. Foi estipulado que a Confecom terá a participação de delegados representantes da sociedade civil, eleitos em conferências estaduais e distrital, e delegados representantes do poder público.

No dia 25 de maio, a Comissão Organizadora Nacional (CON), foi designada pelo Ministério das Comunicações, através da Portaria 185/2009. O órgão foi formado com 28 membros, sendo 12 do poder público, com oito indicados pelo Executivo Federal e quatro pelo Congresso Nacional, e 16 da sociedade civil. O Executivo é representado pela Casa Civil da Presidência da República e pelos ministérios das Comunicações, da Ciência e Tecnologia, da Cultura, da Educação, da Justiça, pela Secretaria de Co-

municação Social e pela Secretaria-Geral da Presidência da República. O Legislativo participa com dois representantes da Câmara e dois do Senado.

Para o FNDC, o governo aparece em demasia na comissão organizadora, além do segmento dos jornais participar em duplicidade. O Fórum, porém, avaliou que tal desequilíbrio não desmereceria a Comissão, uma vez que o organismo não é maior que a própria conferência.

Agustino Veit também pondera sobre a formação da CON. Considera que a sociedade foi derrotada nesta composição, mas, apesar disso, detecta um avanço. “Devemos considerar, especialmente em se tratando da primeira conferência, que não podemos tratá-la como um fim. Ela é um meio de avançar no processo de democratização da comunicação. E virão outras, num sucessivo embate. Não há um prazo para esta discussão”, prevê.

Até o dia 3 de dezembro, a 1ª Conferência terá envolvido milhares de pessoas de todas as classes sociais, entidades di-

versas, o Congresso, os governos. Todas terão discutido conteúdo, tecnologia, legislação, inclusão digital, cadeia produtiva do setor, enfim, tudo o que pode e precisa estar contemplado em um novo e abrangente marco regulatório para a área das comunicações.

De ordem política, porém, as diretrizes de uma conferência só adquirem validade quando (e se) transformadas em lei. Assim, os encaminhamentos deverão prosseguir no ambiente Legislativo, aonde os personagens – titulares e suplentes ativos na militância pela democratização da comunicação – precisarão incidir mais do que nunca junto aos representantes no Parlamento. Mas isso é presumido. O que não está previsto – diria Daniel Herz – é um fim para todo esse empenho. “A luta pela democratização da comunicação é um esforço sem um final previsível”, costumava afirmar o jornalista. Partirão todos esses atores para a Conferência sabendo que os temas não se esgotarão na grande plenária. A peleja continua. ■

Comissão organizadora da 1ª CONFECOM

PODER PÚBLICO

Casa Civil da Presidência da República
Ministério das Comunicações
Ministério da Ciência e Tecnologia
Ministério da Cultura
Ministério da Educação
Ministério da Justiça
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República
Secretaria-Geral da Presidência da República
Senado Federal
Câmara dos Deputados

SOCIEDADE CIVIL

ABCCOM - Associação Brasileira de Canais Comunitários:
ABEPEC - Associação Brasileira das Emissoras Públicas
ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
ABRA - Associação Brasileira de Radiodifusores
ABRACO - Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária

ABRANET - Associação Brasileira de Provedores Internet

ABTA - Associação Brasileira de Televisão por Assinatura

Adjori Brasil - Associação dos Jornais e Revistas do Interior do Brasil

ANER - Associação Nacional de Editores de Revistas

ANJ - Associação Nacional de Jornais

CUT - Central Única dos Trabalhadores

FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas

FITERT - Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Rádio e Televisão

FNDC - Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

INTERVOZES - Coletivo Brasil de Comunicação Social

TELEBRASIL - Associação Brasileira de Telecomunicações



Música Para Baixar

“Um mundo acabou. Viva o mundo novo!”, sentencia o manifesto extraído do primeiro Fórum do movimento Música para Baixar (MPB), que “nasceu” oficialmente durante a 10ª edição do Fórum Internacional de Software Livre, realizado em Porto Alegre (junho de 2009). O MPB reúne artistas, produtores, ativistas da rede mundial de computadores e usuários da música em defesa da liberdade e da diversidade musical. Pretende ser o palco de debates sobre a cadeia produtiva da música, a legislação do setor, assegurando os direitos de autor e também a difusão livre e democrática dessa arte. “Reciclar a palavra, o telhado e o porão, reinventar tantas outras notas musicais” – a letra da música da trupe Teatro Mágico (SP) é a própria proposta do MPB, que pretende revolucionar o trabalho a partir do uso da internet. “Reafirmamos a sigla MPB como Música Para Baixar, acessível, livre”, relata Fernando Anitelli, vocalista da trupe. Na contramão de um modelo de mercado concentrado nas gravadoras e viciado nos “jabás” – que o movimento considera um dos principais responsáveis pela invisibilidade da grande maioria dos artistas –, integrando músicos e usuários, o MPB é uma ideia da Teatro Mágico (TM), explica Anitelli. “Sentíamos a necessidade de juntar pessoas numa organização com esse sentido, então fizemos uma articulação com o pessoal do Software Livre (SL)”, relata Gustavo Anitelli, produtor executivo do TM.

Para Everton Rodrigues, ativista do movimento Software Livre e um dos organizadores do Fórum de MPB, as profundas mudanças que ocorrem nas comunicações têm impacto significativo nas relações humanas, políticas e econômicas. Por isso, o MPB nasce como “um importante espaço para a reflexão e ação,” garante. Já é lugar comum falar das novas possibilidades que a internet oferece. Mas ela tornou-se, de fato, um dos meios mais democráticos à comunicação, ao conhecimento e entretenimento. Nesse cenário da livre circulação, onde o “fã” se torna um importante divulgador da obra, há debates que precisam ser feitos, como a questão da criminalização da rede. Esta foi outra questão que suscitou o surgimento do MPB, assim como a releitura do direito autoral. Para os integrantes do movimento, a democratização da comunicação é ponto central no debate. “E nós temos um papel, enquanto movimento que dá publicidade a essa discussão”, afirma o produtor executivo da trupe Teatro Mágico.

Segundo Rodrigues, é importante participar da 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) para elaborar

“Ela [música na rede] aparece e vai vazar, não há controle”

Leoni



Flávia de Quadros

“O movimento MPB integra músicos e usuários via rede”

Fernando Anitelli



Fabiana Reinholz

propostas que irão garantir meios de comunicação mais interativos e democráticos. “Precisamos propor maior diversidade na mídia brasileira, garantir o envolvimento econômico, cultural, social e político de mais pessoas”, afirma. Também Fernando Anitelli defende que o músico deve trazer seu público para esse debate. “Essa briga também é nossa”, complementa. O Ministério da Cultura, explica Rodrigues, vem apoiando o MPB “por meio do diálogo e incentivo às ações dos participantes, com vistas ao aprofundamento do tema”. Na visão do Ministério, conforme relata o ativista, “a lei do direito autoral não contempla a nova realidade imposta pela evolução tecnológica e favorece o desequilíbrio na relação entre autores e a indústria cultural”.

