



# Mídia e Participação Social

A comunicação está no centro do debate público



Entrevista exclusiva com o ministro Hélio Costa

# Há vida inteligente no outro lado da mídia



Ajude a fazer a revista do FNDC.  
Escreva para [imprensa@fndc.org.br](mailto:imprensa@fndc.org.br)

# Comunicação, ano um

**M**ilhares de pessoas, por todo o país, debateram durante este ano temas da comunicação social, construindo, de forma inédita, a primeira conferência nacional do setor.

Ao final da 1ª Confecom (Brasília, de 14 a 17 de dezembro de 2009), um conjunto de propostas deverá ter sido organizado para subsidiar as decisões nesta área e formular políticas públicas para as comunicações no Brasil.

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) participa efetivamente da Conferência, defendendo, como base de suas propostas, o controle público sobre o setor. O tema é controverso. Por isso, a revista MídiaComDemocracia o aborda nesta edição. O Fórum busca desmitificar a ideia de censura relacionada ao termo, o qual, sustenta, está relacionado de fato à participação social.

Radialistas falam para este número sobre o futuro da profissão. A transferência de tecnologias no rádio e na TV para o meio digital diversifica seus potenciais – nas ondas sonoras, conteúdos múltiplos encontram uma diversidade de vias para serem distribuídos.

Também os jornalistas se deparam com questões que envolvem o futuro da atividade. Além disso, o jornalismo sofreu em 2009 um revés – por decisão do Supremo Tribunal Federal, a atividade foi desregulamentada. Um novo marco legal deverá ser delineado para a profissão. E muito mais.

Brasília, 2009, é só um começo.



4

entrevista

## Ministro das Comunicações

O ministro Hélio Costa conta, em entrevista exclusiva à revista MídiaComDemocracia, quais são suas expectativas sobre a Confecom e o que pensa das políticas do País para o setor. O mineiro de Barbacena que fez carreira na radiodifusão se considera um político “antenado” com os anseios sociais.



8

profissão

## Radialistas

A digitalização do rádio e da TV apresenta um novo cenário para radialistas e radiodifusores. Adequar formas de sustentabilidade e de trabalho, nesse contexto, é o desafio do setor. Profissionais precisam se apropriar das novas técnicas e imprimir nelas o seu conhecimento.

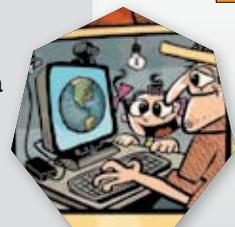


16

conceito

## Participação social

O setor das comunicações no País é controlado pelo poder econômico e está sujeito a interesses particulares. Para democratizar as comunicações, o FNDC defende a articulação de três esferas: participação social, marco regulatório e agentes reguladores.



27

internet

## Inclusão digital

A transmissão de dados via rede de energia elétrica é uma alternativa que concorre e complementa os sistemas de comunicação sem fio, satélites e cabos. A tecnologia pode contribuir para a inclusão digital. É preciso, entretanto, ajustar a regulamentação para disseminá-la.

Apoio

## Expediente



**Coordenação Executiva FNDC 2009-2011:** Celso Augusto Schröder – Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); Roseli Goffman – Conselho Federal de Psicologia (CFP); José Luiz do Nascimento Sóter – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço); Berenice Mendes Bezerra – Associação Nacional das Entidades de Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões (Aneate); Nascimento Silva – Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert); Rosane Bertotti – Central Única dos Trabalhadores (CUT).

**Comitês Regionais do FNDC:** Comitê pela Democratização da Comunicação da Bahia; Comitê pela Democratização da Comunicação de Bauru; Comitê pela Democratização da Comunicação da Região Sisaleira da Bahia; Comitê pela Democratização da Comunicação do Ceará; Comitê pela Democratização da Comunicação do Distrito Federal; Comitê pela Democratização da Comunicação do Mato Grosso; Comitê pela Democratização da Comunicação do Mato Grosso do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação de Minas Gerais; Comitê pela Democratização da Comunicação do Vale do Sinos e do Paranhana; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio Grande do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação da Paraíba; Comitê pela Democratização da Comunicação de Santa Catarina; Comitê pela Democratização da Comunicação do Piauí.

