



RESOLUÇÕES

XV Plenária Nacional do FNDC

Rio de Janeiro – 31 de julho e 1º de agosto de 2009

A XV Plenária Nacional do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), reunida nos dias 31 de julho e 1º de agosto de 2009, resolve:

I – Conferência Nacional de Comunicação

1. Atuação do FNDC

1.1 O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) defende a realização de uma Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) ampla e democrática.

1.2. Considera imperiosa a realização de uma Conferência de composição tripartite, ou seja, com a participação do governo, dos empresários e dos movimentos sociais. Nesse sentido, o Fórum se manifestará publicamente afirmando a necessidade de permanência do empresariado na organização da Confecom¹.

1.3. O FNDC reafirma a política de conjugar a busca de acordos com autoridades e empresários do setor e governantes, com a busca incessante de mobilização social em favor da Conferência e em favor de teses que signifiquem um avanço na formulação de políticas públicas de comunicação marcadas pelo interesse social.

1.4. As entidades associadas ao Fórum atuarão na Conferência Nacional da Comunicação defendendo a idéia de que todo cidadão deve ter acesso universal a bens públicos, como é o caso da comunicação, e às redes que os distribuem.

1.5. Os Comitês Regionais continuarão a mobilizarem-se para a criação e atuação das comissões pró-conferência, utilizando a sua estrutura para a divulgação e disseminação dos propósitos da Conferência.

2. Proposições

2.1. O FNDC firmará na Confecom a defesa dos seus quatro eixos estratégicos – controle público, reestruturação da cadeia produtiva, capacitação da sociedade e desenvolvimento da cultura.

2.2. Controle público [eixo estratégico1] da comunicação – Para o FNDC, o exercício do referido controle público deverá viabilizar o permanente empenho da sociedade para fazer com que os meios correspondam aos fins humanos propostos e não se autonomizem.

2.3. Tal controle deve ser exercido em três níveis: adoção de um marco regulatório; implantação de uma rede de mecanismos de controle; e articulação de uma rede de movimentos sociais capacitados para compreender a comunicação contemporânea, opinando e formulando sobre o seu processo.

2.3.1. O novo Marco Regulatório para as comunicações no país deverá ser construído dentro da idéia de controle público, a partir dos interesses da maioria da sociedade e com base na articulação das leis, regras e estatutos.

2.3.2. O FNDC defenderá que este Marco Regulatório leve efetivamente à regulação da mídia, e contenha, também, mecanismos de controle, pela sociedade, do seu conteúdo e da extrapolação de audiência que facilita a existência dos oligopólios da comunicação que desrespeitam a pluralidade e diversidade cultural.

2.3.3. O FNDC sugere que este Marco Regulatório seja baseado nos moldes da regulação da saúde no Brasil.

2.3.4. Este Marco Regulatório deve representar a atualização e reformulação de Leis e Normas existentes, além da formulação de novas, garantindo a construção e consolidação de políticas públicas de comunicação voltadas ao interesse público, elaboradas conjuntamente com os movimentos sociais.

2.3.5. O novo Marco regulatório deve contemplar e respeitar a diversidade e a pluralidade de nossa sociedade: gênero, raça, etnia, cultura, orientação sexual, crianças, juventude, idosos, pessoas com deficiência, crenças, campo social e outros.

2.3.6. Que os agentes reguladores também sejam implantados e funcionem com sentido e caráter públicos.

2.3.7. O FNDC defenderá a criação de mecanismos de controle públicos tais como conselhos de comunicação municipais e estaduais, agências reguladoras, ombudsmen e Conselho Federal dos Jornalistas.

2.3.8. Reivindicará a redefinição do papel do Conselho Nacional de Comunicação Social, independente do Senado, com caráter deliberativo e autônomo.

2.4. Ainda quanto ao controle público, o FNDC considera imprescindível aprofundar o debate entre o setor privado e a sociedade, buscando formular uma legislação que aplique o princípio constitucional da proibição do monopólio e oligopólio na área da comunicação. Essa legislação deverá equacionar os problemas decorrentes da propriedade cruzada dos veículos de comunicação. É preciso evitar práticas abusivas e antidemocráticas, sem perder de vista a qualidade da produção.

