



SEMINÁRIO

Por um novo **Marco**
Regulatório para
as Comunicações:
o **PT** convida ao debate

25 de
novembro
de 2011





SUMÁRIO

- APRESENTAÇÃO**
03 Um novo marco regulatório das comunicações no Brasil: multiplicando vozes e alargando a democracia
- 05** PT: compromisso com uma agenda estratégica para as comunicações no Brasil
- 15** **ABCCCOM** *Associação Brasileira de Canais Comunitários*
- 17** **ABRET** *Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão*
- 19** **ABPI-TV** *Associação Brasileira de Produtoras Independentes de TV*
- 22** Rede **ABRAÇO** *de Rádios Comunitárias*
- 30** **ABTA** *Associação Brasileira de Televisão por Assinatura*
- 32** **ALTERCOM** *Associação Brasileira de Empresários e Empreendedores Individuais da Comunicação*
- 34** **ANDI e REDE ANDI BRASIL** *Comunicação e direitos*
- 36** **ANER** *Associação Nacional dos Editores de Revistas*
- 37** **ANJ** *Associação Nacional de Jornais*
- 39** **ARPUB** *Associação das Rádios Públicas do Brasil*
- 41** **CMS** *Coordenação dos Movimentos Sociais* e **CUT** *Central Única dos Trabalhadores*
- 43** **CTB** *Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil*
- 46** **Idec** *Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor*
- 48** **Intervozes** *Coletivo Brasil de Comunicação Social*
- 51** **REA** *Recursos Educacionais Abertos*





Um novo marco regulatório das comunicações no Brasil: multiplicando vozes e alargando a democracia

**Rui Falcão*

O compromisso do PT com o aprofundamento da democracia é irrenunciável e vem de longe. Hoje, quando convidamos nossa militância, intelectuais, movimentos sociais e outros partidos políticos para discutir a elaboração de um novo Marco Regulatório das Comunicações para o Brasil, estamos reafirmando este compromisso.

Para o Partido dos Trabalhadores, democracia, além da disputa eleitoral, é também reconhecimento de direitos, negação de privilégios, ampliação da participação política, explicitação de dissensos, disputa de valores e reconhecimento de que o poder é propriedade do povo. Se assim é, a tarefa de nosso partido só pode ser a de trabalhar arduamente para que o Estado não seja o garantidor da estabilidade das elites, mas um agente de promoção de justiça social, distribuição de renda e amplificação da sonoridade orquestrada pelos vários interesses de nossa sociedade.

Comprometidos com a multiplicação de vozes, organizamos este seminário de tal forma que as entidades convidadas tenham um espaço privilegiado para intervenções. Além das tradicionais mesas, com exposições, perguntas e respostas, também teremos uma plenária ao final, de forma que a militância possa se manifestar ainda com mais liberdade. Com isso, queremos explicitar que não convocamos o debate como quem já tem posições fechadas, mas como um partido que tem firmes idéias de partida, mas que entende que não conseguiremos ampliar nossas fileiras se não fortalecermos pontos comuns, respeitarmos as diferenças e somarmo-nos decisivamente como parceiros de luta.

A compreensão da necessidade de um novo Marco Regulatório se consolida com a percepção de que, além das transformações tecnológicas que afetam as comunicações, a organização das economias mundiais e o mundo do trabalho, o próprio exercício da política e a dinâmica cultural passam por transformações importantes.

Hoje, experimentamos profundas modificações na forma de produzir, difundir e acessar a informação e o conhecimento. Diante disso, devo repetir o que aprovamos em nosso 4º Congresso Nacional: “testemunhamos de forma simultânea a introdução das novas mídias, a reestruturação dos setores de telecomunicações e radiodifusão, a crise de endividamento das empresas de comunicação social, o duelo econômico e político entre operadoras de telefonia e emissoras de televisão, a convergência tecnológica e a partici-





pação dos cidadãos no processo de discussão dessas mudanças. O desafio que esse novo ambiente nos traz é reformular o arranjo institucional que deverá sustentar esse cenário de maneira a garantir direitos e promover o protagonismo dos cidadãos no processo de produção de conhecimento”.

O novo Marco Regulatório deve criar um ambiente econômico mais equilibrado, onde a diversidade cultural seja entendida como direito, o que, portanto, impõe responsabilidades a todos, e onde o Estado intervenha no estrito sentido da preservação do interesse público. Para isso, é preciso garantir a liberdade de expressão e recusar qualquer tentativa de censura; adotar políticas de afirmação do direito pleno de acesso dos cidadãos às mais plurais redes; estimular a mais efetiva participação social na elaboração de políticas de comunicação, tanto no plano federal como em níveis estadual e municipal; estimular o desenvolvimento econômico regional e a desconcentração de oportunidades de negócio; e, sobretudo, adotar regras, políticas e condições para a promoção e proteção de nossa diversidade cultural.

Um novo Marco Regulatório das Comunicações não é, por si só, garantia de alargamento de nossa democracia. Isto apenas se dará com ampla mobilização e participação de nossa sociedade. Talvez tenhamos divergências de ênfase e ritmo, mas certamente compartilhamos os mesmos sonhos. É por isso que não podemos nos contentar com um debate restrito aos ambientes legislativos ou, o que é ainda pior, ao constrangimento dele por parte da grande e concentrada mídia brasileira. O PT, desde sempre, se põe ao lado dos que entendem que tal constrangimento é, por si só, antidemocrático e, portanto, deve ser combatido por nossa polifonia indiscreta.

**Rui Falcão é presidente nacional do PT
www.ruifalcao.com.br*





PT: compromisso com uma agenda estratégica para as comunicações no Brasil

Proposta de Resolução para o 4º Congresso do PT

Nas últimas décadas, o Brasil experimentou uma transformação sem precedentes na área das comunicações. Junto a alterações estruturais nos mercados e no mundo do trabalho e mudanças substanciais nos campos da política e da cultura, passamos a conviver com modificações profundas na forma de produzir, difundir e acessar a informação e o conhecimento.

As novas possibilidades tecnológicas e econômicas terminaram por desenvolver a prática do compartilhamento como centro organizador do processo de comunicação no mundo, de tal forma que o acesso às redes de comunicação e em especial à internet passa a ser percebido como algo que está no âmbito dos novos direitos coletivos.

Testemunhamos de forma simultânea a introdução das novas mídias, a reestruturação dos setores de telecomunicações e radiodifusão, a crise de endividamento das empresas de comunicação social, o duelo econômico e político entre operadoras de telefonia e emissoras de televisão, a convergência tecnológica e a participação dos cidadãos no processo de discussão dessas mudanças. O desafio que esse novo ambiente nos traz, é reformular o arranjo institucional que deverá sustentar esse cenário de maneira a garantir direitos e promover o protagonismo dos cidadãos no processo de produção de conhecimento.

A comunicação na história do PT

As resoluções definidas pela PT no encontro de fundação não falavam dos meios de comunicação. Mas posteriormente passaram a compor os documentos políticos e as ações do partido.

No Congresso Constituinte, a bancada do partido somou-se a outros poucos defensores de *comunicação democrática*. Mesmo sendo derrotados pela força do “centrão”, conseguiram conquistas que se mostram importantes avanços, como os expressos nos artigos 222 (nunca regulamentado) e 223 (que possibilitou a criação da EBC).

A democratização dos meios de comunicação foi apresentada nas proposições eleitorais partidárias, entre 1989 até 2010, sendo concebida a partir de vários eixos, entre eles: [a] passível de regulação da sociedade civil; [b] pela ampliação do acesso





da população com a socialização das informações; e [c] com função social tanto na articulação com a cultura e a educação quanto no combate ao preconceito e ao racismo. Em 2010, a proposição foi apresentada mais condensadamente como a defesa da “ampliação do acesso aos meios de informação e de comunicação”.

Em 1989, na proposição da primeira campanha presidência do partido, a democratização dos meios de comunicação de massa era a diretriz de número quatro, propondo fazer valer “o direito de o público ser informado de maneira objetiva e sem distorções”. Este direito poderia ser garantido com a “introdução de novas tecnologias de comunicação para emissoras de pequenas potências (regionais e comunitárias)”. Em 1990, o PT estabeleceu Governo Paralelo, no qual Cristina Tavares coordenava a área das Comunicações. Este núcleo do Governo Paralelo apresentou importantes estudos e formulações sobre a democratização das comunicações.

Em 1994, o PT considerou os meios de comunicação como parte das instituições culturais e afirmou taxativamente que “não há democracia se os cidadãos não têm acesso livre às informações”. Nesta perspectiva, o Governo Democrático e Popular deveria garantir “por todos os meios possíveis, o acesso à informação e à gestão da coisa pública” e promover a “socialização dessa informação, através do rádio, da televisão, de redes informatizadas e do desenvolvimento de uma política de comunicação e ação cultural”. Neste programa a democratização dos meios de comunicação de massas era parte da construção de uma política de comunicação e ação cultural, visando à participação popular e a construção da hegemonia do bloco social interessado nas reformas democráticas e populares. Era também considerada instrumento importante no combate aos preconceitos e estereótipos de gênero, contras negros, gays e lésbicas.

O PT reclamava da falta de instituições “mediadoras entre o Estado, o setor privado e a sociedade na formação de políticas sobre a área de comunicações” e denunciava que os temas das mídias eram “conduzidos por práticas permeadas pelo patrimonialismo, corporativismo e cartorialismo, com predominância dos interesses privados sobre os públicos.”

As políticas de comunicação do Governo Democrático e Popular estariam centradas em (a) assegurar aos cidadãos o exercício do direito de informação e expressão, (b) instituir formas de controle social sobre os meios de comunicação, (c) aperfeiçoar os serviços estatais; (d) regular a esfera privada “de forma a impedir a existência de oligopólios.” (e) integrar as telecomunicações, informática, educação e cultura. Propunha, também, a criação de Fundo Nacional de Comunicação e Conselhos de Comunicação, o direito de antena aos movimentos sociais e populares e na regulamentação das diversas plataformas.





Mas o PT defendia a criação de “condições favoráveis para a concorrência, para o fortalecimento da capacidade de produção e de ampliação do mercado”, afirmava a garantia de que toda a legislação deveria ser aprovada pelo Congresso Nacional e que os órgãos do sistema público deveria corresponder ao “espectro amplo e pluralista, dos pontos-de-vista ideológico, político, partidário, social, religioso, cultural; [e que] respeitará a preservação de realidades regionais e locais”.

Em 1998, o PT, no mais sucinto dos programas eleitorais, declarou que entre os “Direito ao direito” estavam “os meios de comunicação [que] devem ser instrumentos de educação, difusão da cultura, valorização do ser humano e a serviço da paz social e da vida civil solidária” e propunha o estabelecimento de conselhos sociais de acompanhamento.

Em 2002, o PT defendia a radicalização do processo democrático no Brasil como “um grande movimento cultural que vai além da adoção de medidas de democracia econômica e social e da realização de reformas políticas”. Afirmava que as “iniciativas no plano da cultura permitirão ao povo brasileiro expressar e valorizar suas identidades e experiências regionais, sociais, étnicas e apropriar-se dos frutos da civilização em toda a sua diversidade.” Esta política requeria a democratização cultural da sociedade combinada à democratização dos meios de comunicação com a garantia da mais irrestrita liberdade de expressão. Propunha reativar mecanismos de política científica, tecnológica e industrial diante da disseminação da internet e do avanço da comunicação móvel.

Em 2006, na campanha para a reeleição de Lula, a comunicação, ao lado da cultura, da ciência e da tecnologia foi apresentada como instrumento de desenvolvimento e de democracia. O PT assegurou que “será garantida a democratização dos meios de comunicação, permitindo a todos o mais amplo acesso à informação, que deve ser entendida como um direito cidadão.” E garantiu que o Governo continuaria a se relacionar de forma democrática com os meios de comunicação. Apresentou a proposta de um novo modelo institucional para as comunicações (com ênfase no caráter democratizante e no processo de convergência tecnológica).

Ainda em 2006, o partido formulou um Caderno Setorial de Comunicação e Democracia, apresentado à coordenação de campanha em que defendia: a democratização dos meios de comunicação no contexto do aprofundamento da democratização da sociedade brasileira e da promoção das justiça sociais e econômicas. Mas também apontava a importância econômica do setor e seu potencial de induzir a redução de disparidades regionais e sociais com a convergência tecnológica, a proliferação dos meios digitais.

Este documento se pautou pelo conceito constitucional de comunicação centrada em três sistemas: o estatal, o público e o privado. Defendia um marco regulatório com uma Lei





Geral de Comunicação Eletrônica e a criação de uma rede de rádios e TVs institucionais que possibilitasse a municipalização da produção.

O PT já defendia uma Política Pública de Inclusão Digital “reconhecida como estratégia de desenvolvimento e aprofundamento da democracia o que pressupõe incorporar o uso das tecnologias no cotidiano, desenvolvendo habilidades, conteúdos, interação social em rede e garantia de direitos para a população de baixa renda”. A PPID também visava o aprofundamento da democracia possibilitando o acesso à informação e à comunicação são direitos essenciais de cidadania.

Em 2007, no 3º Congresso do PT a democratização das comunicações foi reafirmada como um dos seis eixos básicos da do programa partidário. A Tarefa fundamental do PT seria a de garantir a existência dos sistemas estatal e público de comunicação e no campo da radiodifusão comunitária, defender a adoção de uma política clara, criando condições para que um número cada vez maior de localidades possam contar com essas emissoras, multiplicando os canais de expressão, potencializando a circulação das informações e fornecendo conteúdos.