**MídiaComDemocracia** é uma publicação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação.  
Editor Executivo: Pedro Luiz da Silveira Osório (Reg. prof. nº 4.579)  
Editora: Ana Rita Marini (Reg. prof. nº 10.909)  
Reportagens: Diego Vacchi (Reg. prof. nº 13.032), Valéria Marcondes (Reg. prof. nº 12.881). Revisão: Rosane Vargas. Estagiária: Fabiana Reinholz  
Editoração e ilustrações: Squadra Comunicação

Colaboradores: Candice Cresqui (Reg. prof. nº 12.933), Edgar Vasques, Guilherme Karam, Orlando Guilhon e Nascimento Silva.  
Impressão: Gráfica Centhury  
Tiragem: 4.500 exemplares  
As opiniões aqui expressas não representam necessariamente a posição das entidades sócias do FNDC. É livre a reprodução dos conteúdos, desde que citada a fonte.

# Político “antennado” com a comunicação

Por Ana Rita Marini  
Fotografia de Fabrício F. Jesus

O mineiro de Barbacena Hélio Costa, 70 anos, cumpria mandato de senador pelo PMDB de Minas Gerais quando o interrompeu para assumir o Ministério das Comunicações (Minicom), em 2005, durante o primeiro governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Sua pasta, órgão do Executivo Federal, tem a missão de proporcionar à sociedade brasileira o acesso democrático e universal aos serviços de comunicação.

O Minicom deve elaborar e fazer cumprir as políticas públicas do setor no Brasil — prática que o ministro tem a oportunidade de vivenciar de forma especial este ano, quando ocorre, pela primeira vez, uma Conferência Nacional de Comunicação. Nesta entrevista exclusiva para a revista *MídiaComDemocracia*, concedida por e-mail, Hélio Costa conta quais são suas expec-

tativas sobre a Confecom e o que pensa das políticas do País para o setor.

Hélio Costa fez carreira na radiodifusão, primeiro como locutor e depois como repórter. Nesta profissão, viajou por 73 países, em coberturas internacionais, e foi correspondente de guerra em três oportunidades, nos conflitos de El Salvador, Nicarágua e no Oriente Médio. Sua trajetória política teve início em 1986, quando se elegeu, pelo seu Estado, deputado federal Constituinte. Em 2003, foi eleito senador.

Em sua atuação política no Congresso, o ex-repórter foi sempre visto pelos movimentos sociais e que lutam pela democratização dos meios de comunicação como um parceiro dos empresários da mídia, mas isso ele nega. Hélio Costa se considera um político “antennado” com os anseios sociais.



**O setor de comunicações no Brasil está assentado em regulamentações dispersas, muitas desconexas e desatualizadas. Tradicionalmente, o País não produz ações em comunicação. Como é o desafio de ser titular de uma pasta sem políticas próprias?**

**HC** - É verdade que o setor está

convivendo com marcos legais e regulatórios desatualizados, que não dão conta da realidade da convergência tecnológica. E essa é uma das razões da realização da Confecom [Conferência Nacional de Comunicação]. Mas o país produz políticas. A implantação da TV Digital, o Programa Banda Larga nas Escolas, a implantação de telecentros

em todo o País, as novas licitações de radiodifusão comercial, os novos avisos de habilitação de rádios comunitárias e agora o Plano Nacional de Banda Larga, que será anunciado, são exemplos concretos. Os desafios que nos têm sido apresentados são imensos, mas o Ministério das Comunicações voltou a ocupar um espaço importante que ha-

via sido ameaçado, sobretudo no final do governo passado.

**Sua carreira profissional foi construída na radiodifusão, como repórter, e o senhor é considerado um político parceiro dos radiodifusores. Nesses quatro anos à frente do Ministério das Comunicações, foi possível incorporar a agenda do presidente Lula – que inclui ouvir os movimentos sociais para o setor?**

**HC** - Minha carreira foi construída na comunicação. Trabalhei no jornal antes da televisão. Estou há pouco mais de quatro anos no Minic e a nossa gestão foi a que mais outorgou rádios comunitárias. Só em 2009, foram mais de 600, o que representa mais de duas por dia! Hoje, as rádios comunitárias são maioria no Brasil.