2.5. Reestruturação da cadeia produtiva [eixo estratégico 2] - O Fórum considera que esta reestruturação reclama a elaboração de um Plano Nacional de diretrizes e Metas para o desenvolvimento da Área das Comunicações, bem como o enquadramento da política de telecomunicações em uma *ampla política de comunicações*.

2.6. Para o FNDC tal política de comunicações deve abranger, entre outros tópicos, a formulação de uma política industrial de desenvolvimento da tecnologia nacional; a formação de recursos humanos para a produção de cinema, televisão, vídeo e multimídia; a implantação de um programa de valorização da mídia impressa; a definição legal de critérios políticos e técnicos para orientar a destinação das verbas publicitárias dos órgãos governamentais.

2.7. Deve também abranger a formulação de uma nova política de outorgas e de renovação de outorgas de emissoras de radiodifusão e de novas tecnologias de comunicação, com critérios claros e rito que permita o acompanhamento por todos os interessados. Nesse sentido, o FNDC defenderá:

2.7.1. A efetiva aplicação dos dispositivos legais já existentes e imediata regulamentação dos artigos 220 e 221 da Constituição Federal, que determinam: a proibição do monopólio e da propriedade cruzada; a promoção da cultura nacional e

regional; a regionalização da produção artística, jornalística e cultural; o estímulo à produção independente; e a preferência a conteúdos educativos, artísticos, culturais e informativos.

2.7.2. A implantação de mecanismos de transparência, participação popular e controle público no processo de outorga e renovação, na gestão do espectro e no monitoramento das concessões.

2.7.3. A realização de audiências públicas – de âmbito local, regional e nacional - no processo de renovação, como já indicadas no Ato Normativo da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados.

2.7.4. A apresentação por parte do concessionário e do Ministério, no ato de renovação, de levantamento, com resultados de pesquisa de opinião ou outros dispositivos, com a avaliação dos serviços prestados à comunidade, comprovando o atendimento dos compromissos firmados no ato da concessão, permissão ou autorização.

2.7.5. O estabelecimento de contrapartidas sociais, como por exemplo, a constituição – por parte dos radiodifusores – de um fundo de financiamento à radiodifusão pública, educativa/universitária e comunitária.

2.7.6. A inclusão na estrutura das empresas de Rádio e TV de mecanismos que estimulem e permitam o controle público sobre a programação, como conselhos com participação da sociedade, conselhos editoriais e serviços de ouvidoria.

2.7.7. No ato de outorga, observar o impedimento de pessoas físicas investidas em cargo público ou no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial, e seus parentes até terceiro grau, em nome próprio ou de terceiros, no controle, gerência ou direção de empresa de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

2.7.8. A estrita observância do decreto-lei 236/67 que estabelece, no artigo 12, limites à propriedade de concessões e permissões de empresas de radiodifusão, estabelecendo mecanismos que identifiquem os reais concessionários e permissionários e impeçam a prática disseminada de “testas-de-ferro” e a comercialização da propriedade entre particulares, regulamentando o dispositivo constitucional que estabelece vedação ao monopólio e oligopólio na prestação de serviços de radiodifusão.

2.7.9. A constituição no âmbito do Ministério das Comunicações de um conselho de acompanhamento das outorgas e renovações de concessões.

2.7.10. Em relação aos aspectos específicos, destaca a necessidade de na outorga, na exposição de motivos, a apresentação de projetos que estimulem a produção artística, cultural e jornalística regionais, a produção independente e o fomento ao emprego formal e, na renovação, a comprovação desses compromissos.

2.7.11. No ato de outorga ou renovação, deve ter a apresentação de certidões negativas de pessoa jurídica, proprietários e diretores (ou positivas com efeito de negativas) das Fazendas federal, estadual e municipal, INSS e FGTS e RAIS; com validade no momento do ato - ou, mais precisamente, da data da portaria do Ministério.