O compositor e músico carioca Leoni, que se consagrou no tradicional mercado fonográfico, apoia o MPB e aposta no novo modelo proporcionado pela internet. “Hoje pode sair mais caro pagar direito autoral para lançar mil discos do que fabricá-los. Isso acaba sufocando a criação ao invés de protegê-la”, revela. Para ele, é mais interessante disponibilizar a música na rede e vendê-la a quem gostar. “Compre quem é fã mesmo. Outros vão baixar de graça, acabam gostando, indo ao show, comprando uma camiseta, ou até um disco no futuro”, prevê. “Com a cultura digital, a música está em tudo quanto é lugar. Ela aparece e vai vazar, não há controle”, garante. Leoni acredita que a internet é um grande espaço democrático e a livre troca de informação na rede é muito mais benéfica à sociedade do que sob qualquer tipo de controle. O movimento levanta a bandeira da flexibilização do direito autoral adaptado aos novos tempos.

Apostando nas relações musicais articuladas em redes de distribuição gratuita, Fernando pondera que as novas questões de propriedade intelectual e direito autoral devem ser descobertas em conjunto, entre os envolvidos na cadeia produtiva fonográfica. Para Raphael Moraes, vocalista da banda Nuvens, de Curitiba (PR), a internet viabiliza o acesso ao público monopolizado pelas mídias de massa como o rádio e a televisão. “Estamos apenas no começo dessa fase cultural e artística que representa a variedade. Através do *download*, é mais fácil divulgar o trabalho”, justifica.

O movimento MPB reúne artistas, produtores, ativistas da rede e usuários da música em rede. Para saber sobre o movimento Música Para Baixar, assim como o seu manifesto, acesse <http://musicaparaabaixar.org.br/> ■

O que está em jogo na Confecom?

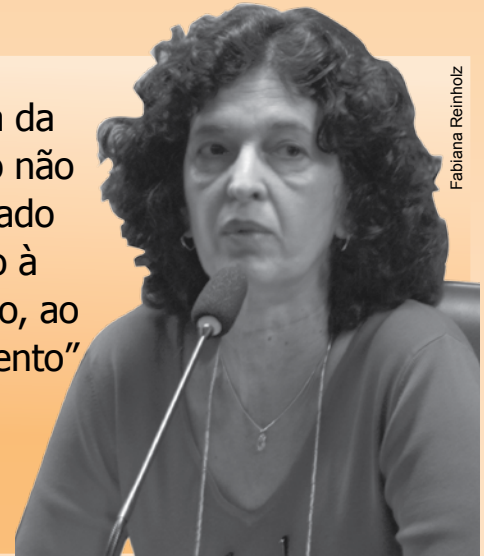
O Conselho Federal de Psicologia (CFP) participa do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) desde o seu início e tem ações políticas e estratégias que contribuíram para garantir a convocação da Conferência Nacional de Comunicação (Confecom). Mas onde a Psicologia e a Comunicação se articulam? Por que defendemos a realização de uma conferência sobre este tema? A necessidade de a população ter controle sobre os meios de comunicação, influenciar no conteúdo e atuar na educação para a mídia é premente.

Se pensarmos em que medida a programação de tevê, presente em 98% dos lares, influencia no comportamento de crianças e jovens, veremos essa urgência. A infância brasileira permanece diante da TV mais tempo – em média cinco horas diárias – do que em qualquer outra atividade, inclusive a escola. Isso nos leva ao entendimento de que a TV, e a conseqüente migração para as mídias digitais, são importantes instrumentos na formação da cidadania. A Psicologia tem o papel de criar dispositivos que possam interferir na formação das subjetividades humanas, em particular criando contrapontos à infantilização, ao individualismo, ao consumo compulsivo e à construção da violência que adentra nossas casas incessantemente. Não adianta apenas ter acesso aos bens de comunicação - realizada em escala e velozmente - como uma mercadoria pronta para o consumo, ela precisa ter qualidade.

A TV Brasil, criada como rede nacional em 2007, possibilita uma nova interlocução com a sociedade, diferente da que se tem com a comunicação de massa privada, viabilizada, especialmente, através da venda do espaço publicitário. As grandes redes de televisão são reguladas pelo mercado, e seus anunciantes interferem de forma decisiva na veiculação dos conteúdos. À população cabe receber passivamente o que é transmitido. Diante disso, ampliar a discussão, envolver e capacitar o maior número de pessoas na luta pela democratização das comunicações significa mais do que apenas popularizar o acesso aos meios. Trabalhamos e queremos que a população participe de forma expressiva no conteúdo. Que a programação televisiva contemple a diversidade do nosso país e estimule a produção independente, possibilitando o aumento dos postos de trabalho. A TV pública, as mídias alternativas, a interatividade (promessa tardia da TV digital) ampliam a esfera pública da comunicação e abrem a possibilidade da sociedade influenciar decisivamente na produção do conteúdo que estes meios veiculam.

Há, portanto, a possibilidade de uma mudança. O público já não aceita tudo, sabe que a tevê pode estar mentindo. Mas é preciso restituir as relações sociais imediatas, de construção de identidade, de diálogo, de afeto. Se uma família conseguir conversar por meia hora diária sobre o que assistem na televisão, já estará funcionando uma articulação crítica da mídia. O CFP propõe à categoria trabalhar incansavelmente pela produção de melhores conteúdos em todas as mídias, discutindo tudo o que possa fazer fluir a expressão de nossos saberes. Nos Conselhos Regionais de Psicologia existem fóruns de discussão

“A maioria da população não vê legitimado seu direito à informação, ao conhecimento”



Fabiana Reinholz

sobre a comunicação que capilarizam esta questão entre os psicólogos. Queremos convocar os cidadãos a conversarem mais, discutirem mais, participarem dos movimentos sociais. Não tenhamos medo de fazer política, de fazer militância. Ao contrário do que é vendido pela mídia, fazer política é bom.

O artigo 19 da Declaração dos Direitos dos Homens afirma que “todos têm o direito de ter liberdade de opinião e expressão”. Infelizmente, este artigo vem sendo distorcido para defender a liberdade exclusiva dos conglomerados econômicos. O mesmo conceito de liberdade não se aplica à grande maioria da população, que não vê legitimado o seu direito coletivo à expressão, à informação e ao conhecimento. Embora o acesso à internet venha aumentando, a exclusão digital ainda é uma realidade no país. As TVs por assinatura estão distantes dos lares com menor poder aquisitivo. Isto nos faz refletir e denunciar o “apartheid” econômico e tecnológico brasileiro. Precisamos garantir o espaço público nesta era digital.

É preciso descentralizar e desburocratizar as concessões em radiodifusão para o campo público; criar conselhos de comunicação em âmbitos regionais e estaduais, tornando-os responsáveis localmente pelo acompanhamento desses veículos, do mesmo modo que é preciso fortalecer o Conselho de Comunicação Social; criar novas vias de financiamento para a produção de conteúdo regional, uma vez que a prometida interatividade da TV digital aumentará de forma exponencial a demanda por conteúdo. A Conferência Nacional de Comunicação é o espaço para construirmos um novo marco regulatório, em conjunto com o movimento social, que atenda estas demandas. Buscar uma comunicação forte, plural e democrática é garantir de forma estratégica a soberania nacional.

Roseli Goffman é psicóloga clínica, coordenadora de Mobilização e Organização do FNDC, Titular da Comissão Organizadora da Confecom, Conselheira do Conselho Federal de Psicologia. Consultora em Análise Institucional, Desenvolvimento e Gestão de Projetos, é especialista em Gestão de Empresas pela UFRJ.