Temos atuado fortemente em prol do sistema público de comunicação. Estamos empenhados na realização de uma conferência nacional que é uma

reivindicação dos movimentos sociais. Fizemos este ano uma consulta pública para política de telecomunicações que recebeu mais de 2.600 contribuições. Estamos atentos com os anseios sociais.

**O FNDC participou efetivamente do debate da TV digital e foi crítico do modelo adotado no Brasil. O senhor está satisfeito com o desenvolvimento e a implantação da TV Digital no País?**

**HC** - A participação do FNDC nesse e em outros debates de comunicação tem sido muito importante, pois se trata de uma entidade com legitimidade histórica. Temos menos de dois anos da implantação do modelo e já estamos em pelo menos 20 capitais e nove cidades-polo. Nosso cronograma está bem acelerado.

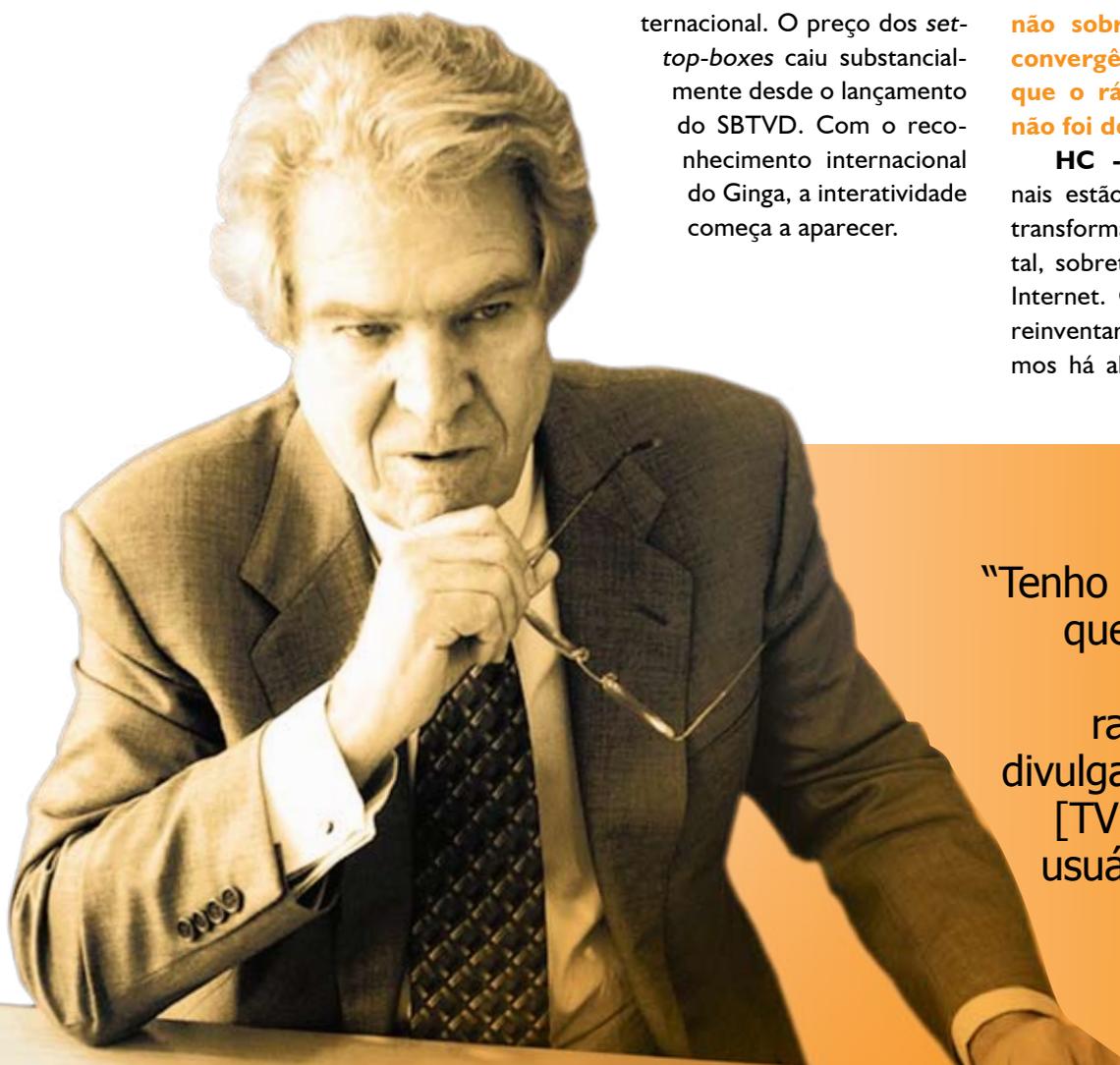
O Brasil foi acompanhado por importantes países vizinhos, como a Argentina, o Peru, a Venezuela e o Chile. Outros certamente virão. Estamos em conversação com os países do continente africano. O sucesso é internacional. O preço dos set-top-boxes caiu substancialmente desde o lançamento do SBTVD. Com o reconhecimento internacional do Ginga, a interatividade começa a aparecer.

