

# MARCO REGULATÓRIO

propostas para uma comunicação democrática



Realização:



Apoio:



**Seminário do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC)  
20 e 21 de maio de 2011  
Rio de Janeiro**

## **Grupo de Trabalho – Controle público**

Conselhos, formas de participação e controle social, agências reguladoras.

**Texto-base produzido pela Associação de Rádios Públicas do Brasil (ARPUB) e pela Associação Mundial de Rádios Comunitárias no Brasil (AMARC Brasil)**

## **CONTROLE PÚBLICO NO ÂMBITO DO MARCO REGULATÓRIO**

### **1. Introdução**

Em breve, teremos o início em nosso país, de um profundo e enriquecedor processo de debate sobre o conteúdo de um novo Marco Regulatório das Comunicações. Este processo deverá se aprofundar a partir da publicização do ante-projeto de Lei sobre o tema, que está sendo finalizado no âmbito do Ministério das Comunicações, tendo como base a minuta formatada pela equipe da SECOM, na gestão do ex-Ministro Franklin Martins, minuta essa que não é ainda de conhecimento público, e que estaria sofrendo os últimos ‘ajustes’ e ‘aperfeiçoamentos’. Segundo o próprio Ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, o texto final virá a público ainda no segundo semestre deste ano (2011), para uma ampla ‘consulta pública’, antes de ser enviado ao Congresso Nacional.

Como todos sabemos, este novo Marco Regulatório das Comunicações, deverá abordar vários temas e assuntos que hoje encontram-se dispersos em várias legislações, todas elas defasadas e anacrônicas, merecendo uma abordagem mais contemporânea, numa era de convergência digital e de novas tecnologias. Neste texto-base, não vamos abordar o conteúdo total do que entendemos que devesse ser este novo Marco Regulatório das Comunicações. Nossa contribuição terá o foco num único tema, o do ‘controle público’, em suas diversas modalidades. O objetivo deste texto não é o de esgotar a discussão a respeito, mas sim o de servir como provocação ao debate interno, no âmbito do amplo movimento pela democratização da comunicação, que se organiza em todo o país, de forma cada vez mais consistente, e que é constituído por uma ampla diversidade de entidades e atores sociais.

Nunca é demais lembrar que nosso país vive ainda um cenário de ‘faroeste’ no campo da comunicação social, onde impera a lei do mais forte (dos grandes ‘barões da mídia’ privada), onde qualquer tentativa de regulação da mídia é tachada de censura, e onde poucas famílias proprietárias de poderosos conglomerados de mídia controlam o conteúdo de toda a informação que é produzida em nosso país.

## **2. Conceito.**

Em primeiro lugar, antes de entrarmos no mérito do conteúdo de questões que deverão fazer parte do texto do novo Marco Regulatório das Comunicações, gostaríamos de nos debruçar, sobre o próprio conceito de ‘controle público’. Esta é uma terminologia que tem dado margem a dúbias interpretações. Os proprietários dos grandes meios de comunicação em nosso país têm criticado toda e qualquer proposta de ‘controle público’ vinculando-as a uma possível tentativa de censura sobre a mídia, por parte do Estado. Apesar de considerarmos este tipo de crítica improcedente, não nos furtaremos em rebatê-la.

Trata-se exatamente do contrário. Controle público, ou controle social, não pode e não deve ser confundido com censura, de nenhum tipo. Historicamente, o movimento pela democratização da comunicação no Brasil tem lutado pelo direito à liberdade de expressão, sendo avesso a qualquer condição que impeça a livre circulação de ideias e opiniões. Trata-se, ao contrário, de construir ferramentas que permitam uma maior participação da sociedade civil nas tarefas de regulação, monitoramento, fiscalização, formulação e implementação de políticas públicas em qualquer setor de atividade de um país. Não se trata de inventar a roda, ou o ‘ovo’ de Colombo. Em qualquer país civilizado do mundo existem ferramentas de controle público ou controle social. E, elas existem exatamente para que o cidadão comum, organizado (ou não) através de inúmeras formas associativas, possa exercer melhor os seus direitos de cidadania, diante do Estado e do Mercado.