Apresentava como tarefas para o período na área da comunicação (a) a convocação da 1ª Conferência Nacional de Comunicação Social e (b) a articulação das ações governamentais em educação, cultura e comunicação. O PT deveria trazer para o projeto nacional de desenvolvimento uma “forte política nacional de inclusão digital, como necessidade contemporânea do seu compromisso com uma revolução na educação, bem como para a democratização dos meios de comunicação.”

Os meios de comunicação alternativos foram reconhecidos como instrumento necessário ao lado da participação dos movimentos sociais na construção de um bloco histórico que defenda na sociedade o projeto democrático popular para sustentar o “projeto de mudanças, de rompimento com a dominação conservadora”. Apontou também que a democratização da sociedade requeria tanto uma luta contra os monopólios da comunicação como a reforma do sistema político, eleitoral e partidário.

Reafirmava a necessidade que os meios de comunicação estivessem afinados com as políticas de educação para incentivar “sedimentação de uma cultura de igualdade, com respeito às mulheres e sua diversidade”, na política de direitos humanos e na superação da opressão de raça, gênero e classe.

Em 2008, a 1ª Conferência Nacional de Comunicação do PT defendeu a convocação de uma Conferência Nacional de Comunicação, democrática e participativa, para discutir um novo marco regulatório, os processos de convergência tecnológica e a democratização do setor. Apresentou a defesa de diversas iniciativas para o fortalecimento da Radiodifusão Comunitária





e para a democratização e transparência dos processos de concessão de canais de rádio e TV. Propôs a criação de um órgão autônomo com poder de regular e fiscalizar as concessões de radiodifusão. Defendeu a articulação e ampliação dos programas governamentais relativos à inclusão digital, com universalização do acesso e construção de uma infra-estrutura pública de telecomunicações, inclusive com a regulamentação do mercado de banda larga, de maneira a garantir caráter público ao serviço, com acesso gratuito ou a baixo custo.

Em 2009, o PT apresentou a resolução sobre a estratégia petista na CONFECOM propondo a construção de um marco regulatório democrático como centro da estratégia, tratando a comunicação como área de interesse público, criando instrumentos de controle público e social e considerando a mudança de cenário provocada pelas tecnologias digitais. O PT declarou que lutaria para que as demais ações estatais nessa área promovessem a pluralidade e a diversidade, o controle público e social dos meios e o fortalecimento da comunicação pública, estatal, comunitária e sem finalidade lucrativa e combateria os monopólios e todos os desvios do sistema atual.

O PT defendeu quanto ao Marco Regulatório, o Controle público e social, a manutenção de arquitetura aberta e não proprietária para Internet; ampliação da potência para universalizar o acesso; criação de fundo público de apoio às rádios; a paridade racial de gênero na publicidade.

Em 2010, o programa de Dilma propunha transformar o Brasil em potência científica e tecnológica sendo que a inclusão digital “ocupará um lugar importante, com a extensão da banda larga para todo o País, em especial para as escolas” e a “valorizar a cultura nacional, dialogar com outras culturas, democratizar os bens culturais e favorecer a democratização da comunicação.” Que entre outras medidas garante “o favorecimento da comunicação, livre e plural, capaz de refletir as distintas expressões da sociedade brasileira.”

Análise de conjuntura

Em duas décadas e meia de redemocratização, o Brasil aboliu a censura, aprovou um capítulo inédito para a Comunicação Social na Constituição Federal, escreveu, com participação popular, uma das legislações de televisão a cabo mais avançadas do mundo, construiu um novo marco regulatório para as telecomunicações, instituiu oficialmente o serviço de radiodifusão comunitária, implantou um modelo democrático de governança na internet e incorporou velozmente as novas mídias.

Esse cenário histórico recebeu um aporte importante durante os dois mandatos do ex-presidente Lula, que debateu de forma pública o processo de introdução da tecnologia de televisão





digital, a regulação do conteúdo audiovisual, a classificação indicativa e a criação de uma rede de emissoras públicas. Realizou a 1ª Conferência Nacional de Comunicação e discutiu com a sociedade o Marco Civil da Internet e a reforma da legislação do direito autoral.

Com a Presidenta Dilma, é fundamental agora aprofundar e dar continuidade ao processo democrático de revisão do arcabouço regulatório da área das comunicações e de políticas públicas que promovam a inclusão social dos brasileiros, a diversidade cultural e o desenvolvimento econômico dos setores envolvidos no processo de convergência tecnológica.

O conhecimento e o diálogo estão alcançando um número maior de pessoas, mas a tarefa de levar estas novas tecnologias de informação e comunicação a toda sociedade ainda está por ser feita, sob pena de o ambiente digital ampliar – ao invés de reduzir – as desigualdades entre aqueles que têm cada vez mais conhecimento, cada vez mais participação, e aqueles que ficam alijados do processo de desenvolvimento. Nosso País precisa urgentemente saltar sobre esse fosso da exclusão e ter como Norte a universalização do acesso aos serviços e conteúdos das comunicações.

Além de garantir a produção e circulação de conteúdo nacional e o acesso às novas redes, o PT precisa contribuir para que estes instrumentos cumpram sua função social: aproximar culturas e mediar o diálogo nacional. A homogeneidade da comunicação de massa está cedendo lugar à diversidade cultural das trocas simbólicas. Se até então éramos ligados apenas por uma maneira de ver e ouvir, agora temos também a oportunidade de falar, de comunicar, de interagir. Essa é a grande complexidade do desafio que se coloca ao novo arranjo institucional das Comunicações, que precisa contemplar uma dupla responsabilidade: induzir o desenvolvimento sustentável e desconcentrado dos setores econômicos, enquanto promove e protege a diversidade cultural e a liberdade de expressão.

O panorama atual da área das comunicações no Brasil revela que temos muito trabalho a ser feito. Ao olharmos para os rincões do Brasil ainda conseguimos enxergar claramente essa divisão sócio-cultural do País. A Nação dos 17 milhões de domicílios com acesso à internet com banda larga e dos 11,3 milhões de assinantes de TV paga convive com habitantes que estão submetidos a um regime de informação do século passado. É sempre bom lembrar que apenas 4,5% dos municípios brasileiros recebem o sinal de mais de uma emissora de televisão local. Somente metade das localidades possui acesso à rede mundial de computadores e metade dos brasileiros afirma que nunca acessou a internet. Na maior parte de nossas cidades, sem cinema e sem livraria, o rádio e o jornal são as principais fontes de informação dos cidadãos sobre sua realidade. E a televisão é, praticamente, a única fonte de entretenimento e lazer. O que faz com que seja ainda mais importante que a televisão brasileira se atualize para operar fora do paradigma da integração vertical em um mercado globalizado e diversificado no qual a Comunicação é percebida como um direito social tão importante quanto qualquer outro.





No que se refere ao mercado, é essencial que o PT apóie o reordenamento econômico da área das comunicações diante dos novos modelos de negócios e de práticas concorrenciais sintonizadas com esta alteração do modo como consumimos conteúdo de informação e comunicação.

A convergência tecnológica, as mudanças nos modelos de negócio e a crescente importância dos conteúdos digitais criativos não garantem, por si só, que o setor das comunicações deixará de tender para a concentração e o oligopólio. Muito pelo contrário: o cenário mundial mostra uma crescente concentração de propriedade entre grupos transnacionais, o que inclui a fusão entre grupos tradicionalmente ligados à produção de conteúdos e grupos tradicionalmente ligados às telecomunicações.

É por isso que o PT afirma seu compromisso com a cultura como bem comum, o que impõe a nós a tarefa de mobilizarmos a sociedade por uma nova legislação dos direitos de autor e propriedade intelectual que corrija essa tendência de concentração de poder sobre os bens simbólicos distribuídos por esses conglomerados.

Vale saber que pequenas células de desenvolvimento de inovação, abertas ao experimentalismo e ao compartilhamento de técnicas e ideais, geram produtos novos, que escapam à lógica do lucro e à capacidade de replicação dos grandes conglomerados de comunicação. O Partido dos Trabalhadores precisa ajudar nosso governo a inserir esses milhares de realizadores de conteúdo audiovisual e digital, sejam eles indivíduos, empresas ou agentes organizados em coletivos, dentro de um mercado que é cada vez mais global e multiplataforma, e no qual se desenvolvem diversos modelos de negócio além dos tradicionalmente engendrados pelas indústrias culturais.

Além de regular os oligopólios com o objetivo de criar condições de entrada de novos atores no mercado, precisamos pensar formas de induzir as empresas já instaladas no Brasil a aproveitar sua capacidade para projetar internacionalmente organizações, produtores e desenvolvedores independentes de conteúdo nacional, estimulando também as práticas solidárias e novos modelos de negócio que surgem a cada dia.

No terreno da distribuição e da livre circulação dos conteúdos, a hora é de incorporar uma nova visão sobre a democracia e a esfera pública. Se no início do século passado governar era abrir estradas, agora é o momento de construir o sistema viário da informação, que são as “estradas” digitais, combinando tal tarefa com o fomento à produção de conteúdos brasileiros que naveguem por essas “estradas”.

O acesso às redes de telecomunicações é o grande trunfo estratégico do Estado para inserir nossa economia e nossos cidadãos na era da sociedade do conhecimento, mas precisamos pavimentar de forma coordenada as cidades digitais que teremos amanhã





e garantir que brasileiros de todas as origens e classes sociais habitem e utilizem essas cidades em igualdade de condições. Se nos últimos 100 anos a democracia lutou pela garantia de liberdade de expressão e manifestação do pensamento, teremos que adicionar a esta demanda permanente o direito à comunicação.

Compromissos do PT com a Comunicação

O Partido dos Trabalhadores entende que deve contribuir na elaboração e na implantação de políticas de universalização do acesso aos diferentes serviços de comunicação – em especial à internet em banda larga, que deve ser entendida como um serviço essencial, ao qual todo cidadão tem direito, independentemente das disparidades sociais e regionais. Para tanto, é necessário:

- Fortalecer o papel regulador do Estado no setor de telecomunicações, de modo a promover e proteger a diversidade cultural brasileira, ampliar o intercâmbio cultural com todos os povos do planeta, possibilitar maior competição entre agentes de mercado, redução do preço ao usuário, aumento da qualidade e multiplicação dos investimentos privados na infraestrutura que dará suporte às demandas de um Brasil efetivamente conectado. Aprofundar políticas públicas que garantam o acesso das populações de baixo poder aquisitivo ou de regiões distantes das grandes cidades aos serviços de comunicações. Para tanto, o Estado deverá garantir recursos para equipamentos públicos de acesso, provimento do serviço e terminais.
- Ampliar o investimento em grandes redes radiodifusão pública e de telecomunicações, a exemplo da EBC e da Telebrás, que fujam da lógica imediatista de mercado, podendo assim voltar a sua atuação a regiões e públicos de menor potencial econômico; atender aos órgãos da administração pública, o que, além de gerar impactos econômicos positivos, potencializa os resultados dos mais diferentes serviços básicos, da educação à segurança e à saúde, e tornarem-se alternativas às redes privadas, gerando competição e pluralidade.
- Garantir que o Sistema Brasileiro de Televisão Digital, em parte desenvolvido em nossos laboratórios e já adotado por diversos países, realize todo o seu potencial inovador por meio do *middleware* Ginga – ou seja, que ele de fato utilize recursos interativos que demandem produção local e induzam à inclusão digital.
- Afirmar a radiodifusão como um serviço público, de caráter universal, aberto e de alta relevância social.
- Criar um ambiente normativo para o mundo digital que, por um lado, garanta os direi-





tos individuais do cidadão, bem como possibilite o acesso isonômico aos conteúdos e aplicações.

- Mobilizar o PT no debate e na aprovação do Marco Civil da Internet que se encontra no Congresso Nacional e na elaboração de um novo projeto para tipificar crimes e delitos cometidos no ciberespaço.
- Defender a revisão da legislação referente ao Direito Autoral e Propriedade intelectual, considerando a cultura como bem comum e o nosso compromisso com a democratização da produção, fruição e acesso aos bens e serviços culturais.
- Consolidar um sistema público de rádio e televisão, apoiar e descriminalizar a radiodifusão comunitária e dotar os processos de outorga de radiodifusão de mecanismos de transparência e de critérios objetivos.
- Vedar a concessão e permissão de outorgas de radiodifusão a políticos e ocupantes de cargos públicos em exercício da função bem como formas de concentração empresarial, a exemplo da propriedade cruzada, que levem ao abuso de poder econômico.
- Democratizar a distribuição das verbas públicas de publicidade visando o estímulo à pluralidade de fontes de informação nas diferentes esferas da federação.
- Participar do diálogo da sociedade com os governos na elaboração das políticas de comunicações por meio da criação de conselhos de comunicação em todos os estados da federação e no Distrito Federal, fortalecimento do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional e dos processos participativos nacionais que envolvam todos os entes federados realizando a II Conferência Nacional de Comunicação.
- Afirmar um novo paradigma de políticas públicas de estímulo ao desenvolvimento cultural, que alie o fortalecimento das empresas brasileiras ao desenvolvimento regional, que encontre espaço para a produção destinada ao mercado de massas, sobretudo internacional, aos processos criativos que operam segundo os princípios da Economia Solidária e fortalecem os laços de pertencimento comunitário.