Vencemos boa parte da incompreensão

Há quase dois anos, Tereza Cruvinel tomou a mais importante e difícil decisão de sua carreira profissional. Deixou sua coluna política diária em O Globo, após duas décadas, para encarar o desafio de comandar a construção de um sistema público de radiodifusão no país. Desde então, a Diretora-presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) tem se dedicado integralmente à tarefa, enfrentando dificuldades, mas também comemorando o que considera avanços importantes. "Achamos que já vencemos boa parte da barreira da incompreensão", diz Tereza, sobre as críticas à empresa em um país acostumado com os modelos de televisão comercial e estatal. Jornalista e mestre em Comunicação Social pela Universidade de Brasília (UnB), a presidente da EBC, cujo mandato encerra em outubro de 2011, recebeu "MídiaComDemocracia" para a entrevista a seguir.

Por Adriano Floriani



Fotos: Marcello Casali/EBC

Como é o desafio de construir um sistema público de radiodifusão no Brasil?

Tereza Cruvinel - As dificuldades que cercam um projeto desses são de toda ordem, inúmeras. A principal é a falta de conhecimento no país sobre o que seja efetivamente comunicação pública. Isso decorre do fato de que nós tivemos sempre um sistema de radiodifusão que já nasceu privado. Convivemos com a televisão comercial como se fosse a única realidade possível na radiodifusão. Mais tarde, já no regime militar, foram criadas emissoras educativas, estatais como a Radiobrás, um conjunto de emissoras definidas entre o público e o estatal. Mas nunca com o perfil de TVs públicas no conceito que se fortaleceu a partir da experiência europeia. Ou seja, TVs vinculadas ao estado do ponto de vista da concessão e da maior parte do financiamento, mas com controle social, com participação da sociedade na sua gestão, abertas à fiscalização da sociedade. Isso nós nunca tivemos. Então, fica difícil. Recentemente, no II Fórum de

TVs Públicas, houve amplo reconhecimento de que o marco regulatório da EBC é um avanço. Mas enfrentamos tudo isso, suspeitas de que a TV pública seja um aparelho político a serviço deste ou daquele projeto. Esse é um tipo de dificuldade.

O que assegura o caráter público da EBC?

Tereza Cruvinel - Muito se disse na época da criação da EBC que ela era apenas uma continuação da Radiobrás com outro nome. Mas são muitas as diferenças. Por exemplo, a existência do Conselho Curador, a existência de ouvidoria, tem as diferentes formas de financiamento previstas. Uma que eu acho fundamental é o fato de o diretor-presidente ter mandato, o que lhe assegura independência em relação ao governo. Ele é indemissível pelo presidente da República ou pelo ministro das Comunicações. O único ente que pode tirar o mandato do diretor-presidente é o conselho, e após duas advertências. Vale para qualquer diretor da EBC.

Após quase dois anos de criação da EBC, qual o balanço da gestão da empresa?

Tereza Cruvinel - Já conseguimos muita afirmação. O Conselho Curador funciona, tem uma programação no ar que não deixa dúvidas sobre sua independência em relação ao governo. Não praticamos publicidade, portanto, temos também independência do mercado. Mas ainda persistem outras dificuldades. O orçamento é limitado. Embora o governo do presidente Lula venha mantendo o compromisso de repassar R\$ 350 milhões, em função da crise nós também sofremos cortes. Além do que, é um orçamento insuficiente para construir uma rede pública. Claro que a empresa tem de buscar receitas próprias, como buscam as outras TVs públicas do mundo. No nosso caso, temos dificuldades decorrentes do fato de estarmos construindo a televisão pública a partir de estruturas pré-existentes, muito sucateadas do ponto de vista tecnológico e muito antiquadas do ponto de vista da gestão.

Em suma, problemas existem muitos, mas nosso balanço após um ano

e meio de existência da EBC e da TV Brasil no ar é muito positivo. Acreditamos que já vencemos boa parte da barreira da incompreensão e conseguimos expandir a TV. Recebemos inicialmente três canais analógicos – Rio, Brasília e São Luis do Maranhão. Já implantamos o canal digital de São Paulo e de Brasília. Avançamos muito com a programação. Não é a desejável ainda, mas há um percentual importante da programação construída nessa gestão. Implantamos um jornalismo inquestionável do ponto de vista de sua independência. Os dois telejornais são bastante reproduzidos pelo país afora. Cerca de 20 estados reproduzem o Repórter Brasil Noite. E do ponto de vista da construção de uma rede pública com as outras emissoras do campo público, avançamos muito também. Hoje há 22 emissoras associadas no processo de adesão a esta rede e estimulamos a produção regional de conteúdos.

E com relação à convergência tecnológica...

Tereza Cruvinel - Outra grande contribuição da EBC é na aceleração do processo de migração para a TV Digital, na medida em que estamos com projeto em implantação, que é o operador de rede único digital, que beneficiará não só as emissoras da EBC, mas outras emissoras do campo público, como as universitárias, legislativas, institucionais, canal da educação do MEC, o canal da Cultura, a rede comunitária chamada Rede da Cidadania. Essas emissoras poderão compartilhar a operação, reduzindo custos e acelerando o cronograma de migração. Esse também é um papel importante que a EBC vai cumprir.

Na Europa do pós-guerra, as TVs públicas tiveram o importante papel de promover a integração dos estados nacionais e fortalecer identidades. Qual a função da TV pública hoje no Brasil e na América Latina?

Tereza Cruvinel - São momentos muito distintos. O momento histórico das TVs públicas europeias, no pós-guerra, sem dúvida era um momento de reconstrução das identidades e as TVs cumpriram um papel importante. Hoje, o desafio que vemos no Brasil e em outros países que estão buscando fortalecer

a comunicação pública é criar um sistema mais democrático, mais pluralista, em que você possa fazer cumprir o que está previsto na nossa Constituição, que é marco da refundação democrática.

O artigo 223 [CF] prevê a complementaridade entre os sistemas público, estatal e privado. Para quê? Exatamente para o exercício mais pleno do direito à comunicação. Reconhecemos que a TV comercial no Brasil cumpriu papéis importantes com a integração, a difusão da informação. Mas a sua própria natureza exclui de sua grade alguns conteúdos que só a TV pública teria como prioridade. Exclui produtores independentes de audiovisual, exclui segmentos da sociedade que não conseguem se expressar através dela. A TV pública, no mundo contemporâneo, tem a função de ser asseguradora de uma pluralidade maior na expressão da sociedade.

“A TV pública deve ter jornalismo e bom, independente, de credibilidade. É também sua tarefa assegurar o direito à informação”

Existe jornalismo independente no Brasil?

Tereza Cruvinel - Nós estamos fazendo um jornalismo independente na TV Brasil. Agora, o jornalismo é por si dependente da construção de informações a partir de fontes. Haverá sempre uma dependência na construção das narrativas. Nos veículos privados, há condicionantes da publicidade. Na comunicação pública vamos dizer que nunca haverá tentativas de dirigir a narrativa? Podem ocorrer sim. O importante é criar mecanismos para que o jornalismo praticado na comunicação pública tenha condições de se defender de eventuais pressões, seja de natureza política, seja de ordem econômica. Para que tenha

autonomia financeira, é importante que canais públicos não tenham publicidade. Para se defender de pressões políticas é importante que tenham garantia de autonomia e dois outros instrumentos. O primeiro é um instrumento formal de controle social – no nosso caso, o Conselho Curador. O segundo é que a própria sociedade desenvolva a noção, o sentimento de que é proprietária verdadeira desses canais, para poder reagir quando perceber qualquer forma de direcionamento, apropriação ou utilização política. Não estamos ainda nesse ponto, mas é o desejável. Temos que propiciar formas de participação mais direta da sociedade, como as ouvidorias. Estamos implantando um ouvidor geral e três ouvidorias específicas de rádio, TV e web. Nos valem da tecnologia para permitir uma interatividade cada vez maior.