Toda sociedade democrática necessita de mecanismos de regulação e de ferramentas de controle público. Tais mecanismos e ferramentas são fundamentais para garantir a pluralidade de opiniões, a diversidade cultural e étnica, os direitos humanos (entre os quais o direito à comunicação), a liberdade de expressão, a proteção à infância e adolescência. O argumento de que controle público significa censura à mídia é típico de quem se considera dono do serviço de informar e quer continuar ditando as regras do que pode ou não pode ser informado, e de como essa informação deve ou não chegar ao público em geral. Como disse Wjayananda Jayaweera, Diretor da Divisão de Comunicação da UNESCO, em recente Seminário Internacional das Comunicações Eletrônicas e Convergências de Mídias, promovido pela SECOM, em novembro de 2010, ‘...A liberdade de expressão não pode ser usada para abusar da liberdade de outras pessoas, incitar à violência contra outras pessoas, por exemplo... O sistema regulatório existe para servir ao interesse público, e não necessariamente aos interesses dos radiodifusores...’.

Controlar, regular, legislar, regulamentar, fiscalizar, significa colocar limites, parâmetros, regras, e isso é prática de toda sociedade democrática. Numa sociedade democrática é necessário ter leis, marcos regulatórios para cada setor ou atividade social e econômica, órgãos regulatórios e fiscalizadores, para monitorar e constatar se a legislação está sendo respeitada, e para punir os que desrespeitam a legislação. E ter ferramentas de controle social, com ampla participação direta da

sociedade organizada (setores empresariais e não empresariais), para ajudar na interlocução com os poderes públicos e na formulação e implementação de políticas públicas. É disso que se trata, nada mais.

### **3. As Agências Reguladoras.**

O Brasil carece de uma Agência Reguladora com o foco no conteúdo dos meios de comunicação. Não vamos entrar aqui no debate, necessário e profícuo, do papel das ‘agências reguladoras’, sua necessária independência em relação ao Estado (inclusive sob o ponto de vista orçamentário/financeiro). O novo Marco Regulatório das Comunicações terá que se debruçar sobre este tema. Citamos aqui trechos do texto ‘O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros’, produzido recentemente pela UNESCO: “...Um sólido marco regulatório envolve tanto o estabelecimento, por lei, de políticas públicas com fortes objetivos e regras quanto a criação de uma autoridade reguladora independente que zelará pelo cumprimento da legislação e dos códigos... à medida que um setor de radiodifusão independente se desenvolve, também se desenvolve um sistema regulador independente para licenciar e supervisionar esse setor...”.

Este tipo de Agência Reguladora existe nos demais países democráticos, e tem mais ou menos o mesmo tipo de atribuição, com pequenas nuances entre elas. Sugerimos um estudo comparativo entre as mais conhecidas, pois se é verdade que não precisamos ‘copiar’ nada, tampouco estamos ‘inventando a roda’ e, portanto, as experiências históricas estão aí para serem analisadas e aperfeiçoadas. Para citar as mais conhecidas: o FCC – Federal Communications Commission (EUA), o OfCom - Office of Communications (Reino Unido), a AFSCA – Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Argentina), o CSA – Conseil Supérieur de l’ Audiovisuel (França), o ERC – Entidade Reguladora para Comunicação Social (Portugal), e o CMT – Comisión Del Mercado de las Telecomunicaciones (Espanha). Este simples estudo comparativo já nos permitirá tirar algumas conclusões bastante ilustrativas para a formatação de nosso Marco Regulatório das Comunicações. As questões mais importantes a serem estudadas, a nosso ver, são: composição do órgão (tamanho, critérios, forma de indicação ou eleição), atribuições, funcionamento, independência e autonomia em relação aos Poderes Públicos, proteção a interferência de grupos econômicos e empresariais, transparência e efetiva participação da sociedade civil na observância de seus processos.

Novamente citamos aqui o trabalho da UNESCO, já comentado: “...Uma autoridade independente é mais bem posicionada para agir com imparcialidade em questões de interesse público e evitar a influência indevida de interesses políticos ou da indústria. Para isso, a autoridade reguladora independente deve ter suas competências e responsabilidades estabelecidas em um instrumento de direito público, com autonomia para gerir seus próprios recursos; seus membros devem ser escolhidos de forma independente, protegidos por lei contra pressões e desligamento injustificado. A capacidade dessa autoridade para operar de forma imparcial é fundamental para proteger a liberdade de expressão, indispensável ao funcionamento de uma democracia... A independência também é necessária para o bom funcionamento de todas as principais funções de regulação, incluindo a concessão de licenças, a aplicação de padrões de qualidade para o conteúdo, a exigência de conteúdo positivo, a defesa da concorrência e a regulação da concentração de propriedade...”.