As grandes mudanças necessárias para a implantação de uma agenda estratégica para as comunicações no Brasil, contudo, ainda são barradas pelo anacronismo de nosso atual marco regulatório. No que se refere ao rádio e à televisão, nossa legislação atual data dos anos 1960 e não foi atualizada a ponto de regulamentar os artigos da Constituição Federal que tratam, por exemplo, da produção regional e independente e da vedação ao monopólio e aos oligopólios. No que se refere a telecomunicações, a legislação foi construída a partir de um modelo gestado antes da revolução digital, que aboliu as fronteiras entre os diferentes serviços e as diferentes redes.





Nesse sentido, é necessário criar um novo marco regulatório para as comunicações no Brasil que venha a substituir as atuais normas sobre telecomunicações e sobre radiodifusão. Este novo marco deverá ter entre seus princípios:

- a. A liberdade de expressão e de imprensa e a vedação à censura;
- b. A garantia dos direitos do cidadão, da infância e da adolescência;
- c. A pluralidade de fontes de informação;
- d. O fortalecimento da cultura brasileira;
- e. O fortalecimento da indústria nacional criativa, especialmente a produção audiovisual independente.
- f. O direito de acesso às redes de comunicação;
- g. O apoio às redes públicas e comunitárias de comunicações;
- h. A participação social na elaboração de políticas de comunicação, por meio de instâncias democráticas e representativas do conjunto da sociedade; e
- i. O desenvolvimento econômico regional e a desconcentração de oportunidades de negócio.

A comunicação que temos hoje está longe da que precisamos para enfrentar os novos desafios. É urgente provocar a ampliação do debate sobre esse Marco Regulatório. Isso foi iniciado com a I Conferência Nacional de Comunicação, em 2009, mas precisa continuar envolvendo o Partido, os Movimentos Sociais, o Congresso Nacional e o Poder Executivo.

Precisamos do debate público para sedimentar consensos na área das comunicações.

Precisamos de um novo marco legal para acordar as regras da transição que está em curso.

Precisamos da democracia para garantir a visibilidade da diversidade e da pluralidade de nossa cultura.

Precisamos dos cidadãos e das organizações sociais para injetar nas instituições brasileiras, seja na mídia, na sociedade ou nos governos, a idéia de que compartilhar é preciso.

Por fim, precisamos retomar a mobilização histórica do PT em torno da pauta da comunicação para que os meios não se tornem fins em si mesmos, mas pontes que ligarão a informação ao conhecimento, a democracia à diversidade, a cidadania à cultura. Mais do que a mera convergência tecnológica, é preciso forjar as bases de uma verdadeira convergência de anseios sociais por um Brasil soberano e socialmente justo.





ABCCOM – 10 Anos de Luta pela Democracia na TV Brasileira

A Associação Brasileira de Canais Comunitários – ABCCOM, que representa os canais comunitários de televisão, todos dirigidos por organizações não governamentais, sem fins econômicos, criados pela Lei nº 8.977, de 6/01/95, completou dez anos em julho, com mais de 40 canais filiados, dentre os cerca de 60 canais comunitários existentes no país.

Nesse período, a ABCCOM realizou sete congressos e participou ativamente de todos os fóruns de luta pela democracia informativa no país, especialmente do primeiro e segundo Fóruns Nacionais de TVs Públicas, em parceria com a ABTU, ABEPEC e ASTRAL, e da primeira Conferência Nacional de Comunicação. Atualmente, a ABCCOM está presente na Frente Parlamentar Mista de Cultura, dirigida pela deputada federal Jandira Feghalli, e na Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e o Direito à Comunicação, coordenada pela deputada federal Luiza Erundina.

Em 3 de março deste ano, a ABCCOM protocolou uma carta à presidenta Dilma Rousseff sobre a situação vivida pelos canais comunitários no tocante a sua sustentação financeira, questão decisiva para a produção de conteúdo e sua viabilidade técnica: não contam com nenhuma verba orçamentária pública, como ocorrem em países da Europa, EUA e Canadá; e, ao mesmo tempo, são impedidos de comercializarem seus espaços publicitários, por meio de uma norma técnica da Anatel como o fazem os demais canais comerciais. No documento, a ABCCOM solicitou uma audiência e uma entrevista coletiva com a presidenta, mas ainda não foi atendida.

Ainda no documento, a ABCCOM solicitou algumas das mais importantes reivindicações dos canais comunitários de televisão:

1. Que as TVs comunitárias sejam também veiculadas, como acontece nas TVs por assinatura a cabo, nas demais modalidades de TVs por assinatura, como MMDS (microondas) e DTS (satélite);
2. Que as TVs comunitárias sejam carregadas pelas televisões geradas para meios móveis de telecomunicações, como os celulares, smartphones, etc.
3. Que uma das bandas (são tecnicamente viáveis na 4 ou na 5) do Canal da Cidadania, na TV digital, sob a responsabilidade do Ministério das Comunicações, seja utilizada para carregar as programações dos atuais canais comunitários, abrindo seu conteúdo para efetivamente atingir as “comunidades”;





4. Que seja encaminhada pelo Poder Executivo uma proposta ao Congresso Nacional, a partir das decisões da 1ª Confecom – Conferência Nacional de Comunicação, de criação de um Fundo Nacional de Apoio e Desenvolvimento da Mídia Comunitária;
5. Que seja ampliada, em volume de recursos e em quantidade de canais contemplados, a participação dos canais comunitários no bolo publicitário do governo federal;
6. Que sejam criados programas específicos no âmbito do Ministério da Cultura para que os canais comunitários possam desenvolver suas próprias produções;
7. Que seja regulamentada a publicidade nos canais comunitários, dando chance para as médias, pequenas e micro empresas também de se utilizarem “comerciais”, impedidas que estão pelos custos proibitivos nas redes de TVs comerciais e, com isso, ajudarem no aporte de recursos para a modernização e desenvolvimento da mídia comunitária.

Em nova carta em julho, a ABCCOM solicita vários vetos à presidenta Dilma ao PLC 116, que autoriza as empresas de telecomunicações a entrarem no mercado de TVs por Assinatura, mas novamente não foi atendida. Assim, a nova Lei 12.485, oriunda do PLC 116, sufoca ainda mais as TVs Comunitárias e a produção nacional, além de desnacionalizar o parque brasileiro de TVs por Assinatura. A nova lei não prevê nenhuma forma de sustentação dos canais comunitários e em seu parágrafo 5º, artigo 32, proíbe a publicidade nos canais comunitários.

A nova lei, na verdade, promove grave desregulamentação de um setor que, desde 1995, vem buscando - a duras penas e sem respaldo de um Fundo Público de Apoio à Comunicação Comunitária - constituir-se como alternativa comunicacional em sintonia com o disposto no Capítulo V, da Comunicação Social, da nossa Constituição, tendo como missão difundir a pluralidade, a diversidade, a defesa da brasilidade e os interesses do povo trabalhador.

Em 12 e 13 de setembro, em seu sétimo Congresso Nacional, realizado no Senado Federal, a ABCCOM e seus canais filiados reiteiraram suas principais bandeiras de luta e novamente enviaram suas decisões à presidenta Dilma Rousseff e aos ministros Gilberto Carvalho, Paulo Bernardo e Helena Chagas. A ABCCOM e canais filiados aguardam convite do governo para implantar no país uma política de mídia comunitária que beneficie o povo brasileiro.

Contatos:

31.88140876

didi@tvcbh.com.br

www.abccomorg1.webnode.com





Contribuições para o Seminário de Comunicação do PT

Democracia e Liberdade de Expressão

Nascida de amplo acordo político, a Constituição de 1988 marcou o processo de redemocratização e ofereceu à sociedade a mais abrangente Carta de direitos individuais e coletivos que o país conheceu. Dentre eles, restituiu, com a devida ênfase, o direito à liberdade de expressão, de imprensa e de opinião, após o longo tempo de censura. Durante os 27 anos que se seguiram, fomos capazes de alcançar significativos avanços políticos, sociais e econômicos. A imprensa brasileira, independente e vigilante, desempenhou papel fundamental para essas conquistas.

Modelo Federativo da Radiodifusão

Diante das características geográficas e sócio-econômicas do Brasil, o modelo de radiodifusão desenvolvido aqui, e praticado com sucesso há mais de 50 anos, segue o conceito de Redes de Programação Básica. Esse sistema permite a distribuição de conteúdo audiovisual a partir de grandes centros de produção, dotados de infraestrutura tecnológica de ponta e de mão-de-obra altamente qualificada, a milhares de emissoras regionais e locais.

Essas emissoras, em geral pequenas empresas, combinam o conteúdo nacional à programação produzida localmente. Dessa forma, é possível integrar um país de dimensões continentais, refletindo diferentes realidades e costumes, valorizando-os e reproduzindo-os para milhões de pessoas, sem perder o “olhar” regional e local.

Além das 512 geradoras e das 10.266 retransmissoras de TV, o sistema de radiodifusão conta com mais de 4,3 mil emissoras comerciais, AM e FM. A sustentabilidade econômica deste segmento provém de múltiplos anunciantes, em sua maioria, pequenas e médias empresas que compram espaços locais, a um custo adequado a sua realidade financeira, alcançando público-alvo, melhorando suas vendas e gerando empregos.

Marco Regulatório das Telecomunicações e da Radiodifusão

A radiodifusão é um dos setores empresariais mais regulados no país. São inúmeros os diplomas legais que impõem regras e obrigações de toda ordem às emissoras. Parte considerável delas em vigor desde os anos 1960.





Apesar disso, não se deve considerar defasado por completo o atual marco legal, mas atualizá-lo, adequando-o à nova realidade tecnológica da Internet e das mídias digitais, e respeitando princípios constitucionais.

Como premissa indiscutível, defendemos que as novas regras devem seguir preceitos democráticos como o da livre iniciativa e da mais ampla liberdade de expressão - pilares da democracia consolidada no país.

Uma questão de suma importância para a Abert é o cumprimento do Artigo 222 da Constituição Federal, que limita em 30% a participação de capital estrangeiro em empresas jornalísticas em atividade no país. Infelizmente, esta norma tem sido amplamente desrespeitada por empresas estrangeiras que produzem conteúdo jornalístico e exploram o mercado publicitário brasileiro, sobretudo na internet.

Enfim, o grande desafio é olhar para o futuro. É contribuir para que o Brasil possa acompanhar a evolução tecnológica, sem comprometer a sua soberania na produção, programação e distribuição de conteúdo no mercado interno.

Discutir temas como propriedade cruzada, por exemplo, significaria um retrocesso. Vários países, dentre eles, os Estados Unidos estão flexibilizando esta regra. No Brasil, as empresas de telecomunicações já prestam serviços de TV por assinatura, e grupos se unem para ofertar todos os tipos de produtos. Empresas de telecomunicações internacionais atuam nos mercados de telefonia fixa, móvel, banda larga, televisão por assinatura, rádio (por arrendamento), e ainda televisão e jornalismo pela internet.

Por que distinguir esses grupos de telecomunicações as empresas de mídia tradicional no Brasil? Na era da convergência, mais do que uma tendência, é uma necessidade real que grupos empresariais de comunicação adotem o modelo multimídia, do contrário, torna-se impossível competir no mercado.

Por fim, reiteramos a nossa disposição em contribuir para o debate amplo sobre novas regras, desde que estas permitam consolidar o arranjo democrático e a soberania, valorizar a indústria audiovisual nacional, como atividade estratégica ao desenvolvimento econômico e social, e fortalecer o modelo federativo de rádio e televisão no Brasil.

www.abert.org.br





Novos rumos para a produção audiovisual brasileira

O ano de 2011 entrará para a história como um divisor de águas do mercado audiovisual brasileiro. Tal relevância deve-se à aprovação e sanção da nova regulamentação dos serviços de acesso condicionado (Lei 12.485/2011), após cerca de cinco anos de tramitação do Projeto de Lei correspondente no Congresso.

Esta conquista, amplamente reivindicada e apoiada pela indústria audiovisual, significa o início de uma revisão obrigatória do arcabouço legislativo das comunicações como um todo, tornando urgente o debate acerca de um novo marco regulatório, uma vez que a Lei implicará numa série de mudanças nos modos de produzir, distribuir e acessar o audiovisual, especialmente no que se refere ao audiovisual brasileiro.

Para início de conversa, é preciso lembrar que a comunicação constitui uma importante área de interesse público sendo, portanto, passível de regulação pela sociedade. Os meios de comunicação permitem a expressão das identidades e experiências sociais do nosso país, e possuem amplo potencial de trocas simbólicas, podendo funcionar como poderosas ferramentas de uso social e expressão da qualidade e competência pela produção audiovisual brasileira.

Este potencial, no entanto, cedeu lugar durante muitos anos à homogeneidade da comunicação de massa, em função da falta de mecanismos regulatórios que garantissem um equilíbrio maior das forças de mercado. O resultado foi o estabelecimento de um duelo econômico e político desigual entre as emissoras de televisão e os demais agentes da cadeia audiovisual, onde o principal prejudicado foi o cidadão brasileiro, que passou grande parte do tempo divorciado da produção audiovisual nacional, e refém dos oligopólios e suas regras e serviços.