**A multiprogramação, a interatividade, além do desenvolvimento de tecnologia brasileira para os semicondutores (que constam do decreto do presidente Lula para a TV Digital) não aconteceram. Isso não compromete o processo?**

**HC** - A multiprogramação está sendo testada e prevista para ser utilizada pelos canais públicos. Mas, tenho que reconhecer, esperava mais atuação dos radiodifusores na divulgação do sistema para os usuários brasileiros. Apesar de a tecnologia de semicondutores não estar prevista no decreto de transição do sistema, estamos em tratativas com os japoneses. Nesse caso, temos que superar algumas dificuldades que levam tempo, como a qualificação profissional. Estamos estabelecendo intercâmbios entre brasileiros e japoneses para aproximar as fronteiras.

**O senhor afirmou em uma entrevista, recentemente, que a TV, como é conhecida e feita hoje, não existirá daqui a cinco anos, porque não sobreviverá ao ambiente de convergência. O rádio existirá? Por que o rádio digital no País ainda não foi debatido?**

**HC** - Todas as mídias tradicionais estão sofrendo um processo de transformação com a revolução digital, sobretudo com o crescimento da Internet. O rádio também precisa se reinventar para continuar forte. Estamos há alguns anos debatendo o rá-



“Tenho que reconhecer que esperava mais atuação dos radiodifusores na divulgação do sistema [TV digital] para os usuários brasileiros”

dio digital. Em novembro, foi feito um Chamamento Público de 180 dias justamente sobre as possibilidades para o rádio digital no Brasil. A sociedade foi chamada algumas vezes para discutir o assunto. A Confecom tem produzido propostas nesse tema.

**É possível que a radiodifusão sobreviva à entrada das telecomunicações no setor de audiovisual?**

**HC** - Sem dúvida. A radiodifusão tem na produção de conteúdo sua principal atividade. O setor de telecomunicações, por sua vez, é um distribuidor por excelência. Temos que garantir uma competição saudável nesse ambiente, estimulando e preservando a produção de conteúdo nacional. Tem espaço para todo mundo.

**Qual a sua relação com o Ministério da Cultura, depois do debate sobre a TV Pública, incorporada pela Secom?**

**HC** - Nossa relação, tanto com o Ministério da Cultura, quanto com a Secom, sempre foi de muito respeito e parceria. Ambas as pastas fazem parte da comissão organizadora da Confecom. Estamos trabalhando juntos. A TV Pública foi incorporada pela Secom, pois a EBC, antiga Radiobrás, sempre esteve na estrutura da secretaria.

O nosso papel foi garantir o espaço para a TV Pública com a adoção do padrão japonês de TV Digital, liberando os canais de 60 a 69. Depois, elaboramos uma norma de operação compartilhada para a rede pública que será implantada com os canais da União, do Legislativo e do Judiciário. O Ministério das Comunicações participou dos dois fóruns de TV pública, contribuindo nos debates. Recentemente, por determinação minha, a Consultoria Jurídica elaborou um parecer garantindo a possibilidade de emissoras educativas públicas veicularem a publicidade institucional. Os canais comunitários foram inseridos no plano de mídia do governo, conduzido pela Secom, após um entendimento do Minicom. Esses exemplos demonstram uma atuação importante do Ministério em benefício do campo público de comunicação.