Apenas para uma reflexão inicial, lembramos que o Brasil já tem inúmeras Agências Reguladoras, entre as quais uma focada na produção audiovisual para o cinema (ANCINE), e outra para as operadoras de telefonia e telecomunicações (ANATEL), mas nenhuma delas trata da questão do conteúdo dos meios de comunicação. As declarações do próprio Ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, sobre o tema, parecem ter evoluído (ou involuído) nos últimos meses. Em fevereiro, em debate público no Sindicato dos Bancários SP, o Ministro teria sinalizado a necessidade de separar duas agências reguladoras, uma com o foco na questão tecnológico/telecomunicações (seria a atual ANATEL), e uma outra exclusivamente focada em conteúdo/rádiodifusão (algo como ANACOM – Agência Nacional de Comunicação), o que implicaria em criar esta nova Agência. Posteriormente, em audiência na Câmara Federal, o mesmo Ministro descartou a criação nesta nova Agência, e passou a defender uma única agência reguladora para a área da comunicação, que englobasse as questões tecnológicas (telecomunicações) e de conteúdo (rádiodifusão). Isso significaria, na prática, ampliar as atuais atribuições da ANATEL. Também é importante lembrar que a própria ANATEL conta com um Conselho Consultivo, onde tem acento especialistas técnicos, e representantes da sociedade civil (empresarial e não empresarial), e este é também um espaço (ferramenta) de controle público e participação social. Além disso, o Ministro também mencionou a possibilidade de determinadas questões serem delegadas ao Conselho Administrativo de Defesa Econômico (CADE), como o controle da concentração da propriedade e de poder econômico no setor da comunicação.

Não queremos adiantar este debate, que o estudo comparativo das experiências internacionais permitirá aprofundar (veremos que existem experiências dos dois modelos, com agências reguladoras separadas ou unificadas), mas chamamos a atenção para o fato de que se tratam de atribuições bastante distintas, e que requerem ‘expertises’ profissionais bem diferentes. Uma coisa são especialistas em telecomunicações (engenheiros, técnicos, juristas, etc), outra coisa são especialistas em conteúdo (jornalistas, radialistas, programadores, educadores, psicólogos).

Para auxiliar no debate público, resumimos aqui parte da nova Lei 26.522 – Servicios de Comunicación Audivisual y Reglamentación – que nossos irmãos argentinos recém conseguiram aprovar em seu Congresso Nacional. Neste caso, estamos destacando o Capítulo I do Título II, que se refere à Autoridade Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, ou seja a Agência Reguladora deles. Ela é composta por um corpo dirigente (diretório) de 07 membros, sendo 02 indicados pelo Poder Executivo nacional, outros 03 pelo Parlamento (sendo obrigatoriamente representativos dos blocos de maioria e minoria), e 02 indicados pelo Conselho Federal de Comunicación, devendo ser um deles obrigatoriamente um acadêmico.

As atribuições, missões e funções desta Agência Reguladora (Argentina) encontram-se descritas em 35 itens que compõem o Artigo 12 da dita Lei, mas citamos aqui apenas alguns mais interessantes, como os seguintes:

- 1) Aplicar, interpretar e fazer cumprir a presente lei e as normas regulamentares;
- 5) Promover a participação dos serviços de comunicação audiovisual no desenvolvimento da Sociedade da Informação e do Conhecimento;
- 6) Aprovar os projetos técnicos das emissoras de rádiodifusão, outorgar a correspondente habilitação e aprovar o início das transmissões regulares, em conjunto com a autoridade regulatória e a autoridade de aplicação em matéria de telecomunicações;