2.7.12. No ato de renovação da concessão, permissão ou autorização, a comprovação do cumprimento da legislação trabalhista, especialmente nos aspectos relativos à remuneração, jornadas de trabalho e regularidade nos contratos de trabalho.

2.7.13. No ato de renovação da concessão, permissão ou autorização, a comprovação do respeito às regulamentações das atividades profissionais envolvidas na cadeia produtiva da radiodifusão, notadamente das profissões de jornalista e radialista.

2.7.14. A comprovação do cumprimento do tempo mínimo (cinco por cento) destinado à programação jornalística, como determina o item h do artigo 39 da Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962, bem como a identificação dos profissionais responsáveis, com a apresentação dos respectivos registros legais, conforme previsto na Lei 5.250, de 09 de fevereiro de 1967.

2.7.15. A participação na avaliação das outorgas com a criação de uma comissão no Ministério das Comunicações com a presença de representantes da sociedade civil para isso e a obrigação dos processos serem apreciados no Conselho de Comunicação Social quando de sua tramitação no Senado.

2.7.16. Na regulamentação do processo de outorgar, priorizar concessões de rádio e TV para as comunidades tradicionais (ciganos, indígena, quilombola, ribeirinhos, religiosos de matriz africana e outros).

2.7.17. O FNDC defende a criação de cotas para o conteúdo brasileiro nas TVs abertas e nas TVs de acesso pago.

2.7.18. O FNDC aponta a necessidade de determinar, através de projeto legislativo ou ação governamental, que as emissoras divulguem sua condição de concessionárias públicas, explicitando as datas de início e fim das concessões.

2.8. O risco da desindustrialização, pela falta de domínio da tecnologia, com o colapso insuportável do nível de emprego e renda, são igualmente ameaças que fazem

da necessidade do controle público da digitalização, uma questão de segurança nacional e soberania.

2.9. Para fazer frente a estas oportunidades e desafios, o FNDC proporrá a criação da Organização Nacional de Serviços Digitais (ONSD), administrada sob controle público.

2.10. Proporrá também a definição de políticas claras para o incentivo à produção de semicondutores, inicialmente financiado pelos recursos do Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (FUST).

2.11. A digitalização, seja como janela de oportunidades, seja como desafio, é decisiva para a soberania, a cidadania, as relações internacionais, os direitos sociais, e a ordem econômica e financeira. Como tal, deve ser tratada como política de Estado.

2.12. A esse respeito, deve-se destacar que a implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) ainda pode cumprir um efetivo papel sócio-cultural.

2.13. Para viabilizar e dar consequência a esse planejamento, o FNDC defende a adoção do conceito de rede pública e única e a oferta de um pacote de vídeo, dados e voz acessível às diferentes faixas da população. Uma rede (única) com desagregação de serviços, interconexão e compartilhamento de infra-estrutura racionalizará os custos de operação, reduzindo os preços para permitir a oferta do pacote.

2.14. O FNDC defende a articulação e ampliação dos programas governamentais relativos à inclusão digital, com universalização do acesso e construção de uma infraestrutura pública de telecomunicações, garantindo sua sustentabilidade.

2.15. O Fórum salienta a necessidade de se ampliar o debate sobre o software livre e suas aplicações nas redes públicas e governamentais.

2.16. O Fórum considera urgente a regulamentação do mercado de banda larga, de maneira a garantir caráter público e universal ao serviço, com acesso gratuito.

2.17. Capacitação da sociedade para o conhecimento e a ação [eixo estratégico 3]. O FNDC defende uma política de capacitação da sociedade para debater a comunicação que abarque a implantação de um programa de apoio ao debate teórico e político e à elaboração técnico-científica sobre comunicação

2.18. O FNDC propõe e estimular a criação de um Instituto de Altos Estudos de Comunicação e Estratégia.

2.19. O FNDC defende a criação de um programa de Capacitação para Leitura Crítica dos Meios de Comunicação e Debate da Estética.

2.19.1. Nesse sentido, o FNDC defende a luta por uma política pública nacional que inclua no currículo escolar do ensino fundamental e médio, disciplinas sobre a mídia, dentro de uma filosofia que resgate o caráter dialógico da comunicação, possibilitando leituras diversas.