Qual a importância do jornalismo na programação da TV Brasil? É um ponto de maior dedicação, em função da sua origem?

Tereza Cruvinel - Cometem sempre o equívoco de acreditar que pela minha origem profissional eu dê prioridade ao jornalismo na EBC. Ele é importante. Não participo de certos conceitos de que a TV pública não tenha que fazer jornalismo, apenas veicular conteúdos de natureza cultural, que expressam a diversidade. A TV pública deve ter jornalismo e bom, independente, de credibilidade, porque é também sua tarefa assegurar o direito à informação.

O jornalismo com mais credibilidade nos Estados Unidos é o da PBS, embora tenha audiência restrita. A versão da PBS é sempre mais crível, assim como o jornalismo da BBC, das TVs públicas europeias. É importante ter jornalismo de qualidade, mas não creio que viemos para fazer um canal de notícias. É importante também que a TV pública, nas suas 20 horas de programação atuais, tenha conteúdos formadores da cidadania, expressão da diversidade cultural brasileira, tenha espaço para tratar de temas marginais na sociedade.

A EBC pretende tornar seu jornalismo referência no Brasil?

Tereza Cruvinel - Nós achamos que o jornalismo tem algumas diferenciações, sem se afastar do pressuposto básico do jornalismo praticado em qualquer canal,

que é o interesse público como centro da pauta. A TV pública pode ter um jornalismo mais participativo, que pode ser mais aberto à sociedade para que esta também ajude a construir a agenda. A agenda da mídia, que acaba sendo a do país, é construída por vontades unilaterais – editores, grupos de interesse, proprietários, etc. Na EBC, acreditamos que a agenda não vem do governo e nem pode ser construída na cabeça dos editores. É importante que tenhamos abertura na construção da agenda e mecanismos cada vez melhores pra isso. Temos hoje limitações muito grandes do ponto de vista das tecnologias. Um gargalo da EBC é tecnologia da informação. Equipe também. A lei nos permitiu ter uma cota de contratos temporários até que façamos concurso. Vamos fazer concurso este ano, é o método mais democrático de acesso à empresa pública. Temos experiências de conteúdos colaborativos, o Repórter Brasil tem o “Outro Olhar”, quadro para expressão do cidadão. Mas é difícil, porque nós não temos hoje muito como aportar vídeos. Estamos até agora licitando linhas 0800 para a ouvidoria, que será um canal importante de chegada de sugestões, não só reclamações, do cidadão.

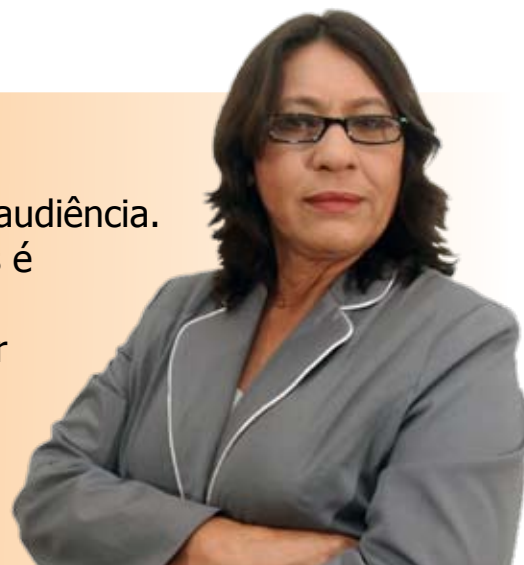
A busca por índices mais altos de audiência é uma preocupação da empresa?

Tereza Cruvinel - A audiência não é nem obsessão, nem descaso. A própria lei da EBC diz que os seus canais, sem abdicar da natureza diferenciada da programação – devem ter foco na educação, na cultura, na informação, na ciência e na formação da cidadania –, buscar a competitividade e o alcance do maior número de cidadãos. Ou seja, temos que buscar audiência. O que não podemos é transformá-la numa obsessão e sacrificar sua natureza diferenciada. Senão, você começa a fazer programas apelativos e pronto. É um desafio muito grande.

Durante o II Fórum de TVs Públicas foi proposta a criação do Instituto de Comunicação Pública. A EBC apóia?

Tereza Cruvinel - Vamos apoiar, a EBC vai buscar formas de realizar esse compromisso do II Fórum, buscar aliados, patrocínio, contribuir como puder para que esse instituto vire uma reali-

“Temos que buscar audiência. O que não podemos é transformá-la numa obsessão e sacrificar sua natureza diferenciada”



dade, com foco muito mais em estudar formas de construção de programação, modelos de negócio para TV pública, formação dos seus profissionais, desenvolvimento de conceitos. Por exemplo, a banda C, que não é pesquisada por nenhum instituto e é um universo importante, em que não só a TV Brasil, como as TVs do campo público em geral estão bem situadas. Elas alcançam cerca de 45, 50 milhões de brasileiros que assistem via parabólica, mas que não temos a menor ideia desta audiência. Temos retorno informal de que há uma boa receptividade aos canais públicos em geral nesse campo. São pessoas que vivem num certo ambiente social do Brasil, menos expostos ao massacre publicitário, ou do campo ou de pequenas cidades, não são clientes de TV por assinatura, então enxergam nas TVs públicas uma alternativa à TV comercial.

Existe um modelo de TV pública que orienta a EBC?

Tereza Cruvinel - Se você observar o que estamos fazendo – falo pessoalmente, não é a política da empresa – neste um ano e meio há contribuições de várias experiências. Por exemplo, o operador de rede único, que vamos implantar e operar na digitalização, é uma experiência que vem da NHK, japonesa. Lá, inclusive as TVs comerciais compartilham a infra-estrutura, tornando possível que o Japão seja todo digitalizado hoje.

Do ponto de vista da programação, a BBC é referência para todo mundo, não só para as TVs públicas. As próprias TVs comerciais do Brasil exibem conteúdo da BBC e pagam caro. Os conteúdos das TVs europeias são muito invejados. Já do ponto de vista de rede, penso que

a realidade nos assemelha ao sistema público americano, o PBS, com 365 emissoras. Porque eles estão numa confederação de televisões públicas e nós caminhamos para fazer uma confederação com as TVs educativas e universitárias. Embora a EBC continue a ter seus canais próprios, ela tende a ser líder de uma rede. Nesse sentido, a realidade nos aproxima deles.

A TV Brasil tem em seu horizonte a produção de conteúdos de ponta?

Tereza Cruvinel - Nosso objetivo é que, dentro da sua diferenciação, ela tenha conteúdos de alta qualidade. Estamos fazendo tudo para ter uma mudança importante na grade até o fim do ano, dentro das nossas finalidades. Fazer novela não é nosso objetivo. Podemos fazer dramaturgia, mas não só como entretenimento. Que ela tenha em sua narrativa e no seu conteúdo compromissos com a tal da diferença. Já uma dramaturgia de história é perfeitamente compatível na TV pública. A TVE espanhola exibe uma dramaturgia linda. Já está na quarta temporada, “Amar en tiempos revueltos”, que se referencia na história da Guerra Civil. Faz o maior sucesso na Espanha. É uma dramaturgia na TV pública, mas ensinando história e recuperando valores da democracia espanhola.