Tal cenário reflete a complexidade do desafio que se impõe à construção de uma indústria audiovisual mais avançada e moderna. Segundo a Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural, proposta pela UNESCO em 2001, cada Estado deve, respeitando suas obrigações internacionais, definir sua política cultural e aplicá-la, utilizando os meios de ação que se julguem mais adequados, quer por apoios concretos, quer por marcos regulatórios apropriados. O ano de 2001 foi marcado também pela publicação da MP 2.228-1/01, que criou a Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e definiu novas regras e incentivos o audiovisual brasileiro, ressaltando o seu aspecto industrial. Esta Medida Provisória teve grande importância, porém sua publicação ocorreu numa época na qual meios de comunicação como a Internet e a TV Paga ainda não eram enxergadas como oportunidades significativas e comerciais para a produção nacional independente, ficando portanto sem a devida atenção.





Assim, as políticas culturais podem funcionar como um modo de ordenação de estruturas culturais independentes e passíveis de regulamentação. Mais do que garantir a livre expressão cultural, uma política cultural deve dispor de instrumentos que garantam a participação de expressões marginalizadas no sistema dominante, levando em consideração os potenciais e diferenças socioculturais existentes.

A importância de uma prática audiovisual mais democrática soma-se ao potencial econômico e social que está por trás das novas tecnologias da produção e do acesso ao audiovisual. O acesso à Internet e o barateamento dos dispositivos de produção mudaram radicalmente a forma de se relacionar com o audiovisual, principalmente no que se refere aos direitos coletivos.

Neste sentido, ganharam importância as instituições mediadoras entre o Estado, o setor privado e a sociedade na proposição de políticas e na defesa dos interesses de grupos específicos, a exemplo da Associação Brasileira de Produtoras Independentes de Televisão (ABPI-TV),¹ cuja atuação desde o ano de 1999 tem sido determinante no fortalecimento e desenvolvimento da produção audiovisual independente, por meio de ações tais como o projeto Brazilian TV Producers,² que há 7 anos projeta internacionalmente organizações, produtores e desenvolvedores independentes de conteúdo nacional, e o evento RioContentMarket, que se consolidou em 2011 como o maior mercado de conteúdo audiovisual da América Latina.

Os projetos da ABPI-TV dialogam fortemente com a integração entre as telecomunicações, a informática, a educação e a cultura, uma vez que contribuem para a criação de condições favoráveis ao crescimento da capacidade de produção do mercado brasileiro. Assim, a articulação destes projetos com ações governamentais servirá de base para ações ainda mais estruturantes e condizentes com uma legislação tão avançada das comunicações, como a que está se desenhando no Brasil.

O plano de expansão da banda larga, o avanço da comunicação móvel, a tecnologia de televisão digital e interativa, e a convergência tecnológica, são elementos que resultam também na inserção de novos agentes no mercado audiovisual, criando necessidades contemporâneas que demandam uma política de desenvolvimento econômico e desconcentração de oportunidades de negócio.

A partir do novo cenário que se apresenta, temos em mãos a possibilidade de reduzir

1 - Maiores informações sobre a associação podem ser encontradas em www.abpity.com.br.

2 - O programa Brazilian TV Producers constitui uma parceria entre a ABPI-TV e a Apex-Brasil, a Secretaria do Audiovisual e a EBC/TV Brasil. Maiores informações sobre o programa podem ser encontradas em www.braziliantvproducers.com.





as desigualdades no acesso ao conhecimento e à produção audiovisual brasileira, por meio da garantia da produção e circulação do conteúdo nacional. Ao mesmo tempo, vivemos ainda numa realidade onde um grupo minoritário de aproximadamente 12 milhões de assinantes de TV Paga convive com uma parcela significativa da população que encontra na TV Aberta sua única fonte de entretenimento e informação.

O caminho é longo, e há muito trabalho a ser feito, considerando o reordenamento econômico em curso, e os novos modelos de negócios que estão surgindo. Neste sentido, precisamos de um novo marco legal que atue de forma mais eficaz nas duas pontas da cadeia produtiva, no que diz respeito tanto ao fomento à produção de conteúdos brasileiros, quanto à consolidação de um sistema sólido de radiodifusão e de telecomunicações, que garanta maior acesso ao patrimônio mais rico que um país pode possuir: sua indústria nacional criativa.

www.abpitr.com.br





Marco Regulatório e a democratização da comunicação

Por José Sóter

Desde a criação do primeiro jornal brasileiro, que era publicado na Inglaterra, em 1808, (Correio Braziliense) que a comunicação vem acompanhando e interferindo na condução da construção de uma nova sociedade. Desde sempre foi tratada como sendo um alvo a ser atingido ou rechaçado. Tornou-se sinônimo de democracia e de tirania. Porém, nunca foi de domínio público, sendo sempre concentrada nas mãos de algumas poucas famílias que se dedicaram a compreendê-la e a domá-la, transformando-a em um instrumento de dominação e de troca de favores.

Podemos fazer uma alusão simplória da regulação da comunicação no Brasil com um barraco de quarto e cozinha que foi se expandindo em puxadinhos à medida que a família ia crescendo. Pois assim é a legislação sobre as comunicações no país. Um emaranhado de decretos, portarias, normas, instruções e outros tipos de regulamentos que foram criados à medida que os interesses dos investidores se manifestaram sem qualquer sintonia com o cidadão, mero consumidor.

Com o tempo foi passando também as tecnologias dessa comunicação: do linotipo às redes sociais. Do primeiro jornal para a primeira rádio, para a primeira televisão, para a primeira internet, para a primeira banda larga, para o primeiro celular, para o primeiro videofone...

Por isso, chegou-se o tempo da reforma naquele pequeno barraco que teve tantos "puxadinhos". E, analogicamente, é preciso levar abaixo esse "barraco" para se construir um novo em novas e sólidas bases. É preciso zerar a regulação existente e fazer surgir em seu lugar uma nova e robusta regulação que contemple os mais sensíveis desejos democráticos. Para acabar com os puxadinhos temos que elaborar uma proposta clara, transparente, democrática.

Para isso faz-se necessária uma estrutura legal que contemple do mais geral para os mais específicos, traçando uma teia a partir de um "tronco" único para as comunicações, com tudo que possa ser comum a todos e a partir daí tratar-se das especificidades. O ramo das teles, o ramo da internet, o ramo da radiodifusão. No ramo da radiodifusão, a contemplação do artigo 223 da CF, com um "tronco" do que é comum à radiodifusão e as especificidades da radiodifusão pública, radiodifusão privada e da radiodifusão estatal. Na radiodifusão pública, mais uma ramificação para





a radiodifusão pública estatal e para a radiodifusão pública não estatal, em qual se alocam as rádios comunitárias.

Assim, acredito que possamos limpar a área do barraco e seus puxadinhos e construir no local um belo edifício da democracia das expressões e da liberdade de comunicar-se inerente ao homem.

Como proposta de regulação específica para as rádios comunitárias apresento o que é fundamental para o fortalecimento do segmento, por meio do Projeto de alteração da lei 9612/98:

Projeto de lei...

Altera a Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Denomina-se serviço de radiodifusão comunitária o serviço público de radiodifusão, executado por entidade associativa, sem fins lucrativos, legalmente constituída, com a finalidade de promover informação, cultura, educação, lazer e desenvolvimento local, garantindo-se a participação dos diferentes grupos sociais e membros da comunidade em que está inserido.

Parágrafo único. O serviço de radiodifusão comunitária obedecerá aos preceitos desta Lei e, no que couber, ao disposto no art. 223 da Constituição, não se aplicando ao tema a Lei 9.472/98, e demais disposições legais.

Art 2º REVOGADO (passou para o Parágrafo Único do artigo 1º)

Art. 3º. O Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a:

- I - dar oportunidade à difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;
- II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;
- III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;
- IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;





V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível

VI - promover o desenvolvimento local.

Art. 4º. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;

II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;

III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;

IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.

§ 1º. É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.

§ 2º. As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultâneas em matérias polêmicas, divulgando, sempre, as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

§ 3º. Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à Direção responsável pela Rádio Comunitária.

§ 4º. A entidade autorizada a explorar o serviço deverá instituir um Conselho Comunitário, composto por no mínimo cinco pessoas representantes de diferentes segmentos da comunidade local, tais como associações de classe, beneméritas, de moradores, de áreas de atuação, desde que legalmente constituídas, com o objetivo de acompanhar a programação da emissora, com vista ao atendimento do interesse exclusivo da comunidade e dos princípios estabelecidos neste artigo.

Art. 5º. As características técnicas de cada estação do serviço de radiodifusão comunitária serão definidas de acordo com as especificidades do local de instalação e a comunidade a ser abrangida, assegurando-se, no mínimo, a designação de três canais entre as frequências 88 a 108 mhz, observando-se o zoneamento de radiofrequências na localidade





a ser abrangida pelo serviço, com potência estabelecida em até 300 watts ERP.”.

Art. 6º. Compete ao Poder Concedente outorgar à entidade interessada autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária, observados os procedimentos estabelecidos nesta Lei e normas reguladoras das condições de exploração do Serviço.

§ 1º A outorga terá validade de dez anos, permitida a renovação por igual período, se cumpridas as exigências desta Lei e demais disposições legais vigentes.

§ 2º Autorizada a execução do serviço e, transcorrido o prazo previsto no art. 64, §§ 2º e 4º da Constituição, sem apreciação do Congresso Nacional, o Poder Concedente expedirá autorização de operação, em caráter provisório, que perdurará até a apreciação do ato de outorga pelo Congresso Nacional.

Art. 7º São competentes para executar o Serviço de Radiodifusão Comunitária as entidades associativas, sem fins lucrativos, desde que legalmente instituídas e registradas, sediadas na área da comunidade para a qual pretendem executar o serviço, e cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos e mantenham residência na área de atuação da entidade associativa.

Art. 8º REVOGADO (esta redação foi passada integralmente para o § IV do art 4º)

Art. 9º As entidades interessadas poderão encaminhar manifestação de interesse ao Poder Concedente, indicando a área onde pretendem executar o serviço.

§ 1º O Poder Concedente dará início ao processo seletivo, convocando todas as entidades associativas interessadas em executar o serviço por meio de avisos de habilitação.

§ 2º Os avisos de habilitação terão abrangência local, regional ou nacional.

§ 3º As entidades deverão apresentar, no prazo fixado, os documentos previstos no aviso de habilitação e manifestações em apoio à iniciativa, formuladas por entidades associativas e comunitárias, legalmente constituídas e sediadas na área pretendida para a execução do serviço, e por pessoas naturais ou jurídicas que tenham residência, domicílio ou sede nessa área e sejam associadas à entidade pleiteante.

§ 4º Se apenas uma entidade se habilitar para a prestação do serviço e estando regular a documentação apresentada, o Poder Concedente outorgará a autorização à referida entidade.

§ 5º Havendo mais de uma entidade habilitada para prestação do serviço, o Poder Concedente procederá à escolha da entidade levando em consideração o critério da representatividade, evidenciada por meio do número de associados e de manifestações de apoio encaminha-





das por entidades associativas sem fins econômicos com sede no município.

§ 6º. Havendo igual representatividade entre as entidades, proceder-se-á à escolha por sorteio.

§ 7º O encaminhamento da manifestação de interesse prevista no caput não assegurará nenhuma vantagem no processo seletivo.

Art. 10. A cada entidade será outorgada apenas uma autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Parágrafo único. É vedada a outorga de autorização para entidades prestadoras de qualquer outra modalidade de Serviço de Radiodifusão ou de serviços de distribuição de sinais de televisão mediante assinatura, bem como à entidade que tenha como integrante de seus quadros de sócios e de administradores pessoas que, nestas condições, participem de outra entidade detentora de outorga para exploração de qualquer dos serviços mencionados.

Art. 11 A entidade detentora de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária não poderá estabelecer ou manter vínculos que a subordinem ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais.

Art. 12. É vedada a transferência, a qualquer título, das autorizações para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Art. 13. A entidade detentora de autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária pode realizar alterações em seus atos constitutivos e modificar a composição de sua diretoria, sem prévia anuência do Poder Concedente, desde que mantidos os termos e condições inicialmente exigidos para a outorga da autorização, devendo apresentar para fins de registro e controle, os atos que caracterizam as alterações mencionadas, devidamente registrados ou averbados na repartição competente, dentro do prazo de trinta dias contados de sua efetivação.

Art. 14. Os equipamentos de transmissão utilizados no Serviço de Radiodifusão Comunitária serão pré-sintonizados na frequência de operação designada para o serviço e devem ser homologados ou certificados pelo Poder Concedente.

Art. 15. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária assegurarão, em sua programação, espaço para divulgação de planos e realizações de entidades ligadas, por suas finalidades, ao desenvolvimento.





Art. 16. Será permitida a formação de redes na execução do serviço de radiodifusão comunitária, observada a proporção em relação ao tempo total de programação, conforme definido em Regulamento.

Parágrafo único. São obrigatórias as transmissões para atender as situações de guerra, calamidade pública e epidemias, bem como as transmissões definidas em lei.

Art. 17. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária cumprirão tempo mínimo de operação diária a ser fixado na regulamentação desta Lei.

Parágrafo único. A entidade associativa deverá, obrigatoriamente, utilizar na sua identificação durante a execução do serviço o termo “rádio comunitária”.

Art. 18. As prestadoras do serviço de radiodifusão comunitária poderão veicular publicidade, limitada a 10% a cada hora de programação.