2.19.2. O Fórum criará parcerias para constituir grupos de estudos sobre a mídia, a legislação sobre a mídia em outros países, e o acompanhamento tramitação das leis no Brasil.

2.19.3. Buscará parceria no Ministério da Educação e no Ministério das Comunicações, para estudos, pesquisas e identificação de problemas e construções da mídia.

2.19.4. O FNDC divulgará denúncias, estudos e consultas, contribuindo para o estudo da mídia.

2.19.5. O FNDC irá elaborar cartilha sobre a Educação para a Mídia.

2.19.6. Bem como apoiará o debate da educação e reflexão para a mídia no âmbito dos conselhos municipais, das escolas e das comunidades.

2.20. O FNDC também estimulará a criação de um Código de Ética conjunto da área de comunicações, englobando todos os setores empresariais e profissionais da área da comunicação, proporcionando orientações à sociedade civil para a compreensão, julgamento e fiscalização de questões atinentes às comunicações.

2.21. Definição de uma política para o desenvolvimento da cultura no país [êxito estratégico 4]. Considerando-se que para o desenvolvimento da nação a comunicação social é tão importante quanto a economia e a defesa, por exemplo, torna-se imperioso pensar em uma política externa associada à uma política de comunicação. Por isso o país deve adotar um planejamento estratégico articulado com uma política de desenvolvimento da cultura. O exercício da soberania não está dissociado da realidade cultural de uma nação. Pelo contrário: pressupõe a afirmação da cultura nacional no cenário mundial. Os direitos sociais garantem os direitos da nação.

2.22. Como medida para a valorização do papel da população indígena e africana na formação da cultura e da nação brasileira, o FNDC propõe que se estabeleça um percentual da programação de todos os sistemas (público privado e estatal) para a veiculação de produção audiovisual que trata da história e cultura africana e indígena.

2.23. O FNDC defende uma comunicação que deve ser posta a serviço da soberania e da diversidade cultural brasileira. A Conferência Nacional de Comunicação constitui-se no ambiente adequado para a definição das grandes linhas políticas que

permitirão articular os objetivos nacionais, uma sólida política cultural e uma política de comunicação, reconhecendo tais propósitos como naturalmente associáveis e estratégicos.

2.24. Em consonância com as observações do Conselho Federal de Psicologia quanto à influência da publicidade nas relações de consumo e na construção de subjetividade, em especial no período da infância, o FNDC defenderá na Confecom:

2.25. A necessidade de resgatar a plenitude do desenvolvimento da criança em virtude do assédio do mercado, fortalecendo os valores da infância, priorizando o ato de brincar e não o objeto, o brinquedo anunciado.

2.26. Que as reais necessidades da criança sejam contempladas quanto à preservação da saúde, inclusive quando são evidentes os apelos publicitários para o consumo de alimentos inadequados e prejudiciais como gorduras trans e outros, camuflados em elaboradas mensagens publicitárias.

2.27. Medidas que proíbam a exposição da criança em publicidade dirigida ao público infantil. Tal exposição cria o estereótipo de criança incompatível com a realidade da estrutura familiar contemporânea.

2.28. Defenderá políticas que produzam uma mudança no imaginário social, relacionan as substâncias psicoativas com o dano produzido por seu consumo abusivo, em especial tendo por alvo as crianças brasileiras que se vêem desde jovens assediadas pelo mito de reconhecimento do campo social estimulados por estes simulacros publicitários. A propaganda de cerveja, vinhos e espumantes de baixos teores associa o consumo destas à alegria, festas, sucesso e até a atividade desportiva. Entretanto, o consumo de tais bebidas é reconhecidamente a porta de entrada de jovens e crianças para o grave problema de saúde pública que é o alcoolismo no Brasil. grudar)

2.29. O FNDC manifesta-se, e expressará essa posição na Confecom, contrário a exploração da imagem do homem, mulher, criança e adolescente na mídia. Inúmeros setores da sociedade não apenas estão excluídos de acesso aos meios, impedidos de exercer a liberdade de expressão e de ter acesso às informações, mas freqüentemente são alvos de tratamento discriminatório, como os negros, os trabalhadores, as mulheres e os movimentos sociais populares.