**Quais são suas expectativas para a 1ª Confecom?**

**HC** - As expectativas são as melho-

res. Queremos que a sociedade brasileira, nas suas mais diversas formas de se expressar, nos aponte caminhos para a comunicação no futuro. Todos os estados brasileiros mais o Distrito Federal estão sendo consultados sobre o que pensam sobre a comunicação brasileira. Com isso, vamos poder extrair da sociedade em geral ideias, visão e propostas que serão importantes para subsidiar as decisões sobre esse setor dinâmico.

**O que o Minicom poderia fazer para encampar as propostas majoritárias/consensos que surgirão da Confecom para a produção de políticas públicas?**

**HC** - Muitas das propostas que estão surgindo indicam mudanças no marco legal do setor. Dessa forma, o Congresso Nacional será o grande e legítimo ambiente de discussão pós-Confecom. O Minicom analisará todas as propostas aprovadas e estudará as que são de sua atribuição direta. Contudo, não podemos esquecer os outros órgãos do governo que também têm algum vínculo com a matéria.

**O que poderá ser feito daquilo que não for acordado na Conferência, mas surgir nela como reivindicação da sociedade?**

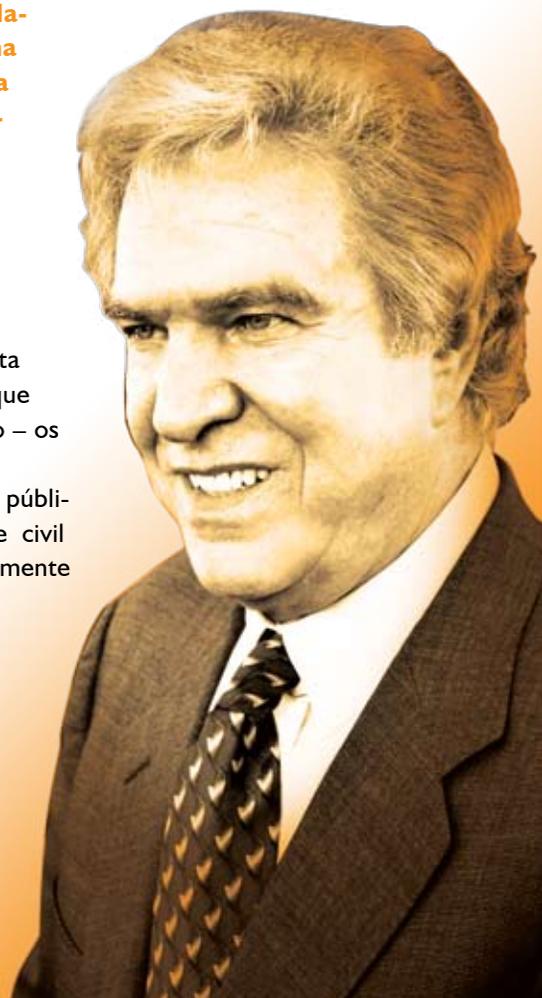
**HC** - A Confecom está sendo construída de forma a permitir que todas as propostas sejam contempladas na etapa nacional, garantindo, com isso, que a sociedade apresente sua pauta de questões. Temos observado que os consensos superaram – e muito – os dissensos.

São três segmentos (poder público, sociedade civil e sociedade civil empresarial) envolvidos diretamente

no processo da conferência. Aquilo que for objeto de aprovação da maioria merecerá uma atenção especial. Outras questões que não alcançarem o mesmo status não serão necessariamente descartadas, mas ensejarão um debate mais profundo.