§ 1º. A publicidade de estabelecimentos com sede fora da área de execução do serviço deve limitar-se a quarenta por cento do tempo total destinado aos anúncios publicitários

§ 2º - Será instituído um fundo público para o desenvolvimento da radiodifusão comunitária para garantir o serviço e outras formas para a sustentabilidade do sistema

Art. 19. É vedada a cessão ou arrendamento da emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou de horários de sua programação.

Art. 20. Compete ao Poder Concedente estimular o desenvolvimento de Serviço de Radiodifusão Comunitária em todo o território nacional, podendo, para tanto, elaborar Manual de Legislação, Conhecimentos e Ética para uso das rádios comunitárias e organizar cursos de treinamento, destinados aos interessados na operação de emissoras comunitárias, visando o seu aprimoramento e a melhoria na execução do serviço.

§ 1º. O Poder Concedente fomentará a constituição de Conselhos de Comunicação locais ou regionais, que acompanharão o cumprimento das finalidades do serviço, fornecendo subsídios à atividade de fiscalização.

§ 2º. Cabe ao Poder Concedente assegurar que entidades associativas de minorias étnicas ou culturais, bem como comunidades indígenas, estejam representadas entre os executantes do serviço de radiodifusão comunitária.

§ 3º. Para atendimento às comunidades indígenas, será permitida a consignação de canal, observada a intervenção de órgão ou entidade pública competente para a representação dos índios.





Art. 21. Constituem infrações na operação das emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária:

- I - usar equipamentos fora das especificações autorizadas pelo Poder Concedente;
- II - transferir a terceiros os direitos ou procedimentos de execução do serviço;
- III - permanecer fora de operação por mais de trinta dias sem motivo justificável;
- IV - infringir qualquer dispositivo desta Lei ou da correspondente regulamentação;
- V - operação da emissora sem outorga Governamental

Parágrafo único. As penalidades aplicáveis em decorrência das infrações cometidas são:

- I - advertência;
- II - multa; e
- III - na reincidência revogação da autorização.

Art 22. REVOGADO.

Art. 23. Estando em funcionamento a emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária, em conformidade com as prescrições desta Lei, e constatando-se interferências prejudiciais nos demais Serviços regulares de Telecomunicações o/ou Radiodifusão, o Poder Concedente determinará a correção da operação e, se a interferência não for eliminada, no prazo estipulado, determinará a interrupção do serviço.

Art. 24. A outorga de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária fica sujeita a pagamento de taxa simbólica, para efeito de cadastramento, cujo valor e condições serão estabelecidos pelo Poder Concedente.

Art. 25. O Poder Concedente baixará os atos complementares necessários à regulamentação do Serviço de Radiodifusão Comunitária, no prazo de cento e vinte dias, contados da publicação desta Lei.

Art. 26 – Se institui o Conselho de Acompanhamento e Fiscalização dos Processos e Outorgas, composto por membros da sociedade, com a finalidade de acompanhar e fiscalizar os processos no Ministério e as entidades outorgadas e será regulado por regimento interno.

Art. 27 – O Ministério das Comunicações possui prazo de 180 dias após o protocolo da Manifestação de Interesse para abrir um novo aviso de Habilitação entendendo a comunidade solicitante, desde que haja condições técnicas.





Art. 28 – No prazo de 180 dias sem a conclusão do processo administrativo de outorga, a entidade receberá uma autorização precária de funcionamento e transmissão por parte do Ministério das Comunicações independente da fase de andamento do processo de outorga, que vigorará até a expedição da licença provisória ou definitiva.

Art. 29 – Não será implementado nenhum sistema de Rádio Digital no Brasil sem antes garantir que as Rádios Comunitárias tenham acesso a tecnologia apropriada para atender esse sistema de comunicação.

Art. 30 - É concedida anistia a todos quantos, até a data de entrada em vigor da alteração da Lei, tenham cometido ilícito ou infração penal consistente na instalação ou utilização de estação radiodifusora de baixa potência, de cobertura restrita, sem a devida autorização do Poder Público, praticada com a finalidade de executar o serviço de radiodifusão comunitária, principalmente os com base nos artigos 70 da Lei 4.117/62 e 183 da Lei 9.642/98.

§ 1º Para efeitos desta Lei, entende-se por radiodifusão comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, executada por associações sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço, compreendida “localidade” como sendo o território de um município.

§ 2º Estão incluídas no processo de anistia as penas acessórias.

Art. 31. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 32. Revogam-se as disposições em contrário.

Art. 33. Ficam revogados os arts. 2º, 8º e 22º da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, art. 70 da Lei 4.117/62, a Lei nº 10.597, de 11 de dezembro de 2002, o art. 19 da Medida Provisória nº 2.216-37, de 31 de agosto de 2001 e o Decreto 2.615/98. Brasília, 19 de fevereiro de 2008.

Décimo aniversário da Lei 9612/98

www.alquimidia.org/redeabraco





Contribuição da ABTA¹

O desenvolvimento das telecomunicações nas últimas décadas tem revolucionado, em velocidade frenética, os meios de comunicação. Os avanços da tecnologia, mais o extraordinário crescimento da indústria de entretenimento, informação e cultura, alargaram as possibilidades de acesso a esses meios.

Vivemos uma época de ouro das comunicações, mas o cenário tornou-se tão complexo quanto mutável, do ponto de vista de quem produz e também de quem consome e interage com a mídia, em suas inumeráveis formas.

Um breve exemplo: a explosão da Internet determinaria, como previram vários especialistas, o fim da mídia impressa tradicional. A previsão, no entanto, mostrou-se completamente equivocada: nunca se consumiu tantos jornais e revistas no Brasil. Em 2003, a cada dia, imprimiam-se 3,3 milhões de exemplares de jornais, segundo dados do Instituto Verificador de Circulação, IVC. Em 2010, este número saltou para 5,3 milhões. O mesmo IVC Indica que a circulação no Brasil de revistas passou de 14,6 milhões de exemplares em 2007 para 17,7 milhões no ano passado.

Outro exemplo da total imprevisibilidade do cenário: pouquíssimos previam com segurança a explosão das mídias sociais, da mesma forma que ninguém pode antever os seus rumos, mesmo no futuro próximo. Os blogs, que pareciam ser uma tendência fortíssima de comunicação, hoje cedem espaço de forma rápida e aparentemente inexorável para sites de relacionamento como Twitter, Orkut e Facebook. Tudo aconteceu num intervalo de tempo bastante reduzido e quem poderá garantir que, em mais alguns poucos anos, não estaremos diante de uma mídia social completamente distinta da que vemos hoje?

Assim, em nosso ponto de vista, resta uma única certeza: qualquer debate sobre o futuro da mídia nasce carregando um peso insuportável de interrogações, tantas e tão complexas, que muito provavelmente tornarão estéril ou, no mínimo, prematuro o debate sobre a sua regulamentação.

Há uma importante exceção a esta certeza: sejam quais forem os cenários futuros da mídia, há necessidade de uma infraestrutura de telecomunicações maior, mais moderna e capilar do que a disponível no Brasil, hoje.

Uma visão desapaixonada da nossa infraestrutura de telecomunicações, a despeito

1 - Esclarecemos, todavia, que dada a exigüidade de tempo que nos foi concedida, este documento ainda não foi submetido ao Conselho Diretor da ABTA.





de tudo o que foi feito nos últimos anos, indica que há, ainda, muito espaço a ser preenchido. Telefonia, internet em banda larga e TV por assinatura demandam mais investimentos na expansão e modernização das redes. Ainda que as maiores cidades brasileiras sejam cobertas por estes serviços, é forçoso reconhecer carências por vezes expressivas, mesmo porque a demanda não para de crescer.

Modernas tecnologias, permitindo o trânsito simultâneo dos três sinais, precisam ser mais difundidas e chegar às cidades de menor porte, onde os serviços de internet e TV por assinatura ainda são incipientes e sujeitos a flutuações de qualidade.

As empresas que têm provido a infraestrutura de telecomunicações lutam contra condições tributárias que de forma alguma podem ser consideradas estimuladoras da aceleração dos investimentos, sem contar dificuldades de natureza regulatória e burocrática.

Tornar o ambiente geral mais propício a que investimentos em infraestrutura de telecomunicações possam ser acelerados nos parece um debate mais urgente e produtivo.

Essas são as nossas considerações preliminares.

Com nossos melhores protestos de estima e consideração firmamo-nos

www.tvporassinatura.org.br





Contribuição da ALTERCOM

A ALTERCOM - Associação Brasileira de Empresários e Empreendedores Individuais da Comunicação é uma entidade que nasceu com o objetivo de representar e dar legitimidade aos setores da sociedade que lutam por uma comunicação democrática e plural, baseada na liberdade de expressão para todos.

Sua missão é se constituir em um canal democrático de interlocução das pequenas empresas e empreendedores individuais da comunicação que contribua para a formação de uma cidadania crítica, atuante, participativa e plural.

Princípios e Objetivos

1. Congregar os setores empresariais e os empreendedores individuais que tem da liberdade de expressão a sua matriz de pensamento e de ação;
2. Lutar pela produção de conteúdos que representem a diversidade do pensamento da sociedade e as diferentes manifestações da cultura brasileira;
3. Lutar por um marco regulatório que garanta a democratização da comunicação, com especial ênfase na garantia da pluralidade no modelo de concessão pública de rádiodifusão e telecomunicação;
4. Lutar pela efetivação do Conselho Nacional de Comunicação Social, com ampla participação da sociedade brasileira, conforme decisão da 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom);
5. Defender os direitos humanos, especialmente o direito à comunicação, e garantir o direito à diversidade, combatendo qualquer forma de discriminação e de monopólio do pensamento;
6. Colaborar para a adoção de novos critérios e exigências legais que democratizem a aplicação das verbas públicas de comunicação do Estado brasileiro em seus três níveis (municipal, estadual e federal) visando ampliar e garantir maior diversificação de produção de conteúdo e de distribuição;
7. Apoiar a constituição de fundos de fomento para produtores nacionais de conteúdo;
8. Apoiar a realização periódica da Conferência Nacional de Comunicação (Confecom).

Diante da oportunidade que este Seminário abre para as entidades da sociedade civil





se manifestarem, a Altercom se solidariza com a moção nº 1 (PT: COMPROMISSO COM UMA AGENDA ESTRATÉGICA PARA AS COMUNICAÇÕES NO BRASIL), aprovada no Congresso Nacional Extraordinário do Partido dos Trabalhadores, realizado nos dias 2, 3 e 4 de setembro de 2011 em Brasília/DF, e com a DECLARACIÓN DEL GRUPO DE COMUNICACIÓN EN LA X CÚPULA SOCIAL DEL MERCOSUR, realizada em dezembro de 2010, em Foz de Iguazu/PR.

Por outro lado, com espírito propositivo, a Altercom sugere a adoção de bandeiras que contribuam no plano imediato com o objetivo estratégico de democratização da comunicação, sem que isto instaure um grande embate político sem acordo. São medidas que podem ser adotadas, inclusive, por atos administrativos. As bandeiras são as seguintes:

1. Política de compras públicas da administração direta, autarquias e estatais nos três níveis de Estado que contemplem a produção de conteúdos e os veículos (todas as plataformas) das pequenas e médias empresas e dos empreendedores individuais. Por exemplo: clipagem, assinaturas, serviços editoriais etc. Para efeito de comparação, é aquilo que foi feito como apoio à Agricultura Familiar no âmbito do Governo Federal;
2. Compras para o sistema de bibliotecas públicas de escolas;
3. Destinação via orçamento, emendas parlamentares ou de bancadas de parte das verbas de publicidade para as empresas da indústria de comunicação, com preferência ou pelo menos com garantia de destinação para empreendedores individuais e pequenas e médias empresas. O objetivo é maior geração de empregos e de tributos com ampliação das possibilidades de diversificação de conteúdo e distribuição. Na prática, se dará o fortalecimento de uma grande pluralidade de veículos (impresso, digital, radiodifusão etc) que expresse, democraticamente, a diversidade de visões e opiniões da sociedade civil em seus aspectos culturais, políticos e sociais.

www.altercom.org.br





Mídia e direitos da criança e do adolescente

Qualquer debate sério em torno de uma mídia de qualidade para crianças e adolescentes deve envolver pelo menos dois aspectos prioritários:

- A promoção de direitos, por meio de estímulos à produção e disseminação de conteúdos que contribuam para o desenvolvimento integral de garotos e garotas; e
- A proteção de direitos, por meio do estabelecimento de limites à veiculação de conteúdos potencialmente nocivos à sua formação.

Como pano de fundo para esta discussão, temos o fato de que a mídia destaca-se, nas sociedades contemporâneas, enquanto elemento central no processo de socialização de crianças e adolescentes – muitas vezes ocupando o espaço que, até poucas décadas atrás, cabia apenas a instâncias como a família, a escola ou as instituições religiosas.

Compartilhando responsabilidades

Em um ambiente de fortalecimento do Estado Democrático de Direito, com garantias expressas às liberdades de expressão e de imprensa, a consolidação de um ecossistema midiático capaz de dialogar de forma saudável com os direitos de crianças e adolescentes deve passar também pela estreita articulação de co-responsabilidades entre três grupos de atores:

- O primeiro deles é o próprio Estado, a quem cabe organizar o marco legal e implementar políticas públicas especificamente direcionada para a interface comunicação e infância. Os princípios básicos para a adequada ação do Estado já estão colocados tanto no ordenamento jurídico brasileiro (Constituição Federal, Estatuto da Criança e do Adolescente) quanto na normativa internacional (Convenção Interamericana dos Direitos Humanos, Convenção sobre os Direitos da Criança).
- Uma segunda instância de grande relevância se encontra no Setor Empresarial. Políticas auto-regulatórias e de Responsabilidade Social Corporativa devem ser adotadas como prioridade pelas empresas de mídia. Enquadram-se aí códigos de ética e ferramentas internas de avaliação de conteúdo. Vale lembrar, ainda, que nos últimos anos foram desenvolvidos indicadores de Responsabilidade Social Empresarial voltados especificamente aos grupos de comunicação, facilitando a produção regular de relatórios de desempenho nesse campo.