- 10)** Velar pelo desenvolvimento de uma saudável competição e pela promoção da existência dos mais diversos meios de comunicação que seja possível, para favorecer o exercício do direito humano à liberdade de expressão e à comunicação;
- 11)** Abjudicar e prorrogar, nos casos que corresponda, e declarar a caducidade das licenças, permissões e autorizações, sujeito a controle judicial pleno...;
- 12)** Fiscalizar e verificar o cumprimento das obrigações previstas na presente Lei e os compromissos assumidos pelos prestadores dos serviços de comunicação audiovisual e radiodifusão nos aspectos técnicos, legais, administrativos e de conteúdos;
- 13)** Promover e estimular a competição e o investimento no setor. Prevenir e desalentar as práticas monopólicas, as condutas anticompetitivas, predatórias e de abuso de posição dominante no marco das funções assinaladas a este organismo e a outros com competência na matéria;
- 14)** Aplicar as sanções correspondentes pelo não cumprimento da presente Lei, suas regulamentações e atos administrativos...;
- 15)** Fiscalizar, receber e administrar os fundos provenientes de...taxas e multas, e administrar os recursos do órgão;
- 22)** Receber em suas delegações e canalizar as representações dirigidas à Ouvidoria Pública;
- 24)** Prover os recursos necessários para o funcionamento do Conselho Federal de Comunicação Audiovisual;
- 34)** Responder aos requerimentos do Conselho Federal de Comunicação Audiovisual, da Ouvidoria Pública e da Comissão Bicameral de Comunicação do Parlamento.

#### **4. Os Conselhos.**

Outra ferramenta de controle público ou de controle social bastante conhecida é a dos Conselhos. As experiências são múltiplas, inclusive em nosso país. Conselhos consultivos, deliberativos, curadores, administrativos, tutelares, tripartites. No caso do novo Marco Regulatório das Comunicações, nos parece lógico que ele contemple a constituição de um Conselho Nacional de Comunicação, nos moldes do que foi sugerido nas resoluções aprovadas da I Conferência Nacional de Comunicação, portanto de um Conselho com caráter deliberativo, com representação de todos os setores da sociedade civil, empresarial e não empresarial. Novamente, as grandes questões em debate serão a sua composição (amplitude, forma de indicação ou eleição, mandatos), atribuições e funcionamento. Lembramos aqui a existência do atual Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional, de caráter meramente consultivo que, embora aprovado e sancionado por Lei em 1991, só foi efetivamente constituído em 2002, após muita pressão da sociedade civil não empresarial, e terminou tendo vida curta (apenas dois mandatos, de 2 anos cada), deixando de funcionar desde 2006, por falta de interesse e iniciativa da mesa do Senado Federal, e por pressão das entidades empresariais do setor.

Também para estimular o debate, tomamos como referência a recente experiência argentina, baseada na Lei 26.522, que em seu Capítulo II, do Título II, dedicado ao Conselho Federal de Comunicação Audiovisual, em seu Capítulo 16, trata da composição deste órgão. São 24 representantes das Províncias (01 de cada uma das Províncias, que equivalem aos nossos Estados), indicados pelos Poderes Executivos locais, 03 representantes das entidades que agrupem prestadores privados/comerciais, 03 representantes que agrupem prestadores sem fins lucrativos, 01 representante das emissoras universitárias nacionais; 1 representante de universidades nacionais que tenham curso de comunicação, 1 representante dos meios de comunicação públicos, 03

representantes de sindicatos de trabalhadores de meios de comunicação, 01 representante das sociedades de direitos autorais, e 01 representante dos povos originários (populações indígenas).

Igualmente, no capítulo 15, focado na missão e funções desse Conselho Federal de Comunicação Audiovisual, encontraremos 15 itens discriminando estas atribuições, dos quais destacamos os seguintes:

- a) Colaborar e assessorar no desenho da política pública de radiodifusão;
- d) Apresentar diante da Ouvidoria Pública os requerimentos do público, quando este tipo de intervenção seja solicitada...;
- e) Apresentar à Comissão Bicameral de Comunicação Audiovisual do Parlamento um informe anual sobre o estado de cumprimento da Lei e do desenvolvimento da radiodifusão no país;
- f) Convocar anualmente os integrantes da Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual, com o objetivo de obter informe pormenorizado da gestão;
- m) Propor a nomeação de 02 diretores para compor a Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual;
- n) Propor a nomeação de 02 diretores para a Radio e Televisão Argentina;
- o) Destituir os Diretores da Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual pelo voto de 2/3 dos seus integrantes.