**O senhor já sinalizou sua saída da pasta no final deste ano. Quais os seus projetos políticos para o futuro?**

**HC** - O meu desligamento do Ministério das Comunicações só se dará quando o Presidente Lula quiser ou quando o calendário eleitoral assim o determinar. Sou senador com muita honra por Minas Gerais e meu futuro político certamente será aquele que meu Estado e meu partido entenderem como o mais adequado para um grande projeto. Em verdade, estou falando de um projeto político para o Estado, não pessoal. Estamos conversando bastante com todos, mas eleições é um assunto somente para o ano que vem. ■



# O rádio, a televisão e o radialista



# Aonde a digitalização os levará?

Em pouco tempo, a radiodifusão compreendida como “transmissão de som e de imagens por meio de ondas de radiofrequência que se propagam eletromagneticamente através do espaço” será radicalmente ampliada. Com a transferência de tecnologias, rádio e TV digitalizados diversificarão seus potenciais — pelas ondas sonoras passarão, simultaneamente, conteúdos múltiplos.

O cenário impõe que radialistas e radiodifusores repensem o setor, adequando formas de sustentabilidade e de trabalho. Profissionais precisam qualificar-se constantemente, incorporar as novas técnicas e, ao mesmo tempo, imprimir nelas seu conhecimento — o futuro da radiodifusão é imprescindível essa mescla de saberes.

O rádio e a televisão aberta ainda representam os meios de informação e de entretenimento mais importantes para a maioria da população no Brasil — 88,9% dos domicílios brasileiros possuem rádio e 91,1% possuem televisão, conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2008, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia Estatística-IBGE. No decorrer dos 87 anos de existência do rádio e 59 anos da TV no Brasil, a competência e a criatividade dos profissionais do setor ganharam o país de um extremo a outro.

**N**um cenário assim, o que o futuro reserva para os radialistas? A chegada do rádio, há 87 anos, colocou em xeque a vida dos periódicos impressos. A implantação da televisão, há 59 anos, pôs em risco a existência do rádio. O tempo, porém, tratou de absorver cada veículo com suas características e fins diferenciados. Todos sobreviveram — e se desenvolveram. A informática e a popularização da internet, a entrada das empresas de telefonia na transmissão de conteúdo audiovisual decretarão a morte do rádio e da televisão?

Eduardo Meditsch, autor do livro *O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo* (Editora Insular, 2007), coordenador do Programa de Mestrado em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina, propõe pensar o rádio como uma criação cultural, com suas leis próprias e sua forma específica de me-

dição sociotécnica. “A existência de uma emissora de rádio em particular, e do rádio em geral como instituição, não pode mais ser atrelada à natureza dos equipamentos de transmissão e recepção utilizados para lhes dar vida, mas sim à especificidade do fluxo sonoro que proporcionam e às relações socioculturais que a partir dele se estabelecem”, justifica Meditsch no artigo *Novos tempos, velhas idéias: ou o ancião chamado rádio digital*, publicado no site *Caros Ouvintes*, em 27 de setembro de 2008.

Conforme Meditsch, as empresas jornalísticas já descobriram que seu produto é a informação, não o calhamaço de papel. Porém, as empresas de rádio continuam pensando que seu negócio é a posse de um canal. “Transmissores, receptores, canais e bandas

Responsáveis por atividades, como locução, operações técnicas, narração, direção, roteiro, projetos e criação, por exemplo sendo 21 delas de nível acadêmico — são 94 as funções do radialista, de acordo com a lei —, esses profissionais convivem constantemente com a incorporação de novas tecnologias, desde os primórdios da radiodifusão. Essas mudanças são acompanhadas pela constante qualificação desses operadores da “máquina” da radiodifusão, seja no âmbito técnico, seja no administrativo, seja na produção.

Na fase atual, em que o setor está se digitalizando, a migração de um sistema radiofônico analógico para a tecnologia digital causa impacto muito além da transmissão. A elaboração e a forma de lidar com o substrato da radiodifusão se alteram radicalmente, seja para exibição ao vivo ou para a editada.

A principal mudança nos processos tecnológicos nessa área é que eles passarão a trabalhar com TI (Tecnologia da Informação), garante o engenheiro Marcus Manhães, pesquisador, especialista em radiodifusão digital. “O mundo da informática na comunicação vai para dentro da emissora”, explica. Rádio e TV digitais passam a utilizar dispositivos que se comunicam basicamente por dados, por internet, padrões de comunicação interna estruturados pela TI.

de frequência são meros suportes da criação cultural, conceito que representa melhor o aspecto mais intangível e ao mesmo tempo mais concreto do rádio”, afirma Meditsch. E propõe: “É oportuno investigar o que exatamente está sob risco. Será um modelo de uso da tecnologia (a instituição social), será um modelo de negócio (a indústria), será um hábito intelectual (a criação cultural)?”