Que perspectivas a Conferência Nacional de Comunicação traz para o campo público?

Tereza Cruvinel - Apoiamos a Conferência, estamos inclusive no comitê organizador. A EBC quer ter um protagonismo relacionado com um marco regulatório melhor, mais amplo e universal para o campo público e que corrija as distorções que os marcos têm hoje, superados pela tecnologia. Não pretendemos ter nenhum hegemônio, mas estaremos lá, atuantes. ■

Quem financia a cidadania

Por Adriano Floriani

Uma televisão pública de qualidade, inovadora, com independência editorial e comprometida em formar cidadãos ao invés de consumidores, é um instrumento poderoso a serviço de qualquer democracia. Na Europa, há modelos de emissoras sob controle social que são referência no mundo todo, como é o caso da BBC. O Brasil está dando ainda os primeiros passos para constituir um sistema público de radiodifusão, com autonomia em relação ao Estado e ao mercado.

Durante o II Fórum de TVs Públicas, realizado no final de maio, em Brasília, representantes de emissoras educativas, legislativas, universitárias e comunitárias discutiram com governo e parlamentares possibilidades de financiamento, para além dos recursos orçamentários que tradicionalmente as mantêm. Há consenso de que o modelo é essencial para a sustentação de um sistema público de comunicação não-estatal, cujas diretrizes de gestão da programação e a fiscalização devem ser de responsabilidade de um órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o governo não tenha maioria.

“Precisamos de uma rede editorialmente independente de mercado e de governos, que priorize o conteúdo”, argumenta Edivaldo Farias, presidente da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCom). A ABCCom, em conjunto com a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (Astral) reúnem cerca de 2,2 mil emissoras e retransmissoras espalhadas pelo país, operando abertas ou pela tecnologia a cabo.

Na prática, o sistema público começou a ser regulamentado recentemente no país, a partir da mobilização de amplos setores da sociedade civil, que culminou na criação, pelo Governo Federal, da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2007. A EBC é respon-

sável por capitanear a formação de uma Rede Nacional de Comunicação Pública.

A partir da edição da Medida Provisória nº 398, mais tarde convertida pelo Congresso na Lei 11.652/2008 – que cria a EBC e institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública –, a empresa vem provocando a desconfiância de alguns, ao mesmo tempo em que busca abrir caminhos para a construção de um novo cenário na comunicação social do país.

Ao contrário da realidade europeia, onde a TV nasceu pública, no Brasil ela surgiu e se consolidou a partir do modelo comercial. Há, portanto, uma lacuna na legislação do país, principalmente quanto à definição de objetivos e princípios da radiodifusão pública não explorada pelo Poder Executivo ou entidades de sua administração indireta.

O que diz a Constituição

A Constituição Federal de 1988 estabelece, em seu artigo 223, que deve haver complementaridade entre os sistemas de comunicação estatal, privado e público, condição que busca justamente assegurar o equilíbrio necessário entre as diferentes vozes existentes na sociedade. Durante o II Fórum de TVs Públicas, o presidente da Câmara dos Deputados, Michel Temer (PMDB-SP), se comprometeu a priorizar no Congresso a regulamentação da radiodifusão pública, desde que seja objeto de um projeto de lei.

Por enquanto, o marco legal da EBC

é a principal referência para as demais emissoras não-comerciais, inclusive na questão do financiamento. Segundo conclusões do II Fórum de TVs, é necessário diversificar as fontes de recursos, descartada a publicidade de produtos e serviços, além da criação de modelos de financiamento estáveis e integrados para todo o campo público de televisão.

No caso da EBC, a lei possibilita que a empresa obtenha receitas de fontes diversas, além do orçamento da União, como a prestação de serviços a entidades públicas e privadas, licenciamento de marcas e produtos, publicidade institucional, patrocínio, apoio cultural e mesmo doações de pessoas físicas e jurídicas. “A lei – 11.652/2008 – já permite a utilização do novo marco legal para outras emissoras que se associarem à Rede Nacional de Comunicação Pública, organizada pela EBC”, diz o diretor jurídico da empresa, Luis Henrique Martins dos Santos.

Quem pagará a conta

A Lei 11.652 trouxe ainda outra novidade que pode beneficiar o setor: a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública (CFRP), proveniente dos serviços de telecomunicações. No entanto, os recursos não estão assegurados para o campo público em 2009. O Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal (SindiTeleBrasil), que congrega as grandes empresas do setor, contesta judicialmente o recolhimento da con-

tribuição, alegando sua inconstitucionalidade. Embora o modelo de financiamento da EBC, ao menos no papel, seja referência para as demais emissoras, o orçamento da empresa, atualmente em torno de R\$ 350 milhões por ano, não dá conta dos seus objetivos de produzir conteúdos com excelência e maior padrão de qualidade técnica.

Se, por um lado, a dependência de publicidade comercial tende a pautar a programação mais pela busca de índices de audiência do que pela qualidade, por outro lado, ter como única fonte recursos orçamentários do Poder Público pode subordinar as emissoras aos interesses do governo de plantão. Segundo especialistas, a taxa direta do cidadão seria a melhor forma de garantir autonomia, a exemplo do que ocorre em outros países. Por enquanto, a alternativa está descartada no Brasil. “No Congresso Nacional não passa nenhum projeto que preveja aumento de carga tributária”, adverte o senador Flexa Ribeiro (PSDB/PA), presidente da Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática do Senado Federal.

Experiências internacionais

Quando se pensa em TV pública, a principal referência é a octogenária British Broadcasting Corporation (BBC), mantida pelos cidadãos do Reino Unido, que pagam uma taxa de licenciamento para cada aparelho televisor. O custo anual é de 142,50 libras por TV com imagem colorida e 48 libras para aparelhos em preto e branco. A BBC também é financiada por recursos destinados pelo parlamento e através do licenciamento de produtos e conteúdos, reconhecidos pela qualidade. É gerida por uma diretoria executiva nomeada por um conselho composto por 12 pessoas representantes da sociedade, sendo a maior empresa de radiodifusão do mundo. A BBC Internacional produz conteúdos em 32 idiomas e é financiada pelo governo britânico.

Na Espanha, a Televisión Española (TVE) tem um modelo de financiamento misto: fundos públicos, orçamento estatal, publicidade e venda de conteúdos. Na France Télévisions (FTV), cerca de 70% dos custos são bancados por

verbas orçamentárias. O restante vem de patrocínios, prestação de serviços e anúncios institucionais.

Nos Estados Unidos, a Public Broadcasting Service (PBS) é financiada pelos cidadãos. Não há cobrança de impostos, mas sim campanhas de arrecadação de doações, repasses feitos por associados e “grupos de amigos” das estações locais, além de recursos governamentais. No Canadá, a Canadian Broadcasting Corporation (CBC) também conta com uma contribuição dos cidadãos para o financiamento da rede.