- A sociedade civil organizada é o terceiro eixo deste tripé. A criação de instrumentos de monitoramento e observação da mídia, a elaboração de análises sobre a qualidade dos conteúdos produzidos/disseminados e as iniciativas de apoio à capacitação dos profissionais que trabalham com mídia voltada para a infância e adolescência estão entre as linhas de ações que costumam gerar os melhores resultados.

Brasil precisa fazer o dever de casa

Estudo intitulado *Regulação de Mídia e Direitos das Crianças e Adolescentes*, lançado em 2008 pela ANDI, Rede ANDI América Latina e Save the Children Suécia, avaliou o marco legal de 14 países latino-americanos. Assim como a maioria de seus vizinhos, o Brasil saiu muito mal na foto – em especial se comparado às principais democracias europeias, que nas últimas décadas vêm investindo continuamente no aprimoramento das ações nesse campo.

Inspirado neste estudo, um amplo grupo de entidades dos campos dos direitos da infância e do direito à comunicação vem buscando incentivar e qualificar o debate público sobre dez aspectos identificados como estratégicos para a estruturação de um marco legal e de políticas públicas com foco em mídia e infância.

Propostas objetivas relacionadas a estes dez pontos estão reunidos no documento *Infância e Comunicação – Uma Agenda para o Brasil*, elaborado pela ANDI e Rede ANDI Brasil, com apoio do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) e da Fundação Itaú Social.

10 Temas Estratégicos

1. Educação para a mídia no âmbito dos sistemas de ensino;
2. Estímulo à produção de conteúdos de qualidade;
3. Programação regional e nacional;
4. Crianças e adolescentes participando da produção de conteúdos;
5. Regulação de exibição de imagens e identificação/identidade de crianças e adolescentes;
6. Avaliação sistemática dos impactos gerados pelos conteúdos audiovisuais;
7. Estabelecimento de faixas de horários e de faixas etárias (Classificação Indicativa);
8. Regulação da publicidade dirigida às crianças;
9. Trabalho infantil artístico nos meios de comunicação;
10. Novas Tecnologias – promoção da inclusão e estratégias de proteção.

www.andi.org.br
www.redeandibrasil.org.br





Contribuição da ANER

A ANER - Associação Nacional dos Editores de Revistas tem como objetivo precípuo a defesa da liberdade de expressão das atividades intelectual, artística, científica e de comunicação, sem censura ou limite de qualquer natureza, tanto na mídia impressa quanto na digital.

O tema desenvolvido pelo Partido dos Trabalhadores é do interesse desta Entidade, por abordar questões sobre as quais se assentou o modelo político adotado pelo País após 1988, quando a sociedade brasileira reconquistou o regime democrático, após as duas décadas em que vigeu a ditadura militar.

O plano do PT trata de temas relevantes e que poderão contribuir para o embasamento de debates e discussões, quando encaminhados ao Congresso Nacional, onde, certamente, os demais partidos e os representantes da sociedade civil apresentarão suas contribuições sobre o tema.

Acima de tudo, será sempre louvável colocar em relevo os valores da liberdade plena da expressão sem censura e da difusão da cultura no país.

É por essa razão que sempre enaltecemos, com orgulho, as palavras da Excelentíssima Presidenta da República, Dilma Rousseff, de que prefere “o barulho da imprensa livre ao silêncio das ditaduras”.

Com esse espírito, queremos cumprimentá-los pelo trabalho realizado e agradecer a oportunidade que nos foi dada para nos manifestar sobre ele.

Roberto Muylaert

Presidente Associação Nacional de Editores de Revistas

www.aner.org.br





A Associação Nacional de Jornais (ANJ) e um novo marco das comunicações

A Associação Nacional de Jornais (ANJ) considera que um novo marco regulatório das comunicações em nosso país deve necessariamente ter como ponto de partida as definições do Capítulo V da Constituição brasileira, em que se destaca o pressuposto de que “nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social”. A ANJ entende que, para o exercício do jornalismo com plena liberdade, nos referidos termos constitucionais, os marcos legais nessa área devem também seguir o caminho apontado pelo Supremo Tribunal Federal na histórica decisão que determinou o fim da Lei de Imprensa. Naquela oportunidade, nossa mais alta Corte apontou a autorregulamentação como caminho para os meios de comunicação.

Para a ANJ, a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa se constituem em pilares do modelo do Estado Democrático de Direito estabelecido pela Constituição de 88, configurando direitos básicos do cidadão antes de os serem dos meios de comunicação. A liberdade de pensar e de externar opiniões, assim como a de divulgar informações, sem controle de quem quer que seja, é da própria essência da democracia, sem negar as responsabilidades civil e penal a serem apuradas nos excessos eventualmente verificados.

Outro aspecto fundamental de um novo marco regulatório das comunicações é a abrangência de suas regras sobre as novas plataformas digitais como a internet. A rede de comunicações por ela formada, somada às plataformas digitais potencializam a liberdade de expressão por meio da tecnologia e devem seguir os mesmos princípios que a Constituição define para os chamados meios de comunicação tradicionais. Nesse sentido, é essencial que no novo ambiente da internet e das mídias digitais se respeitem os direitos autorais e a remuneração da produção de conteúdo. A existência do jornalismo independente, profissional e remunerado é essencial para a própria democracia. Não se trata de pretender a regulação da internet como plataforma, nem o seu uso com plena liberdade, mas sim de tratar isonomicamente a atividade empresarial que se utiliza dessa plataforma.

Mas, para que a convergência digital signifique verdadeiramente democratização e acesso universal, é preciso que haja neutralidade na utilização da rede. É questão estratégica não apenas para os meios de comunicação, mas para todos os segmentos da sociedade brasileira. Todo o conteúdo e as informações que trafegam na rede





devem ser tratados da mesma forma, dentro dos mesmos padrões e velocidade, em respeito aos princípios da liberdade e da isonomia.

Outro aspecto considerado de extrema relevância para a ANJ no debate sobre os meios de comunicação brasileiros é o tema do cumprimento do artigo 222 da Constituição, que, infelizmente, tem sido desconsiderado com frequência e gravidade. Esse artigo limita em 30% a participação do capital estrangeiro em empresas jornalísticas estabelecidas em nosso país. O descumprimento à norma constitucional vem-se dando, sobretudo, em empresas jornalísticas na internet, em canais estrangeiros de jornalismo na TV por assinaturas exibidos no país e em fraudes e/ou simulações na constituição de jornais.

A ANJ está inteiramente comprometida com a internet livre e não pleiteia nenhum tipo de restrição que possa tolher o trânsito de informações nesse ambiente democrático. Mas reivindica que a atividade econômica e empresarial dentro do país que se utilize da internet como plataforma atue dentro dos preceitos constitucionais.

Para concluir, a ANJ assinala que a democracia brasileira, construída a partir da Constituição de 88, tem nos meios de comunicação um de seus pilares. Dentro dos princípios constitucionais da liberdade de expressão e da livre iniciativa, os meios de comunicação brasileiros vêm contribuindo para a evolução institucional do país e o aperfeiçoamento da nossa sociedade. Por isso, nosso entendimento é o de que todo e qualquer marco legal relativo aos meios de comunicação brasileiros deve se dar estritamente dentro do modelo democrático contratado pela sociedade brasileira na Carta Magna de 1988.

www.anj.org.br





Regular e democratizar a mídia é garantir a liberdade de expressão

A hora é essa. Embora as questões estruturais da comunicação no Brasil não tenham sido alteradas nos últimos anos – concentração oligopólica, manipulação de conteúdo, hegemonia do setor privado sobre os setores estatal e público, concessões e outorgas sem critérios transparentes, ausência total de controle social, perseguição e criminalização da radiodifusão comunitária – uma nova conjuntura parece abrir algumas ‘janelas de oportunidades’ em nosso país, em torno das políticas públicas para o setor.

A principal delas é o anúncio que o Governo Federal faz de que tornará pública, até o final deste ano, a sua proposta inicial de conteúdos para a construção de um novo Marco Regulatório das Comunicações em nosso país. Apesar do ataque renitente da mídia privada, dos inúmeros editoriais e manifestações das entidades patronais, de que qualquer tentativa de regulação da mídia significaria algum tipo de ‘censura’ no país, o recado foi dado. Vai haver sim, algum tipo de regulação da mídia. Agora, vai se iniciar o grande debate, em torno de ideias, propostas, projetos, visões de mundo e de sociedade, que redundarão num determinado formato de um novo marco regulatório para o setor. O Governo Federal já se comprometeu a fazer uma ‘consulta pública’, antes de enviar seu anteprojeto para o Congresso Nacional. Ao longo desta consulta pública, e durante a tramitação do projeto no Congresso Nacional, certamente teremos inúmeros debates, conferências, seminários e audiências públicas. Resumindo: os diversos setores sociais estarão se movimentando para disputar o conteúdo dessa nova legislação.

Nos principais países democráticos e civilizados do mundo existem legislações próprias e órgãos reguladores da mídia, e isso nunca significou censura ou restrições à liberdade de imprensa. Ao contrário. Isso tem significado uma maior diversidade de manifestações de opiniões e ideias, que é o foco de uma maior liberdade de expressão. Em nosso país, os ‘barões da mídia’ não querem mudanças, querem que tudo continue como está, que a informação continue sendo manipulada, que continue a predominar o ‘pensamento único’, que as mídias privadas possam continuar a banalizar o sexo e a incentivar a violência, que nossas crianças e jovens sejam condenados a serem apenas consumidores, ao invés de cidadãos.

Um conjunto expressivo de entidades da sociedade civil não empresarial já divulgou suas propostas para este debate. São 12 princípios e 20 diretrizes, que constam da Plataforma para um novo Marco Regulatório das Comunicações no Brasil (www.comunicacaodemocratica.org.br), da qual a ARPUB é signatária. Foram construídas ao longo de





25 anos de luta, consolidadas na I Conferência Nacional de Comunicação, e sistematizada após seminários e reuniões. Ela busca sintetizar anseios e demandas dos mais diferentes setores da nossa sociedade, para garantirmos a comunicação como um direito humano.

Uma nova legislação para as comunicações em nosso país é absolutamente necessária, hoje, mais do que nunca. Para garantir uma maior diversidade e pluralidade de opiniões. Para dialogar com questões da modernidade, como as novas tecnologias e a convergência de mídias. Para superar a atual legislação, que é arcaica, defasada e fragmentada. E, finalmente, para regulamentar os artigos da nossa Constituição Federal que tratam do tema, e continuam sem regulamentação desde 1988. Questões como proibição do monopólio/oligopólio e da propriedade cruzada, a regionalização da produção e a produção independente, a complementariedade entre os sistemas privado, estatal e público, para citar só alguns temas, necessitam ser regulamentados.

Lembramos a experiência do povo irmão argentino, que durante 3 anos discutiu, elaborou, lutou e aprovou uma das leis mais progressistas sobre comunicação que temos em nosso continente. Foi preciso muita mobilização, muita organização, muita capacidade de negociação e articulação política, para chegar à vitória. E isso, com muita reação dos setores conservadores da mídia privada. Aqui como lá, nada cairá dos céus, gratuitamente e com facilidade. Uma longa batalha vai ser iniciada em nosso país. Vencerá quem tiver maior capacidade de construir consensos, de agregar amplas maiorias, de conquistar corações e mentes. Assim como em outras ocasiões, o povo brasileiro sairá vitorioso. Ele está acostumado a combater o bom combate, embora a mídia privada de nosso país ainda não saiba disso.

www.arpub.org.br





Implementar as deliberações da Confecom: bom início de conversa

A cada dia que passa multiplicam-se os exemplos da conversão dos meios de comunicação em escancarado instrumento partidário de oposição e confrontação aos processos democrático-populares e ao papel do Estado como motor do desenvolvimento econômico e da justiça social.

Como bem aponta o professor Emir Sader, o monopólio da palavra, das armas e do dinheiro acaba por desconstruir qualquer perspectiva democrática que, por definição, necessitaria dar voz ao contraditório. A situação é ainda mais ditatorial, ridícula e emblemática, quando as vozes dissonantes pertencem às grandes majorias, que ousam se enfrentar ao receituário da barbárie e da exclusão neoliberal e descortinar, a partir do voto na urna, novos horizontes.

Da mesma forma que durante os oito anos de governo Lula, o processo eleitoral que desaguou na eleição da primeira presidenta da República foi uma aula onde até os mais desavisados viram exposta a fratura entre o discurso e a prática da “neutralidade”, cinicamente advogada pela “grande” mídia. Com malas, bagagens e bolinhas de papel, jornais e revistas, emissoras de rádio e televisão, embarcaram na viagem Tucana buscando impor sua agenda. Derrotados, voltaram à carga, tentando cavar um fosso entre Dilma e Lula para trazer de volta a pauta dos derrotados.