Alguns especialistas entrevistados para esta reportagem concordam que a digitalização e o desenvolvimento da internet ampliam o mercado de trabalho para o radialista — a atividade pode ser exercida, por exemplo, nas empresas de web-rádio, que trabalham conteúdos de áudio, vídeo e fotos pela web. Os *podcasts* (arquivos digitais de áudio transmitidos pela rede *www*), já bastante comuns nos *sites* das próprias emissoras

de rádio e de instituições públicas e privadas, são um exemplo de transferência das ferramentas de áudio para os meios digitais, onde o radialista pode atuar. E há ainda o material produzido e adaptado para o celular – o que inclui as empresas telefônicas no negócio de transmissão de conteúdo audiovisual, aumentando, por consequência, as possibilidades de trabalho do radialista.

O mercado se expande. “Com as perspectivas tecnológicas, trabalha-se com grupos cada vez menores, entretanto, a diversidade de interesses e meios aumenta exponencialmente”, avalia Manhães. A passagem, de uma tecnologia a outra – agora mais radical por envolver a plataforma informática – exige dos profissionais formados há mais de 20 anos um empenho significativo na adaptação à nova linguagem. “Há uma ruptura do pessoal da ‘velha guarda’, que possui um conhecimento generalista, e a entrada de profissionais muito jovens, com menos de 30 anos de idade, e que já trafegam muito bem com esse mundo da informática. Porém, estes têm uma visão completamente fragmentada, pontual”, analisa o pesquisador, ao argumentar que o esforço ocorre em ambas as faixas etárias. “O profissional histórico precisa estar aberto a essas transformações e o mais jovem a aprender muitas das particularidades do cotidiano da radiodifusão, que também é regida por uma regulamentação, pelas leis de mercado, pelo poder da mídia. Além disso, a gente percebe hoje uma complementaridade entre o rádio, a TV, a internet e a mídia escrita. Aí é que a complexidade surge, porque a digitalização converge, mistura as coisas”, reflete Manhães.

## A questão trabalhista

A Lei 6.615/1978, que rege a profissão de radialista, é regulamentada pelo Decreto 84.134, de 30/10/1979. Nos termos da lei, a profissão compreende as atividades de administração, produção e técnica, que se subdividem em 94 funções. Os profissionais da área devem obter o registro junto à Delegacia Regional do Trabalho (DRT) – validado, previamente, pelo sindicato da categoria. A ordenação do setor, com as novas tecnologias, precisa, porém, reorganizar-se.

O radialista Nascimento Silva, coordenador executivo da Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert), membro da coordenação executiva do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), observa que a prática de alguns empresários de se apoiarem nas tecnologias para trabalhar com quadro de funcionários reduzido, fere a regulamentação da atividade e não confere qualidade ao trabalho. Nascimento enfatiza, nesse sentido, que as grandes empresas, como a Globo – que é inclusive, segundo ele, a que paga melhor seus funcionários –, têm todos os seus quadros completos.

Tomando como exemplo a produção de novelas, Nascimento ressalta que somente na cenografia existem inúmeras funções nas quais o radialista atua: carpinteiro, eletricista, produtor, montador, maquiador, entre outras. E mais: Nascimento destaca que, entre as atividades concernentes aos radialistas, 21 são funções de nível acadêmico. “Não dá para substituir tanta especificidade sem perder na qualidade”, garante o dirigente. E lembra de uma ocasião, quando uma emissora de TV, por medidas de economia, trocou o quadro de cinegrafistas e enviou para um jogo de futebol em Porto Alegre alguém que não era especialista. “No momento do gol, o cara tava filmando lá do outro lado do campo, porque não era preparado para esse tipo de trabalho. Não era um especialista. Não funcionou”, conta Nascimento.

O dirigente da Fitert informa que a entidade realiza, atualmente, por todo o Brasil, encontros entre os setores jurídicos dos sindicatos para tentar traçar um reordenamento, uma linha política de entendimento da lei.