Ainda tomando como referência a experiência argentina da Lei 26.522, lembramos a existência de outro Conselho, o Conselho Assessor da Comunicação Audiovisual para a Infância, com o foco em elaboração de políticas de comunicação para este segmento.

Tomando como experiência o caso brasileiro, lembramos a importância de outras experiências de Conselhos, no âmbito do setor de Comunicação Social, como é o caso do Conselho Curador da EBC - Empresa Brasil de Comunicação. Constituído a partir da Lei 11.652/2008, que em seu Artigo 15 estabelece a composição deste Conselho Curador com 22 membros, sendo 04 representantes do Poder Executivo (Ministros de Estado da SECOM, Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia), 01 representante dos empregados, 02 representantes do Poder Legislativo (Senado e Câmara Federal), e 15 representantes da sociedade civil, estes últimos tendo sido indicados pelo Poder Executivo, em sua primeira versão, e sendo posteriormente utilizado o mecanismo da 'consulta pública' para sua renovação.

Igualmente, é interessante ressaltar a recente aprovação do Conselho Estadual de Comunicação Social da Bahia, um órgão colegiado ligado à Secretaria de Comunicação Social deste Governo Estadual, com uma composição de 07 representantes do Poder Executivo e 20 representantes da sociedade civil (sendo 10 de entidades empresariais e os outros 10 de setores não empresariais). Além disso, já existem articulações para a criação de outros Conselhos Estaduais, em outros Estados, assim como também existem iniciativas no âmbito municipal. Apenas para lembrar, a proposta 712 aprovada na I CONFECOM explicita: "... Criação de Conselhos de Comunicação nos âmbitos federal, estaduais e municipais, de caráter paritário, com membros eleitos e estrutura de funcionamento para que possa acompanhar a execução das políticas públicas que garantam o exercício pleno do direito humano à comunicação...".

## **5. As Ouvidorias.**

Outra ferramenta de controle público ou controle social é a Ouvidoria. Novamente, tomando como referência a Lei 26.522 da República da Argentina, em seu Capítulo IV, Artigo 19, dedicado à Ouvidoria Pública (ali chamada de Defensoria Pública), atribuindo a este órgão 09 missões/funções, entre as quais destacamos:

- a. Receber e canalizar as consultas, reclamações e denúncias do público de rádio e televisão e demais serviços regulados pela presente Lei...
- b. Organizar um registro das consultas, reclamações e denúncias apresentadas pelos usuários...
- c. Convocar as organizações (empresas) de mídia, públicas ou privadas, centros de estudos e de pesquisa, ou outras entidades do bom público geral, para criar um âmbito participativo de debate permanente sobre o desenvolvimento e funcionamento dos meios de comunicação;
- d. ...informar às autoridades competentes, aos interessados, à imprensa e ao público em geral, sobre os resultados (do trabalho da Ouvidoria Pública);
- e. Apresentar à Comissão Bicameral de Comunicação Audiovisual um informe anual de suas atividades;
- f. Convocar audiências públicas em diferentes regiões do país, com o objetivo de avaliar o adequado funcionamento dos meios de radiodifusão...;
- g. Formular recomendações públicas às autoridades competentes em matéria de radiodifusão.

Igualmente, cabe destacar a experiência brasileira da Ouvidoria da EBC – Empresa Brasil de Comunicação, estabelecida no Artigo 20 da Lei 11.652/2008, ao determinar que ‘...A EBC contará com uma Ouvidoria, dirigida por um Ouvidor, a quem compete exercer a crítica interna da programação por ela produzida ou veiculada, com respeito à observância dos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública, bem como examinar e opinar sobre as queixas e reclamações dos telespectadores e rádio ouvintes referentes à programação...’.

## **6. Outras ferramentas de controle público.**

Entendemos que, para além das Agências Reguladoras, dos Conselhos e das Ouvidorias, existem outras ferramentas de controle público ou controle social, já experimentadas e implementadas em nosso país e em outros mais. Se elas deverão fazer parte do conteúdo do novo Marco Regulatório das Comunicações, é outro debate. Mas, é importante que elas sejam citadas aqui, como referência e provocação ao aprofundamento de nosso debate. Até porque, defendemos a tese de que o controle público é uma questão cultural, que precisa ser incorporada às nossas instituições, e sua práxis é o resultado de uma fértil combinação de diversas ferramentas. Não existe uma única ferramenta de controle público, que por si só seja capaz de dar conta dessa missão de garantir uma maior participação da sociedade organizada na formulação e implementação de políticas públicas.