2.30. Muitas pesquisas relacionam os acidentes de trânsito com propagandas que exaltam a velocidade, status, poder, competitividade, beleza, dentre outros atributos. Esses atributos destacados pelas propagandas de veículos induzem a um padrão de consumo que não dialoga com as necessidades reais da sociedade e de um trânsito

saudável. O FNDC defende políticas públicas com vistas a resgatar a associação de valores como cidadania e mobilidade às questões do trânsito.

2.31. O FNDC, em conjunto com o Conselho Federal de Psicologia, irá contribuir para a desconstrução dessas distorções por meio da análise e denúncia de seus efeitos na sociedade, participando da criação e fortalecimento dos mecanismos de controle social da comunicação.

2.32. Propõe também que seja garantida nas propagandas a paridade entre negros, outras etnias e gêneros.

2.33. Defende a ampliação dos critérios para destinação de verbas governamentais em publicidade, de maneira a democratizar a aplicação do dinheiro público nesse setor, gerando um marco regulatório da publicidade oficial, com diversificação dos meios e inclusão de mídias alternativas.

II – Proposições gerais

1. Em defesa da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista

1.1. Com base neste cenário e com o objetivo de avançar e solidificar a luta por uma liberdade de expressão plena e de alcance a toda a sociedade, o FNDC defende a organização dos trabalhadores da comunicação por meio de regulamentações profissionais que resguardem e respeitem suas especificidades e sejam defendidas e atualizadas buscando evitar sobreposições de funções.

1.2. O FNDC repudia a decisão do STF e reforça a luta em defesa do diploma de jornalista para garantir os critérios de responsabilidade social dessa importante profissão, por meio da reinserção da exigência da formação específica para o exercício do Jornalismo.

1.3 O FNDC reivindica uma formação profissional que além dos aspectos técnicos, valorize a formação humanística e a capacitação também para a atuação nos meios de comunicação públicos, universitários e comunitários.

1.4. O FNDC defende que a profissão de jornalista – organizada e regulamentada – efetivamente se transforme em instrumento de controle público da mídia, de defesa das liberdades de expressão e de imprensa.

1.5. Também entende que são garantias da democracia nas comunicações e no país o respeito e a valorização da regulamentação dos radialistas e outros segmentos de

trabalhadores da mídia, a defesa e estímulo dos radiocomunitaristas e de meios de comunicação alternativos e/ou utilizados pelos movimentos sociais, como blogs, sites não jornalísticos, redes, entre tantas outras formas de exercício comunicativo livre e democrático.

1.6. Por isso, o FNDC defende o jornalismo como uma imperiosa necessidade social e reivindica o apoio e a solidariedade da sociedade civil.

1.7. Para o FNDC, a exemplo do que foi a luta por uma Constituição democrática, pela implantação da TV a cabo, pela digitalização favorável aos interesses nacionais, pela TV pública, neste momento a defesa do jornalismo é um das agendas prioritárias em defesa da democratização da comunicação.

2. Por uma nova Lei de Imprensa

2.1. Em 30 de abril de 2009 o STF – Supremo Tribunal Federal, por maioria dos votos extinguiu a Lei 5.250/67 – Lei de Imprensa. O pedido de revogação da Lei foi de iniciativa do Deputado Miro Teixeira (PDT-RJ). Esta era uma reivindicação histórica do movimento sindical dos jornalistas. Liminarmente o Ministro Ayres Britto havia atendido o pedido do deputado tornando sem efeito 22 dos 77 artigos da Lei, considerados entulho autoritário da ditadura. O STF ao derrubar todo o texto desarmou a sociedade de garantias na relação com os meios de comunicação e criou um ambiente de insegurança para atuação dos veículos e profissionais, acentuada pela omissão do Congresso Nacional que se recusa a votar uma nova e democrática lei de imprensa.