A experiência internacional mostra que as TVs públicas são viáveis e podem cumprir um importante papel na oferta de fontes diversificadas de informação e entretenimento. Cabe à sociedade, portanto, o protagonismo na construção de uma comunicação mais plural e democrática. Em um mundo cada vez mais complexo e interconectado, a televisão pública tem o compromisso de estimular a formação de cidadãos mais críticos e conscientes de seus direitos e deveres. ■

O financiamento à radiodifusão pública segundo o FNDC

Considerando que todos os sistemas de mídia são financiados, direta ou indiretamente, pelos cidadãos, seja através do pagamento de impostos, seja por meio do consumo de produtos e contratação de serviços, cujas empresas injetam recursos na comunicação social por meio da compra de espaços publicitários e embutem os custos de mídia no preço final de suas mercadorias, o FNDC apresentou, em 2007, durante o “I Fórum Nacional de TVs Públicas”, contribuições para uma política de financiamento para o setor público.

O segmento das rádios e TVs públicas precisa considerar receitas de diversas fontes nos âmbitos federal, estadual e municipal. As experiências mundiais mostram que a diversificação das receitas minimiza o predomínio de um mesmo ator (seja o Estado ou uma entidade) no controle e na gestão da rede pública. Para preservar a independência da emissora pública, é importante elaborar um planejamento financeiro de longo prazo com destinações vinculadas – não sujeitas a interferências políticas conjunturais ou circunstanciais. De forma hipotética, é possível conceber um orçamento de uma rede pública de penetração nacional composto das seguintes rubricas:

- Recursos orçamentários (receitas vinculadas da União, estados e municípios) para gastos com pessoal;

- Taxa anual* cobrada por domicílio para financiamento dos gastos com infraestrutura, produção de conteúdo e serviços interativos;

- Fundos públicos de fomento para o financiamento da produção audiovisual independente a ser exibida pela rede de emissoras;

- Contribuições das entidades gestoras para investimentos em atualização tecnológica e despesas com manutenção do parque de equipamentos;

- Receitas próprias com a venda de patrocínio, apoios culturais e licenciamento de marcas para investimentos em marketing;

- Captação de recursos junto a fundações internacionais e nacionais para projetos experimentais;

- Doações de pessoas físicas e jurídicas para promoção de campanhas públicas.

**Essa taxa é semelhante à arrecadada para a manutenção do sistema público de dois terços dos países europeus, metade dos países da Ásia e da África, além de Israel, mas teria uma destinação diferenciada, viabilizando, além do financiamento parcial dos canais públicos e estatais, uma rede metropolitana sem-fio de internet em alta velocidade para oferta de serviços de telefonia IP e banda larga, universalizando o acesso a estes serviços entre todos os cidadãos.*

A Questão do FISTEL

A questão do FISTEL é porção exemplar da que realmente importa: a da singularidade e essencialidade das telecomunicações para o Desenvolvimento Sustentável com Inclusão Social.

Após a sanção da LGT, as empresas de telecomunicações realizaram o maior e mais bem sucedido ciclo de investimento da história econômica do Brasil, que tem tido por norte o atendimento às demandas do mercado e das metas fixadas nos PGMU e PGMQ e em Outorgas.

Além dos US\$ 19,3 bilhões da privatização, já investiram R\$ 163,2 bilhões na economia real, acrescidos de R\$ 19,9 bilhões nas licitações da Anatel. Os investimentos têm variado em torno de 5,5% da FBCF e de 0,9% do PIB, tendo alcançado 10,9% e 1,86%, em 2000, especialmente para disponibilizar o acesso a serviços de telecomunicações em 37.122 localidades e atender 212,4 milhões de assinantes com uma força de trabalho de 383,6 mil trabalhadores.

Estas entradas estão presentes em 80% dos domicílios com uma densidade de 110,6 acessos por 100 habitantes. A telefonia celular está presente em 80,2% dos municípios, atendendo a 95,1% da população, sendo 65% e 49% nos domicílios de famílias das faixas de renda D e E. A TV por Assinatura cobre 5.084 municípios com a oferta de 109 canais.

Em 2008, a receita das empresas foi de R\$ 177,7 bilhões (6,1% do PIB). Este excepcional desempenho foi realizado apesar da excessiva carga tributária; do alto custo do capital de empréstimo; fraco desempenho de uma economia concentradora de renda; e das tentativas de enfraquecimento do ambiente institucional do setor. Vale lembrar que o Brasil está inserido na sócio-economia globalizada, altamente competitiva, demandante de produtos de alto valor agregado, próprios da Sociedade do Conhecimento, produzidos com a aplicação das tecnologias da informação e comunicação (TICs), desenvolvidas por profissionais altamente qualificados e suportadas por complexas redes e serviços de telecomunicações em banda larga, integradas em escala global. O consumidor tem suas demandas atendi-

“A maior carga tributária do mundo se choca com as políticas de universalização do governo federal”

das com grande proficiência, no entanto, há reclamações quanto aos altos preços praticados, quando comparados com o de outros países. Os daqui, os mais altos do mundo. No balanço sócio-econômico das prestadoras de serviços de telefonia, fixa e celular, de capital aberto, é patente o excesso de carga tributária imposta.

No período 2002-2008, de uma receita de R\$ 450,1 bilhões, após deduzir os insumos adquiridos de terceiros e a depreciação e amortização dos bens de produção e acrescentar o resultado da equivalência patrimonial e as receitas financeiras, as empresas geraram um “Valor Adicionado Produzido (VAP)” de R\$ 222,5 bilhões (49,4% da receita e 100,0% do VAP), dos quais: o Governo apropriou-se de 61,5% do VAP em tributos; os rentistas de 19,6% do VAP; os trabalhadores de 8 % do VAP; os acionistas de 7,7% do VAP; e 3,1% do VAP.

O Governo e os Rentistas (sem riscos na produção) apropriaram-se de 81,1% do VAP, enquanto que trabalhadores e acionistas (com riscos na produção) de apenas 15,7% do VAP (R\$ 35,0 bilhões).

A descomunal participação do Governo na apropriação do VAP não tem fundamento moral ou econômico que justifique. É fruto de decisões políticas tomadas sob pressão para pagamento de juros da dívida pública ou para “fechar o caixa”. Esta postura política deve ser revertida visando uma tributação adequada à singularidade e essencialidade da inserção do Brasil na Sociedade do Conhecimento. Em 2008, R\$ 41,1 bilhões em tributos oneraram em 42,7% os serviços prestados em telefonia. A maior carga tributária do mundo se choca com as políticas de universalização do governo.



Arquivo pessoal

Há ainda o FISTEL, o FUST e o FUNTTEL que arrecadaram, de 2001 a 2008, R\$ 32,7 bilhões. Destes, somente R\$ 4 bilhões (12,2%) foram aplicados; a maior parte - R\$ 28,7 bilhões (87,8%) - foi destinada para compor o superávit primário utilizado para pagamento de juros da dívida pública. O FISTEL arrecadou R\$ 23,9 bilhões. No entanto, apenas R\$ 2 bilhões foram aplicados na fiscalização das telecomunicações - pouco face às necessidades da Anatel.

Inconformado com esta situação, o Sindicato das Empresas de Telefonia recorre ao Poder Judiciário contra o manifesto desvio de finalidade do FISTEL e a violação do princípio de proporcionalidade, pois contrariam dispositivos da CF e do CTN. Também recorre contra o recolhimento da CFRP por entender que ela não se reveste das características de qualquer tributo previsto na CF; é inconstitucional, pois sua base de cálculo não possui materialidade de contribuição; e não pode ser delas cobrado, pois não guardam qualquer vinculação ou referibilidade com a sua finalidade ou destinação.