### **a. As Comissões Parlamentares.**

As Comissões Parlamentares temáticas, voltadas para a área de Comunicação Social podem e devem ser ferramentas de controle público, como aliás para qualquer outro setor de atividade econômica ou social. Em primeiro lugar porque, os parlamentares são eleitos diretamente pelo povo, para exercer a missão de legislar e fiscalizar o Poder Executivo. Em segundo lugar, porque estes espaços comumente se utilizam de procedimentos de publicização de seu trabalho, como são as audiências

públicas e as transmissões de sessões via televisões e rádios institucionais vinculadas ao Parlamento (Senado e Câmara).

Não à toa, a já tão citada Lei argentina 26.522 dedica o seu Artigo 18, Capítulo III, à Comissão Bicameral da Comunicação Audiovisual, considerando-a como parte integrante das autoridades do setor, com atribuições específicas, inclusive a de indicar 03 membros para compor a Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Visual. No caso brasileiro, a(s) Comissão(ões) de Comunicação, Ciência e Tecnologia da Informação, tanto na Câmara quanto no Senado, assim como a Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e pelo Direito à Comunicação com Participação Popular, podem se transformar em excelentes ferramentas de controle público e participação popular.

#### **b. As Audiências Públicas.**

A iniciativa de convocar Audiências Públicas em torno de uma determinada proposta de política pública ou de um projeto de Lei, pode caber aos Poderes Públicos, tanto o Executivo quanto o Legislativo. A experiência tem demonstrado, no caso brasileiro, que essa pode ser uma ferramenta de controle público e de participação popular bastante eficiente. É um momento em que o Poder Público se torna mais democrático e transparente, chama as entidades da sociedade civil para serem ouvidas, para que os diversos pontos de vista sejam confrontados, para que os mais variados atores sociais possam manifestar as suas opiniões.

Na ocasião da concessão e renovação de outorgas, por exemplo, o mecanismo das audiências públicas torna-se necessário e importante. A renovação não deve ser automática, e deve estar sujeita à avaliação dos compromissos assumidos no momento da concessão. Para isso, a sociedade civil deve ser convocada para participar desta decisão ‘estatal’. O mecanismo das audiências públicas é uma instância decisiva para fornecer elementos à decisão ‘estatal’, tanto pela possibilidade de registrar demandas da cidadania acerca da atividade do meio/empresa em questão, como para entender o posicionamento do radiodifusor e suas perspectivas para um novo período. Por isso, defendemos a criação de mecanismos de participação popular e controle social no processo de outorga e renovação, na gestão do espectro e no monitoramento das concessões, inclusive via audiências públicas.

É óbvio que tais Audiências Públicas não são excelentes ferramentas de controle público e de participação popular por si só. Sua eficácia dependerá sempre dos mecanismos de convocação e divulgação (quanto mais amplo e transparente, melhor), de procedimentos de participação (organização da logística, critérios para direito a voz), de descentralização territorial e regional (se são feitas apenas em Brasília, onde estão situados os Poderes Públicos da República, ou se são feitas de forma descentralizada, por Regiões ou por Estados), tudo isso determinará se estas Audiências Públicas conseguirão ouvir uma gama mais ou menos representativa da sociedade civil organizada...

#### **c. As Consultas Públicas.**

Por fim, outra ferramenta de controle público e participação popular, sem dúvida, é a experiência das Consultas Públicas, quando órgãos do Poder Executivo colocam de forma transparente, utilizando recursos modernos das novas tecnologias (internet), determinados Projetos de Lei, ainda em fase de formatação, para consulta pública, dentro de prazos determinados, acolhendo sugestões, críticas, propostas de alteração ou adendo, dos inúmeros atores sociais envolvidos naquela questão.