2.2. Diante do exposto, o FNDC defende a necessidade de uma nova Lei de Imprensa que garanta efetivamente a liberdade de expressão. Desde agosto de 1997 há um projeto de uma nova legislação para a imprensa aguardando para ser incluído na pauta, o substitutivo do Ex-deputado Vilmar Rocha (PFL-GO) – PL 3.232/92. A aprovação deste PL atualizado seria um avanço na democratização da comunicação no país, uma conquista importante para a sociedade e representaria uma autonomia para os jornalistas.

2.3. A proposta traz inovações como rito sumário para o direito de resposta; determinação de que a resposta tenha de ser veiculada no mesmo espaço onde ocorreu a ofensa, obrigatoriedade do serviço de atendimento ao público, não impedimento de veiculação de publicidade ou matéria paga; identificação dos reais controladores dos veículos de comunicação e conversão das penas de cerceamento de liberdade para os delitos de imprensa em prestação de serviços a comunidade.

2.4. Para aperfeiçoar e atualizar o PL 3.232/92 o FNDC propõe:

2.4.1. Mecanismos de restrição à litigância de má fé contra jornalistas.

2.4.2. Dispositivos que normatizem a aplicação da “falsidade não nominativa”, que é a possibilidade de que sejam reparadas – por meio da ação do Ministério Público, provocado ou por conta própria – falsidades veiculadas pelos veículos de comunicação que não atinjam direta e especificamente alguém.

2.4.3. Direito de antena. Mecanismo já utilizado na Europa para que grupos minoritários e segmentados apresentem suas idéias à sociedade. Assemelha-se ao horário eleitoral gratuito usado pelos partidos para difundir seus programas e propostas.

2.4.4. A identificação no expediente, ou na apresentação dos créditos, do jornalista responsável pelos conteúdos jornalísticos em toda e qualquer mídia.

3. Em defesa da Empresa Brasil de Comunicação – EBC

3.1. O FNDC reivindicará junto à direção da EBC a implementação de conselhos de redação; produção e programação, com integrantes eleitos pelos seus pares.

3.2. Defenderá a abertura para a participação da sociedade nas reuniões, com pautas e dias previamente divulgados, do Conselho Curador (CC) e adoção de consultas públicas como mecanismo de gestão.

3.3. O FNDC defende a transparência e ampla divulgação pública das atas, pareceres e relatórios do CC.

3.4. O FNDC disputará a renovação da composição do Conselho Curador, visando ampliar a representação dos trabalhadores e movimentos sociais.

3.5. O FNDC defenderá junto à Direção da EBC o estímulo efetivo à diversidade cultural e à produção regional e independente de conteúdos de entretenimento e jornalismo.

3.6. O FNDC irá acompanhar e intervir na implementação do sistema de rádio público e estatal.

3.7. Para além de lutar pela maior participação no CC da EBC, o FNDC apoiará iniciativas no sentido de fortalecer outras ferramentas de controle público, tais como:

3.7.1. Audiências públicas sistemáticas para prestação de contas à sociedade.

3.7.2. Ouvidoria geral, com estrutura, visibilidade e autonomia de ação.

3.7.3. Centrais de atendimento aos usuários, ágeis e eficientes.

3.7.4 Gestão pública democrática e transparente com índices de gestão pública e mecanismos internos como diretoria colegiada, reuniões de funcionários, pesquisas anuais de avaliação de gestão, política interna de comunicação.

3.8. O FNDC se manifestará publicamente em defesa da manutenção da Empresa Brasil de Comunicação – EBC².

4. Quanto ao Governo Federal

4.1. O FNDC recomendará ao governo que reestruture o Ministério das Comunicações e dê maior transparência aos projetos, estratégias e ações da Pasta, de maneira a garantir que atenda aos interesses da sociedade e não apenas dos grandes grupos de mídia.

4.2. Sugerirá a mudança da atual gestão do nic.br (Comitê Gestor da Internet), atualmente gerido por uma Oscip, por um órgão do setor público. E que os recursos advindos dos serviços prestados pelo nic.br sejam cobrados e geridos por um banco público.