Fortalecendo o campo da democratização, o movimento sindical e social respondeu de forma coesa, divulgando as propostas que construiu e aprovou na Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), a fim de garantir e efetivar a tão propalada – quanto negada – liberdade de expressão.

Entre as 600 propostas aprovadas pela Confecom, muitas delas consensuadas pela representação tripartite, está o compromisso com a democracia e a pluralidade, com a soberania nacional, com a participação popular e a defesa da nossa cultura, da diversidade regional, com a luta contra os monopólios e oligopólios. Pela sua relevância, destaco a criação do Conselho Nacional de Comunicação articulado com os Conselhos Estaduais; mecanismos de controle social, participação popular e auditoria nos meios privados; regulamentação dos artigos da Constituição Federal (220 a 224) que, entre outros avanços, impedem a propriedade cruzada dos meios e proíbem os monopólios; a garantia da inclusão digital com a aplicação dos recursos do Fust (Fundo para Universalização do Serviço de Telefonia) em programas de extensão da internet banda larga para todo o país, priorizando as regiões afastadas dos grandes centros e a população de baixa renda, a





redução de 30% para 10% na participação do capital estrangeiro nas comunicações e a descriminalização das rádios comunitárias.

Os barões da mídia reagem tentando vincular a normatização e cumprimento de regras previstas na Constituição às palavras “controle” ou “censura”, como se o uso e abuso privado de concessões públicas não representasse o cerceamento – real e concreto – de participação da quase totalidade da população. Tanta inversão de valores explicita uma concepção elitista que busca manter a dominação do latifúndio midiático – e de seus anunciantes – sobre todos os demais como um direito natural ou divino.

Tenho a convicção de que por trás do debate sobre o novo marco regulatório da comunicação brasileira está o presente e o futuro da nossa própria democracia. Afinal, como pode o povo exercer seu poder de forma limitada, mantendo feudos onde não há qualquer espaço para o diálogo e onde só o que conta é o cifrão? Ou a programação alienada e alienante da televisão, despejada aos borbotões sem qualquer critério a qualquer horário, não joga para deformar, conformar e empobrecer o censo crítico? E o que dizer das crianças envenenadas pelo consumismo atroz, os jovens inoculados com o vírus do conformismo e do individualismo exacerbado e as mulheres transformadas em mercadoria?

A disputa por um projeto nacional de desenvolvimento com valorização do trabalho e distribuição de renda passa pela democratização da comunicação. A implementação das deliberações da Confecom seriam um bom início de conversa, para o que precisamos de uma ampla campanha de rua – a exemplo da ocorrida na Argentina – que leve à população as verdades escondidas pela mídia.

Contribuição da companheira *Rosane Bertotti*,
secretária nacional de Comunicação da
Central Única dos Trabalhadores (CUT) e da
Coordenação dos Movimentos Sociais (CMS)

www.cut.org.br





Será que a comunicação que temos é a que queremos?

“Comunicação”, “Meios de Comunicação” e “Políticas de Comunicação”... Tais temáticas nunca foram tão discutidas em nosso país, e fora dele, como acontece nos últimos anos. É interessante perceber que nada é novo, que essas discussões começaram há muito tempo, bem antes da conhecida crítica publicada pela Escola de Frankfurt. É bem verdade que sobrevivemos em um sistema onde as relações são mediadas pela lógica do capital, partindo disso o uso da cultura e da informação como mercadoria fica fácil, o avanço das TIC no final do século XX, a reestruturação capitalista e a ampliação da força da Indústria Cultural também contribuíram ainda mais para que abismos se alargassem entre sociedade, mercado e Estado. E isso atingiu diretamente o desenvolvimento crítico-reflexivo da sociedade brasileira e sua relação com a distribuição da informação.

No entanto, será que todos esses meandros percorridos no decorrer do desenvolvimento do mercado de comunicação justificam a forma como a categoria “informação” vem sendo tratada? Justifica esquecer que ‘serviço público’ deveria ser o norte para a produção dos conteúdos comunicacionais que recebemos diariamente em nossas residências? Que entretenimento é bom, mas não impede que se faça uma programação mais educativa e que eleve a moral e auto-estima do cidadão que a consome?

Infelizmente, o que nosso saudoso Roquette Pinto pensou para o Brasil, quando da chegada do Rádio, ainda na década 1920, não aconteceu. O que observamos é uma comunicação mediada, com mínima diversificação e políticas de regulamentação anuviadas e sem abertura ao debate; uma personificação de atores, amparados por publicidades ideológicas e propagandas políticas; uma sobreposição dos interesses privados em detrimento aos interesses públicos. Estes para citar alguns dos problemas que enfrentamos diariamente ao olhar o sistema nervoso dos meios de comunicação no Brasil e sua influência nas esferas culturais, econômicas e políticas.

No que se refere à esfera da ‘política’, o pesquisador Venício Lima (2005) ressalta que os meios de comunicação, sobretudo a televisão, são responsáveis por uma construção simbólica e representativa que atinge diretamente a construção social e a posição ideológica do cidadão, esta que acaba por moldar suas escolhas e reflexões políticas, o que mina o amplo exercício da liberdade e igualdade social. Para tanto, o autor lembra que a influência destes meios – com grande destaque para Rede Globo de Televisão – acarreta consequências nocivas e a inibição do desenvolvimento da esfera política e social.





É importante lembrar que as categorias ‘publicidade’ e/ou a ‘visibilidade’ também assumem um novo papel com o desenvolvimento da mídia. Ou seja, o sentido de publicidade e visibilidade é modificado de uma ação dialógica e muitas vezes presencial, para um sentido mediado, que suprime os espaços de debate face a face. Todo esse processo pode ser notado, por exemplo, quando olhamos a cobertura das eleições ou assistimos ao horário eleitoral gratuito a cada dois anos, na ocasião somos forçados a nos contentar com segundos editados para decidir quem assumirá o poder por quatro anos, sem ao menos poder questionar por que o ‘candidato X’ resolveu pleitear o cargo.

Nesse sentido, os meios de comunicação devem estabelecer um diálogo com seu público, e se assumimos o conceito de “sociedade da informação” como esfera de aprendizagem em dimensão coletiva – para citar uma teoria paulofreiriana – um ambiente em que se estabeleça a dinâmica de participação e a troca de saberes entre membros ativos, também assumimos que o conhecimento só se torna funcional e se exponencializa quando atinge o coletivo, sendo então crucial o seu compartilhamento através das redes de comunicação vigente. Estas, por sua vez, só se constituem se houver uma melhoria qualitativa e quantitativa dos níveis educacionais, para que os fluxos informacionais sejam codificados pelos diversos atores sociais e para que haja igual distribuição espacial de conhecimento.

Assim, ao discutir marco regulatório não só vislumbramos uma renovação e/ou criação de leis, mas sim, vislumbramos uma modificação no interior da sociedade. Tal modificação busca ver no setor comunicacional brasileiro a comunicação como direito humano, o qual retrate os brasis do Brasil, que traga em suas imagens e palavras o conhecimento real. Para tanto, vê no pleno exercício da democracia e na defesa dos direitos à liberdade de expressão e à comunicação um de seus maiores combustíveis.

Verificamos um longo caminho, mas também deixamos claro que a realidade dos meios de comunicação mudou muito nas últimas décadas, especialmente pelo surgimento da internet e a possibilidade de convergência entre os meios. Assim, pensar em democratizar a comunicação, também significa pensar na universalização do acesso à internet, esta que servirá de suporte para uma realidade próxima, a TV Digital. Então, defender os princípios constitucionais relativos ao tema da Comunicação, Regular os artigos 220, 221 e 223 da Constituição Federal, ampliar o acesso da população à banda larga, ampliar a participação popular, garantir a transparência, nos processos de outorga e renovação de concessões, permissões e autorizações de rádio e TV, fortalecer o sistema público de comunicação, sobretudo às rádios e TVs comunitárias, garantir a visibilidade e publicidade das minorias, criar políticas de in-





centivo à pluralidade e à diversidade dos meios, são apenas algumas das ações para garantir uma verdadeira democratização da comunicação no Brasil.

www.portalctb.org.br/site

Bibliografia de referência

BOLAÑO, C.R.S. (2000). Indústria Cultural, Informação e Capitalismo. São Paulo: Hucitec.

HABERMAS, J. (2008). Comunicação política na sociedade mediática: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica. Revista Líbero, Ano XI, Nº 21, jun. p. 9-12. Disponível em: [HTTP://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/5394/4911](http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/5394/4911) . Acessado em: 05 de maio de 2009.

LIMA, V. A. (2005). Globo e política: “tudo a ver”. In BRITTOS, V. e BOLAÑO, C. (orgs.) Rede Globo: 40 de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus. pp. 103-129

THOMPSON, J. B. (2001). A mídia e a modernidade. 3º Ed. Petrópolis: RJ: Vozes. pp. 109-133





Regular é garantir direitos¹

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor²

Somos mais de 190 milhões. A televisão aberta há quase uma década ultrapassou 90% dos domicílios do país, o número de acessos de telefonia móvel já supera a quantidade de brasileiros, o aumento de usuários de televisão por assinatura foi acima de 50% no último ano, assim como a banda larga fixa e móvel somam novas conexões em ritmo cada vez maior.

Se os dados refletem uma realidade inegável – a relevância crescente das tecnologias da informação e da comunicação no nosso cotidiano – são superficiais para demonstrar os problemas deste processo. Os serviços de comunicação permanecem concentrados em poucos e poderosos grupos econômicos, ampliam seu mercado sem garantir qualidade e com práticas abusivas, seja na contratação, seja na prestação, o que não significa deixar de excluir do seu acesso muitos destes 190 milhões.

Superar o cenário apontado e promover o desenvolvimento do país passam por conferir às políticas públicas de comunicação o peso que estes serviços já adquiriram atualmente. A construção de um Marco Regulatório das Comunicações é, assim, oportunidade preciosa, devendo ocorrer de maneira pública e democrática.

Direito à comunicação e convergência

Nesta realidade, em que a informação como meio de criação e conhecimento exerce um papel central na produção de riqueza e na vida de todos, o **direito à comunicação** se coloca como premissa à realização da cidadania - um direito fundamental. Para além do dever de não violá-lo, o Estado deve atuar para sua efetivação, o que implica assegurar o acesso à informação, mas também empoderar o cidadão enquanto agente comunicador.

Questão crucial é conferir ao Estado as prerrogativas para **universalizar com qualidade os serviços essenciais**, exigindo maiores obrigações de seus prestadores, tais como modicidade tarifária e ampliação compulsória de redes. Para tanto, devem ser prestados em

1 - Texto de Lisa Gunn, coordenadora executiva do Idec, e Veridiana Alimonti, advogada do Idec, originalmente publicado no site Última Instância

2 - Fundado em 1987, o Idec é uma associação de consumidores, organização civil sem fins lucrativos, cuja missão é promover a educação, a defesa dos direitos dos consumidores e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica. É independente de empresas, governos e partidos políticos.





regime público, mantendo apenas pequenos e médios prestadores em regime privado. Este é o caso dos serviços de voz e, especialmente, da banda larga, que demandam instrumentos regulatórios fortes, além de políticas vigorosas, por parte do Estado.

Regular e desenvolver políticas são, portanto, cruciais para a garantia do direito à comunicação e de outros direitos do consumidor. Todavia, tais ações devem ter como pressuposto a **participação social** por meio da adoção de mecanismos institucionalizados, tanto no processo de construção do marco, quanto no seu conteúdo. Definição pública da agenda regulatória, criação de conselhos, realização de audiências e consultas públicas são algumas das medidas possíveis e necessárias.

O marco regulatório não pode prescindir também de **direcionamento convergente**. A legislação atual é fragmentada, assentada na concepção de que a cada serviço correspondem plataformas e normas específicas. O processo de convergência dilui essas fronteiras, devendo um novo marco superar conflitos de regras, competências, obrigações e direitos neste campo.

Deve, ainda, ser capaz de garantir a **competição** e a **diversidade**. A convergência facilita a oferta de vários serviços por uma mesma empresa ou grupo. Neste contexto, a propriedade sobre as redes é central e cria disparidades entre os que as detêm ou não. Embora o compartilhamento seja possível, a **separação estrutural das redes fixas** é a medida mais efetiva para assegurar o acesso não discriminatório à infraestrutura: seus detentores não podem ser os mesmos que prestam serviço ao usuário final.

Com o mesmo intuito, é essencial garantir a **neutralidade das redes** e a **adoção de padrões abertos e interoperáveis** nas tecnologias e terminais de comunicações. Por fim, a desconcentração e o barateamento do acesso passam pelo estímulo a iniciativas locais e apoio à formação de **redes cooperativas**, conferindo-se aos cidadãos o direito de realizar conexão e roteamento entre seus equipamentos.

As questões aqui levantadas são diretrizes relevantes para o novo marco das comunicações, que deve se assentar no acúmulo da I Confecom – Conferência Nacional de Comunicação. Elas afirmam que a garantia de direitos na comunicação depende de um novo Marco Regulatório do setor. Porém, as normas e as instâncias democráticas requeridas só serão suficientemente concebidas por meio de um amplo processo de participação social. Este é o desafio do direito à comunicação: assegurar o acesso, a criação e o compartilhamento de informações pelos mais de 190 milhões de brasileiros.

www.idec.org.br





Para que não haja vozes silenciadas

Se o Brasil analisar com atenção a regulação imposta ao setor de comunicações por países como França, Reino Unido, Portugal e Estados Unidos, vai se perguntar: por que será que esses países democráticos têm regras que o nosso país não tem? Sem precisar copiá-los, devemos entender os motivos que os levaram a ter um sistema consistente de regulação nas comunicações.