O exemplo recente da tão falada nova Lei de Direitos Autorais é uma boa referência da utilização dessa ferramenta. O próprio PL sobre o Novo Marco Regulatório das Comunicações deverá ser colocado para uma ‘ampla consulta pública’, nos próximos meses, segundo anunciado pelo Ministro das Comunicações, Paulo Bernardo.

#### **d. As Conferências Nacionais.**

A experiência brasileira das Conferências Nacionais tripartites, onde Poderes Públicos, empresários e sociedade civil não empresarial (cidadãos, usuários) participam de discussões e formulações de políticas públicas para os mais diversos setores sociais e atividades econômicas, que começou em 1948, com a I Conferência Nacional de Saúde, tem se demonstrado bastante interessante e eficaz como mais uma ferramenta de controle público e participação popular, sendo responsável por inúmeras iniciativas vitoriosas de políticas públicas (para citar dois exemplos históricos da área de saúde, a política de combate à AIDS e a implantação do SUS – Sistema Único de Saúde).

Durante a gestão do Governo do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003 a 2010), foram realizadas em nosso país mais de 50 Conferências Nacionais, dos mais diferentes setores sociais e atividades econômicas, que produziram inúmeras propostas, sugestões e orientações, que vem pautado várias políticas públicas dos Poderes Públicos, em suas diversas instâncias e níveis. Em dezembro de 2009, depois de décadas de luta e pressão, e apesar da forte resistência de alguns setores empresariais, conseguimos realizar a I Conferência Nacional de Comunicação (I CONFECOM), com mais de 1.500 delegados, e que produziu mais de 600 propostas para a área de comunicação. Entendemos que o novo Marco Regulatório das comunicações deveria conter a normatização da realização dessas CONFECOM’s, talvez com uma periodicidade de 3 anos, para que não ficasse ao sabor da boa vontade dos governantes de plantão. Lembramos que, as Conferências Nacionais são precedidas por um processo de Conferências Estaduais e Conferências Municipais ou Mesorregionais.

#### **e) O direito de resposta.**

Defendemos também a regulamentação do direito de resposta, um importante instrumento de defesa da cidadania, para que ofensas e inverdades veiculadas pelos meios de comunicação não fiquem impunes, e possam ter a devida oportunidade de resposta. Cabe ressaltar que o direito de resposta deve ser assegurado tanto no âmbito individual quanto no coletivo. O direito de resposta coletivo pode garantir, por exemplo, a requisição de ação coletiva por parte de determinados grupos ou minorias – negros, mulheres, índios, LGBT’s, etc – que tenham se sentido desrespeitados em seus direitos humanos. Este direito já está previsto no inciso V do artigo 5º. Da Constituição Federal, prevendo que seja proporcional ao agravo, e também no capítulo IV (artigos 29 a 360 da Lei 5.250/67, que regula a liberdade de manifestação do pensamento e de informação. Em recente declaração, o próprio Ministro Paulo Bernardo defendeu a aprovação de regras sobre prazos e condições do direito de resposta nos meios de comunicação, e afirmou que a atual desregulamentação tem resultado no arquivamento da maioria dos pedidos.

Reproduzimos aqui trecho do texto produzido pela UNESCO, já citado: “...Se uma emissora veicula uma acusação de má conduta ou incompetência, ou uma crítica prejudicial a determinada pessoa ou organização, os acusados ou criticados geralmente têm uma oportunidade adequada para se manifestar, respondendo, rebatendo ou simplesmente se posicionando sobre o que foi publicado contra eles...”. Este mesmo trabalho da UNESCO lembra que, na Europa, o direito de resposta está

estabelecido pelo regulamento Pan-Europeu, em seu artigo 23 da Diretriz AVMS, assim como no artigo 14 da Convenção Americana sobre Direitos Humanos. O mesmo acontece nas legislações de outros países. Tal direito de resposta, em algumas legislações, só se aplica a declarações de fato, e não a expressões de opiniões, enquanto em outras aplica-se em ambos os casos.

***Fontes utilizadas:***

Mendel, Toby e Salomon, Eve - ‘O Ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhora práticas para os atores-chave brasileiros’, UNESCO – Representação no Brasil, Série Debates Comunicação e Informação, n. 7, fevereiro 2011.  
Seminário Pós Confecom – 78 Propostas prioritárias – julho 2010.