4.3. A entidade irá sugerir ao governo a criação de um Fundo de Apoio à Radiodifusão Comunitária.

III – Mobilização e organização do FNDC

1. Coordenação Executiva

1.1. No dia 1º de agosto de 2009 foi eleita a nova composição da Coordenação Executiva do FNDC para o biênio 2009-2011.

1.2. Foram reeleitos por unanimidade os representantes da Federação Nacional dos Jornalistas – Fenaj, Celso Augusto Schröder; da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária – Abraço, José Luiz Nascimento Sóter; da Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão – Fitert, José Catarino Nascimento Silva; do Conselho Federal de Psicologia – CFP, Roseli Goffman e da Associação Nacional das Entidades de Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões – Aneate, Berenice Mendes Bezerra.

1.3. Por consenso, a Plenária decidiu ampliar o número de entidades da Coordenação Executiva, que passou de cinco para seis integrantes. Decidiu também que

para a gestão aqui referida, ocupará esta vaga a Central Única dos Trabalhadores – CUT, representada por Rosane Bertotti.

1.4. A ampliação da Executiva será referendada na próxima Plenária Nacional do Fórum, cuja convocação deverá prever a alteração estatutária.

1.5. Pela Coordenação-Geral do FNDC, responderá o jornalista Celso Augusto Schröder. As outras pastas da Executiva – Secretaria Geral; Coordenação de Comunicação; Coordenação de Mobilização e Organização; Coordenação Tesoureira; e a nova pasta criada nesta Plenária, Coordenação de Políticas Públicas – terão seus titulares definidos entre os representantes eleitos em reunião posterior da coordenação.

2. Conselho Deliberativo

2.1. Para a composição do Conselho Deliberativo, referente ao Biênio 2009-2011 foram eleitas, por unanimidade, as seguintes entidades: Federação Nacional dos Jornalistas – Fenaj; Conselho Federal de Psicologia – CFP; Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária – Abraço; Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão – Fitert; Central Única dos Trabalhadores – CUT; Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo - FNPJ; da Federação Nacional dos Trabalhadores do Judiciário Federal e Ministério Público da União – Fenajufe; Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil – CTB; União Geral dos Trabalhadores – UGT; Federação Nacional dos Empregados em Empresas e Órgãos Públicos e Privados de Processamento de Dados – Fenadados; Associação das Rádios Públicas do Brasil - Arpub; além dos representantes dos comitês regionais do FNDC: Comitê pela Democratização da Comunicação da Bahia; Comitê pela Democratização da Comunicação da Região Sisaleira da Bahia; Comitê pela Democratização da Comunicação de Minas Gerais; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio Grande do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação do Ceará; Comitê pela Democratização da Comunicação do Mato Grosso; Comitê pela Democratização da Comunicação do Mato Grosso do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação de Santa Catarina e Comitê pela Democratização da Comunicação do Distrito Federal.

3. Conselho Fiscal

3.1. Para as vagas de titulares do Conselho Fiscal foram eleitos o Comitê pela Democratização da Comunicação do Vale do Sinos e do Paranhana; Comitê pela

Democratização da Comunicação da Paraíba; e o Comitê pela Democratização da Comunicação de Bauru.

3.2. Para suplentes no Conselho Fiscal, foram eleitos a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação – Intercom e a Associação Brasileira de Ensino de Psicologia – Abep.

4. Acompanhamento das deliberações das Plenárias

4.1. A Coordenação Executiva do FNDC levantará todas as teses e demais deliberações já aprovadas nas Plenárias Nacionais da entidade, apontado quais foram colocadas em prática.

4.3. Deverá ser feito um acompanhamento das deliberações que ainda não foram implementadas.

4.4. As reuniões da Coordenação Executiva deverão ser pautadas por este relatório.

manifesto

¹ Duas notas foram emitidas – a primeira em 04 de agosto como [Manifesto](#) e a segunda em 19 de agosto de 2009, com o título [FNDC defende Conferência de Comunicação ampla e democrática](#). As manifestações estão disponíveis no site do FNDC.

² O posicionamento do Fórum foi realizado no [Manifesto](#), publicado em 04 de agosto de 2009.