A questão do FISTEL é parte de uma questão bem maior - a da necessidade premente da efetiva inserção do Brasil na Sociedade do Conhecimento suportada por redes e serviços de telecomunicações de banda larga. Mas, pela sua exemplaridade, é um chamamento para a concertação de novos objetivos, metas e condições para um revigorado ciclo de investimento em prol desta singular e essencial inserção.

Essencial para a população brasileira: que isso fique bem claro.

Superintendente Executivo da TELEBRASIL, do SINDITELEBRASIL e da FEBRATEL

O financiamento de uma empresa de comunicação pública

O financiamento de uma empresa de comunicação pública passa pela análise da expressão “pública”. No caso brasileiro, partimos do art. 223 da Constituição Federal, que estabelece ao serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens o dever de observar “o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”. O sentido de um sistema de radiodifusão público complementar, distinto do privado e do estatal, deve ser compreendido como aquele que visa cumprir os seus objetivos e princípios de modo equidistante da influência do mercado e do aparelho estatal. Para tanto, o modo de definir a programação desse serviço deve diferir dos mecanismos dos sistemas privado e estatal. Na radiodifusão pública ganha relevo o papel do conselho curador, composto majoritariamente por representantes da sociedade, constituindo um efetivo controle social da programação, voltada exclusivamente para atingir as finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas e de estímulo à produção independente e regional.

Para essa equidistância ser possível na programação, ela também deve estar presente no financiamento do serviço. Se, para o sistema privado, o mecanismo de financiamento prioritário é o da venda de publicidade e para o estatal são os recursos orçamentários, para o sistema público, não é nem um, nem outro, sob pena de se ter frustrada a equidistância da influência do mercado e do aparelho estatal, que é justamente o fundamento constitucional e sociopolítico de um campo público de radiodifusão. Resta, como mecanismo prioritário de financiamento do sistema público, a criação de uma espécie tributária destinada exclusivamente para este fim, sendo este um dos modelos adotados para o financiamento das principais experiências de canais públicos no mundo. Daí o fundamento constitucional e democrático da criação da Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, enquanto uma Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (CIDE), instituída pela Lei nº 11.652/2008, no art. 32. Tal tributo é resultado de emenda parlamentar, e, ao ser regulado, não implicou aumento da carga tributária por ter sido aprovado com a correspondente diminuição de outro tributo incidente sobre os mesmos fatos geradores e contribuintes que se destina o FISTEL. A partir daí, surge o questionamento de que esses fatos geradores e esses contribuintes nada tenham a ver com a radiodifusão. As empresas de telecomunicações desejam não pagar o tributo, apesar de já terem repassado o valor cor-



Comunicação EBC

“Distância do mercado e do aparelho estatal”

respondente aos consumidores.

A intervenção do estado através da CIDE visa a atingir determinado setor econômico e provocar alterações na realidade de seus agentes, a fim de que se estabeleçam novos marcos de desenvolvimento e implementação de políticas públicas que efetivem princípios e programas depreendidos da CF. A sugerida necessidade de “referibilidade direta” entre a CIDE e o grupo econômico relacionado com a finalidade da intervenção estatal, não é exigência legal ou constitucional. Entende-se que a CIDE deve ser adequada ao propósito de intervir em determinado setor da economia, não podendo o Estado selecionar outro setor oposto ao

que será beneficiado, sem qualquer tipo de relação com aquele a ser atingido pelo ônus tributário. Há a necessidade de um liame entre o grupo de sujeitos passivos e a finalidade almejada, e não uma identidade obrigatória entre o grupo e os beneficiários.

As empresas de telecomunicações dizem que não são beneficiárias diretas dessa CIDE, pois são prestadoras de serviços que não guardam qualquer relação com a radiodifusão. Equivocam-se. Vejamos os seguintes exemplos:

1 - as operadoras e os aparelhos de telefonia celular transmitem, de forma direta e contínua aos usuários, sinais de rádio AM e FM; 2 - a TV digital disponibilizada aos usuários de telefonia móvel; 3 - as operadoras de telefonia fixa disponibilizam banda larga para transmissão de dados em alta velocidade, meio pelo qual também são transmitidos sinais de TV a cabo e via internet para aparelhos de TV e computadores pessoais; 4 - a utilização dos sinais da telefonia móvel para o acesso de milhares de usuários de aparelhos celulares e de computadores portáteis, à internet, também permite o acesso a conteúdo audiovisual.

Assim, cai por terra o argumento de que não há referibilidade das empresas de telecomunicações com a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, pois os recursos trazidos por sua arrecadação retornarão ao setor econômico na forma de conteúdo televisivo e de rádio. Isto agregará valor aos Serviços de Telefonia Fixa Comutada, de Comunicação Multimídia e Móvel Especializado, constituindo-se, inequivocamente, um benefício direto.

Luís Henrique Martins dos Anjos é Diretor Jurídico da EBC, Advogado da União, Mestre e Doutorando em Direito Público/UFRRGS, Professor de Graduação e Pós-Graduação em Direito. Foi Procurador-Geral da União.

Blog do Lula

A Presidência da República prepara o lançamento de um blog que irá inaugurar uma nova forma de relação entre governo e sociedade. Uma equipe de cinco profissionais fará a alimentação do blog, que terá como ponto de partida, em conteúdo, a agenda do presidente Lula.

Estimativas apontam que no Brasil, hoje, existem entre um e dois milhões de blogs ativos, sendo que 75% dos “blogueiros” são jovens de até 25 anos de idade que já se configuram como importantes produtores e disseminadores de conteúdo, explicou a ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, durante o 10º Fórum Internacional de Software Livre, em junho, em Porto Alegre.

Diante desse quadro, o governo pretende lançar mão do recurso “para se comunicar com uma parcela da sociedade que se informa basicamente pela internet”, destacou o ministro Franklin Martins, da Secretaria de Comunicação Social, durante o 10º FISL.

ENACOM - CUT

A CUT realizou, de 15 a 17 de julho, em São Paulo, o seu 5º Encontro Nacional de

Comunicação (ENACOM), ao final do qual, redigiu uma moção de repúdio à decisão do Supremo Tribunal Federal que extinguiu a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista. Os delegados presentes ao 5º ENACOM reforçaram seu engajamento à luta em defesa do diploma “para garantir os critérios de responsabilidade social, por meio de uma reinserção da formação específica para o exercício do jornalismo”.

Durante os três dias em que esteve reunida, a Central discutiu os desafios e perspectivas da comunicação da entidade e a realização da 1ª Conferência Nacional de Comunicação.

SBTVD é inconstitucional?

Uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (Adin) movida pelo PSOL contra o Decreto 5.820/2006, que instituiu o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), foi considerada procedente pela Procuradoria Geral da República. O parecer foi publicado em junho e examina a legalidade do dispositivo.

O PSOL argumenta que o SBTVD é mais do que uma simples atualização de

tecnologia de transmissão de TV – da analógica para a digital –, porque rompe com o paradigma atual da radiodifusão e cria novas possibilidades de comunicação para as empresas concessionárias, superando a abrangência de suas atuais outorgas. O espaço de 6 MHz ocupado por uma emissora no sinal analógico pode ser usado para transmitir de quatro a oito vezes mais conteúdo no sistema digital. A PGR considerou que a transmissão em sinal digital deveria exigir nova outorga de canais.