Esses motivos são basicamente quatro. O primeiro parte do entendimento que os meios de comunicação são arena central – e agentes – da esfera pública, fonte de informações e ideias a partir das quais os cidadãos formam opinião e valores. São, portanto, peça chave da democracia. Se o pluralismo da sociedade não está contemplado nesses meios de comunicação, a democracia está diretamente afetada.

O segundo motivo é análogo, e diz respeito à diversidade em todas as suas facetas: regional, de gênero, étnico-racial, etária, religiosa, de orientação sexual etc. Pela sua centralidade na formação cultural, os meios de comunicação devem refletir a diversidade do país. O terceiro motivo é que, pelo impacto e alta capacidade de difusão dos meios de comunicação, deve haver mecanismos específicos de proteção a sujeitos vulneráveis, como crianças e adolescentes, e combate à violação de todos os direitos humanos.

O quarto motivo central de regulação dos meios de comunicação é evitar a concentração econômica que, pela natureza da informação, é maior do que em outros setores. O mercado, por suas próprias forças, não gera competição, e a concentração, neste caso, afeta diretamente a democracia.

Todos esses motivos estão relacionados à natureza de serviço público da comunicação, que se justifica pela sua relevância social. Em meios de comunicação que já nascem mais democráticos, sem escassez, como a internet, uma parte dessas regras não é necessária. Em outros, como rádio e televisão, por seu impacto e alta capacidade de difusão, que estão relacionados às altas barreiras de entrada técnicas e econômicas, essas regras são indispensáveis.

A urgência das mudanças no Brasil

O marco regulatório brasileiro para o setor não responde a esses quatro objetivos. A principal lei que afeta os setores de rádio e televisão é de 1962 e está completamente defasada. A Constituição Brasileira traz alguns desses princípios, mas a maior parte dos





artigos carece de regulamentação. Ao longo dos últimos 40 anos, o Brasil consolidou um quadro de grave concentração, especialmente no setor de televisão.

O país iniciou a tarefa de transformar o seu marco regulatório ao realizar a I Conferência Nacional de Comunicação, em 2009. Um ano depois, foi realizado um seminário internacional e montou-se um grupo de trabalho coordenado pelo ex-ministro Franklin Martins, que se empenhou na tarefa de construir um anteprojeto. O resultado foi entregue ao ministro Paulo Bernardo, ao assumir as Comunicações. Desde lá, não houve nenhuma ação pública.

O maior obstáculo é que uma mudança como essa só tem condições políticas de ir à frente se o projeto partir do Executivo e se o Governo estiver claramente disposto a enfrentar os setores conservadores a quem não interessa qualquer mudança estrutural. Não é possível, neste caso, pensar em um processo que se pautar apenas por consensos. Isso não significa desconsiderar a correlação de forças, hoje desfavorável às mudanças, mas trabalhar estratégias para dialogar com a sociedade e reverter este quadro.

Armadilhas do caminho

Além da “obrigação de consenso”, outra armadilha seria trabalhar como se o marco regulatório servisse principalmente para arbitrar interesses empresariais conflitantes. Também é preciso tomar cuidado com o entendimento de que a internet resolveria todos os problemas do setor de mídia.

A internet altera positivamente o setor de comunicações, e a universalização do acesso e a garantia de uma rede livre e democrática devem ser aspectos centrais do novo marco regulatório. Contudo, é preciso perceber que um conjunto de questões socioculturais, políticas e econômicas segue conferindo aos meios tradicionais um papel central na esfera pública.

É praticamente monopólio desses meios, por exemplo, a capacidade de gerar e abafar escândalos políticos. Se, por um lado, esses escândalos fazem parte de um processo positivo de fiscalização do poder pelos meios de comunicação, por outro eles são trabalhados de forma seletiva, revelando fortes interesses políticos dos grupos de mídia. Outro ponto que está hoje fortemente concentrado nos meios tradicionais é a apuração primária de informações, cuja democratização é fundamental para uma real transformação do setor.

O papel do PT

A mudança no marco regulatório não garante, por si só, a democratização das comunicações, mas é condição indispensável para que o cenário se transforme. A sociedade





civil organizada já vem atuando em defesa de mudanças, e construiu uma plataforma de 20 pontos para o novo marco regulatório das comunicações, que está em www.comunicacaodemocratica.org.br.

Neste momento de incertezas, é fundamental que as forças comprometidas com transformações estruturais se unam para dialogar com a sociedade e pressionar o Governo a agir pela mudança do marco regulatório. É preciso fortalecer ações e campanhas públicas que mostrem que a regulação das comunicações vêm para garantir o direito à comunicação e a liberdade de expressão da maioria dos cidadãos, ao contrário do que tentam dizer os opositores às mudanças.

A mídia no Brasil silencia boa parte das vozes com as quais não concorda. Nossa Constituição está sendo sistematicamente violada com este quadro de concentração, ausência de pluralidade e violação de direitos humanos. As mudanças no marco regulatório são justamente para que se garanta o respeito a ela, e para que não haja mais vozes silenciadas.

www.intervozes.org.br





Políticas Públicas para Recursos Educacionais Abertos: em busca do acesso à educação

Recursos Educacionais Abertos são materiais de ensino, aprendizado e pesquisa em qualquer suporte ou mídia que estejam sob domínio público ou licenciados de maneira aberta, permitindo que sejam utilizados ou adaptados por terceiros. O uso de formatos técnicos abertos, como o software livre, facilita o acesso e o reuso potencial dos recursos publicados digitalmente. REA podem incluir cursos completos, partes de cursos, módulos, livros didáticos, artigos de pesquisa, vídeos, testes, software, e qualquer outra ferramenta, material ou técnica, que possa apoiar o acesso ao conhecimento, dando possibilidade à novas abordagens de avaliação, acreditação e aprendizagem colaborativa. Compreender e adotar inovações como estas é fundamental para a visão de longo prazo do movimento REA.

Em suma, os REA incentivam e possibilitam a produção aberta, a partilha de conteúdo, a produção colaborativa e o acesso a materiais didáticos. São, assim, uma reação ao movimento da gestão de materiais educacionais como bens puramente de consumo, em uma lógica de mercado. Os REA criam oportunidade para uma mudança mais fundamental e transformadora: sair de um consumo passivo de recursos educacionais para o engajamento formal de educadores e educandos no processo criativo de desenvolvimento de conteúdo educacional.

Os REA estão ganhando repercussão, adoção e apoio mundial¹ das mais variadas e melhores instituições de ensino, como MIT nos EUA², também de governos, e organizações internacionais como a UNESCO e a OCDE, abrindo a possibilidade e oportunidade única para que decisores políticos, em todos os níveis, e educadores juntem-se a este movimento que estimula práticas inovadoras na educação, e garante redução de custos e conseqüentemente maior eficiência em gastos públicos e de administração. A tomada desta direção significará a disponibilidade de uma maior e melhor quantidade de recursos educacionais abertos e livres, acessíveis, fáceis de achar e utilizáveis por toda a população.

Sem o apoio e decisão política rumo a estabelecer REA como uma estratégia central de acesso ao conhecimento e à educação, a potencialidade dos projetos de REA já em prática no Brasil e no mundo ficará limitada a aqueles mais próximos às tecnologias e instituições de ponta. A democratização do conhecimento e ensino, por meio do acesso a

1 - Como comprova a adoção da Declaração de Cidade do Cabo para Educação Aberta www.capetowndeclaration.org/translations/portuguese-translation

2 - Veja alguns exemplos aqui <http://rea.net.br/projetos/>





REA, principalmente aqueles pagos por recursos públicos, deve ser um direito de todos e dever do Estado, que deve primar pela eficiência do investimento público vindo de impostos pagos pelos contribuintes.

Este potencial não reside apenas no fato de possibilitar acesso a tais recursos, mas também na compreensão de que o ensino e a aprendizagem englobam um necessário processo de interação e apropriação regional, algo intrínseco aos REA. Os REA permitem a constante adaptação às necessidades regionais e comunitárias e a melhoria progressiva dos recursos em uso, bem como o desenvolvimento de metodologias inovadoras baseadas em processos colaborativos possibilitados pelo uso das tecnologias da comunicação e informação.

O uso de REA também permite uma mais rápida transferência e intercâmbio de práticas pedagógicas de alto impacto e sucesso, além de quebrar barreiras de preço impostas a estudantes de baixa renda que não tem condições de adquirir todos os livros ou recursos educacionais complementares necessários a sua educação técnica ou superior. Diferentemente de livros didáticos tradicionais, os livros didáticos abertos podem ser impressos, revistos e utilizados sob demanda, podendo ser impressos em diversos formatos se e quando necessário e a preços mais acessíveis. Eles também permitem uma maior eficiência no emprego de redes sociais em prol da educação. Empresas e instituições sem fins lucrativos nos EUA, na África e até mesmo no Brasil já estão experimentando com estes modelos alternativos de livros abertos e digitais, e metodologias de impressão sob-demanda, expandindo seus mercados e a possibilidade de adoção de autores. Cabe agora aos decisores políticos apoiar essas iniciativas. Tal movimento também vai ao encontro do desenvolvimento local de pequenas e médias empresas.

Por fim, evidências já demonstram que a adoção de REA melhora a qualidade e sucesso de ensino e dos alunos³. Então, o que o Brasil está esperando?

O Papel de Políticas Públicas de REA:

Existem muitos obstáculos para que esta visão se realize. A maioria dos educadores, instituições de ensino básico e superior e governos ainda não está a par da existência de REA ou não estão convencidos dos benefícios da educação aberta, baseada na criação e compartilhamento coletivo. Ademais, por muitas vezes, membros do governo não estão cientes do volume de investimento público direto e indireto (por meio de financiamento de

3 - <http://oli.web.cmu.edu/openlearning/files/theinitiative/publications/jime-2008-14.pdf>





pesquisa e subvenção de impostos na cadeia produtiva do livro) em toda a cadeia produtiva de recursos educacionais necessários aos vários níveis de ensino⁴.

Estes obstáculos podem ser superados a partir de um olhar político e social mais atento. O Projeto REA Brasil (www.rea.net.br) e a Comunidade REA-Brasil (formada por voluntários de vários setores sociais e profissionais) atua para levar esta causa a estudantes, educadores, formadores, autores, escolas, universidades, editoras, políticos, governos, fundações e outros que compartilham a visão de uma educação inclusiva e acessível a todos.

Uma das maneiras de garantir o acesso a educação, a materiais de qualidade e permitir inovação metodológica mais além da Sociedade do Conhecimento, é por meio de Políticas Públicas que apoiem os REA e determinem que todo o investimento público na compra ou desenvolvimento de recursos educacionais deve dar preferência a REA. Tais políticas também se justificam pelo fato de que o direito constitucional à educação não apenas fundamenta a dignidade e a cidadania, mas confere ao cidadão seu potencial humano. O Estado, na execução de suas atribuições, deve agir para viabilizar o potencial de todos. Por essas razões, ao subvencionar a produção intelectual, destacadamente aquela voltada para promover o desenvolvimento de capacidades por meio da educação, o Estado deve garantir que o produto desse investimento possa ser aproveitado livremente por todos.

Neste sentido, o Projeto REA-Brasil trabalha desde 2008 apoiando o trabalho de decisores políticos na construção de políticas públicas e legislação que garantam o acesso aos recursos educacionais resultados do investimento público direto e indireto.

Grandes passos foram dados à partir da apresentação de decretos e projetos de lei com apoio do Projeto REA Brasil, a saber:

- Decreto nº 52.681, de 26 de setembro de 2011 da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo.
- Projeto de Lei Estadual nº 989/2011 de autoria do Dep. Simão Pedro.
- Projeto de Lei Federal nº 1513/2011 de autoria do Dep. Paulo Teixeira.
- Inclusão de REA no Plano Nacional de Educação.

4 - Para alguns estudos nesse sentido ver os estudos Uma política de direito autoral para os livros didáticos no Brasil (2010) e O mercado de livros técnicos e científicos no Brasil (2008), acessíveis no http://www.gpopai.usp.br/wiki/index.php/P%C3%A1gina_principal





Todas essas políticas públicas determinam que os recursos educacionais pagos com dinheiro público devam estar acessíveis a todos por meio de licenças abertas, como as do Creative Commons⁵.

Todas estas iniciativas buscam reconhecer a importância e peso do Estado na cadeia de produção de recursos educacionais e reconhecer a função social do direito autoral em relação àquelas obras que o Estado subvenciona ou paga ou contrata, reestabelecendo o equilíbrio entre, de um lado, o incentivo à produção criativa pelo justo reconhecimento e remuneração dos autores e, do outro, o acesso ao conhecimento pela sociedade contribuinte e a utilidade das obras como matéria prima de novos desenvolvimentos intelectuais. Dessa forma, estes Projetos de Lei determinam que as obras compradas ou subsidiadas pela Administração Pública devem ser licenciadas por essa à sociedade por meio de licenças livres.

É nosso desejo que toda a sociedade contribua com estes projetos, dando suas sugestões e oferecendo seu apoio.

Carolina Rossini
Débora Sebriam
Projeto REA-Brasil
www.rea.net.br

5 - <http://creativecommons.org.br/>







PARTIDO DOS TRABALHADORES
www.pt.org.br