A decisão final será do Supremo Tribunal Federal.

Muticom transferido para fevereiro

O Mutirão de Comunicação – América Latina e Caribe, que seria realizado entre os dias 12 e 17 de julho em Porto Alegre (RS), foi adiado, atendendo a recomendação das autoridades de saúde pública do Estado do Rio Grande do Sul, como medida de prevenção diante da expansão da Epidemia da Influenza A (H1N1).

As entidades promotoras – Conselho Episcopal Latino-americano (CELAM), Conferência Nacional dos

Bispos do Brasil (CNBB) e Organização Católica Latino-americana e Caribenha de Comunicação (OCCLAC) – transferiram o evento para o período de 03 a 07 de fevereiro de 2010, no mesmo local – na PUCRS, em Porto Alegre. “Entendemos que a referida transferência é um exercício de responsabilidade e manifestação de solidariedade integral com respeito à saúde e vida dos participantes e do povo de Porto Alegre. Estamos cientes dos graves prejuízos que esta determinação acarreta aos participantes deste acontecimento continental, aos conferencistas, painelistas, técnicos, especialistas e, de maneira particular, aos organizadores, patrocinadores e promotores”, explicam os organizadores.

Inscrições garantidas

A organização do Mutirão informa que aqueles já inscritos têm sua vaga garantida desde já. Conforme o Pe. Marcelino Sivinski, coordenador do evento, a programação do Mutirão será basicamente a mesma e no mesmo local. Mais informações pelo telefone (51) 3225 8483 ou no site <http://www.muticom.org.br>.

Comissões Regionais Pró-Conferência Nacional de Comunicação

Onde encontrar

Alagoas: Contatos: valdicegomes@gmail.com; denisemoreyra_psiq@hot.com
Amazonas: Contatos: cesar.wanderley@pmm.am.gov.br; pedrodasartes@yahoo.com.br
Bahia: <http://cpc-ba.ning.com/>
Ceará: <http://cpc-ce.ning.com>
Distrito Federal: <http://proconferenciadf.wordpress.com/>
Espírito Santo: <http://proconferenciaes.wordpress.com>
Maranhão: www.conferenciadecomunicacao.ma.worldpress.com
Mato Grosso: www.cepc-mt.blogspot.com
Mato Grosso do Sul: Contatos: ivanise@terra.com.br; romilda.pizani@hotmail.com; claytonsales@gmail.com

Minas Gerais: <http://proconferenciampg.wordpress.com/>
Pará: www.confereciacomunicacao.wordpress.com
Paraíba: <http://proconferenciacomunicapb.wordpress.com>
Pernambuco: <http://www.cpcpe.blogspot.com/>
Paraná: <http://proconferenciaparana.com.br/>
Rio de Janeiro: <http://rioproconferencia.blogspot.com/>
Rio Grande do Norte: <http://www.grupos.com.br/group/proconferenciarn>
Rio Grande do Sul: <http://rsproconferencia.blogspot.com/>
Santa Catarina: http://comunica_sc.org.br
São Paulo: www.proconferenciasp.org
Sergipe: www.cpcse.blogspot.com

A LUTA PELA
DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO
É UM PROJETO COLETIVO QUE ABRANGE
TODO O PAÍS.

SOCIEDADE
DEMOCRÁTICA

COMO TODO O
COLETIVO,
AVANÇA SOBRE
EIXOS

QUE SÃO
QUATRO!

EIX 1

CONTROLE PÚBLICO SOBRE A COMUNICAÇÃO

A CONSTITUIÇÃO DO BRASIL
COMEÇA DIZENDO:

TODO
O PODER
EMANA
DO POVO!

ISSO VALE PARA OS 3 PODERES
DA REPÚBLICA: O EXECUTIVO, O
LEGISLATIVO E O JUDICIÁRIO.

E NÃO PODE DEIXAR DE
VALER TAMBÉM PARA O PODER
DE INFORMAR.

PORTANTO, CABE À POPULAÇÃO BRASILEIRA
ORIENTAR E REGULAR OS SISTEMAS DE COMU-
NICAÇÃO SOCIAL. E TEM QUE CRIAR INSTRU-
MENTOS PRA FAZER ISSO.



EIX 2

CAPACITAÇÃO DA SOCIEDADE E DOS CIDADÃOS

E PARA CHEGAR LÁ, OS
CIDADÃOS TÊM QUE
ENTENDER A LINGUAGEM
E OS TRUQUES DA MÍDIA,
E DESCOBRIR OS
INTERESSES POR TRÁS
DOS DISCURSOS...

ISSO MESMO!
NÃO DESGRUDE DA
TELINHA!

ENQUAN-
TO EU VOU
SUGANDO
O
"PODER
QUE
EMANA
DO
POVO"...

REST. GRANDE MÍDIA

QUEREMOS VER
A COZINHA!

PRÁ QUE?

TODOS
SABEM QUE
MINHA PREO-
CUPAÇÃO É
COM A
SAÚDE...



EIX 3

POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO DA CULTURA

SÓ O CONTROLE PÚBLICO PODE
GARANTIR QUE A PRIORIDADE DA
COMUNICAÇÃO SOCIAL



SEJA O
DESENVOLVIMENTO
CULTURAL
DO PAÍS.

PORQUE SÓ O DESENVOLVIMENTO CULTURAL
É CAPAZ DE TRANSFORMAR O BRASIL NO
PÓLO ARTÍSTICO, CIENTÍFICO E
ECONÔMICO MUNDIAL QUE ELE
PODE SER.

SOMOS NÓS NO
REGISTRO
FILMOGRÁFICO!"



" É NÓS
NA FITA!

EIX 4

REESTRUTURAÇÃO DOS MERCADOS E SISTEMAS

PARA SER DEMOCRÁTICA
MESMO, A COMUNICAÇÃO
SOCIAL DEVE SER EXERCIDA
PELO MAIOR NÚMERO
POSSÍVEL DE AGENTES.
PARA GARANTIR ISSO,
O GOVERNO FEDERAL
PRECISA



ADOTAR MEDIDAS DE
ESTÍMULO À CONCORRÊNCIA,
À PLURALIDADE E À
CAPACIDADE DE PRODUÇÃO
DE EMPRESAS E
ENTIDADES, PARA AMPLIAR
E DIVERSIFICAR
O MERCADO.

NÃO HÁ SOCIEDADE DEMOCRÁTICA SEM
MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DEMOCRÁTICOS. PARA
CHEGAR LÁ, A VIAGEM AINDA É LONGA. POR ISSO É PRECISO AGIR RÁPIDO.
PROCLURE O COMITÊ PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO
E EMBARQUE NESSE COLETIVO!

SOCIEDADE
DEMOCRÁTICA

CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO



edgar
varques

DECIFRA-ME OU...



Não fique assistindo
ao espetáculo da mídia.

Saiba como é importante
criar políticas públicas
para reger o setor da
comunicação no Brasil.

Quem sai ganhando
com o esvaziamento
do potencial crítico
à informação?
Se a informação
é pública, é direito
de todos questionar
e incidir sobre o que
a mídia produz.

**Venha fazer
parte deste
Fórum.**

Associe-se ao FNDC



Mais informações em

www.fndc.org.br