O assessor jurídico do Sindicato dos Radialistas do Rio Grande do Sul, advogado Antônio Castro, relata que nesses encontros entre os jurídicos se constatou que a Lei 6.615/78 envolve um conjunto de princípios ainda não superados pelo tempo, como a remuneração por responsabilidade. “Se você é contratado para uma determinada função, recebe por ela”, resume Castro. O que está defasado, segundo o advogado, é o Decreto 84.134, que estabelece cada função do radialista. “Nesta questão é que se discute muito o impacto tecnológico,

isso pode exigir que se tenha que mexer na descrição das funções”, esclarece.

Para os departamentos jurídicos da categoria, a Lei 6.615 só precisa ser alterada em um ponto: “Estamos postulando uma alteração legislativa para que os radialistas se transformem em ‘Categoria Diferenciada’ [conceito é atribuído àqueles que pertencem a uma classe por definição, onde quer que trabalhem], em função da possibilidade de produção de conteúdo de áudio e vídeo em outros meios”, relata Castro. Desde o ano passado, a Fitert vem dando encaminhamento a essa questão.

José Antônio Jesus da Silva, coordenador do departamento jurídico do Sindicato dos Radialistas de São Paulo, destaca ainda que a Lei 6.615 dá garantias trabalhistas ao radialista. Porém, os empresários a consideram defasada e a combatem. “Chegamos ao entendimento de que devemos discutir conjuntamente, empresários e trabalhadores o anexo 84.134 [anexo da lei dos radialistas que desdobra as funções e as atividades dos radialistas]. Este sim está em desacordo com as tecnologias”, explica Silva.

Para o superintendente de Rádio da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e presidente da Associação de Rádios Públicas (Arpub), Orlando Guilhon, a regulamentação do setor é excessivamente rígida e corporativa. Guilhon, que foi presidente do Sindicato dos Radialistas do Rio de Janeiro e diretor da Fitert no período de 1989 a 1995, avalia que a subdivisão da profissão em 94 funções faz do radialista “o especialista do especialista”. Para ele, essa fragmentação pela lei é uma tentativa de fazer reserva de mercado, quando deveria focar na capacitação. “Vai preservar melhor o seu emprego quem estiver mais capacitado na transversalidade das profissões, das culturas e das ciências. Eu vejo o trabalhador da comunicação cada vez mais como um profissional de formação acadêmica e técnica mais ampla, que possa estar se aperfeiçoando, ao longo de sua carreira, em várias funções”, assinala o superintendente.

Com o cuidado de não confundir a visão de direito adquirido com a visão de futuro, Guilhon reforça que o saber fazer rádio, televisão, comunicação social, caminha numa direção multifacetada e

muito integrada. “Não estou vendo nada desaparecer. O que acontece é que as mídias estão conversando umas com as outras e se convertendo numa mesma direção. Quando as teles [telefônicas] começarem a transmitir conteúdo audiovisual, o radialista vai ter de atuar lá também. A plataforma por onde o áudio trafega não importa, mas sim que ele é um especialista do áudio, ou áudio e vídeo”, define o superintendente da EBC.

## Uso social do rádio

“Transmissores, receptores, canais e bandas de frequência são meros suportes da criação cultural, conceito que representa melhor o aspecto mais intangível e ao mesmo tempo mais concreto do rádio”, afirma Eduardo Meditsch em seu artigo já mencionado. Dessa forma, “se mantém independente do desaparecimento ou da transformação desses *hardwares*, do uso de novas bandas e de novos canais de transmissão”, avalia o professor.

Para Meditsch, o rádio por cabo, por satélite, pela internet, pelas bandas tradicionais de ondas hertzianas ou pelas novas bandas utilizadas na transmissão digital, independentemente dos muitos tipos de terminais de recepção que tendem a ser utilizados, poderia ser considerado rádio por igual. “A caracterização de sua natureza e identidade e o debate sobre sua sobrevivência no futuro não dependem dos suportes utilizados, mas sim da continuidade de seu uso social de uma determinada maneira, na preservação da modalidade cultural”, reflete.

Além de preocupar-se com o domínio da tecnologia em convergência, o profissional, ao mesmo tempo, precisa ocupar-se do conteúdo – não importa em que plataforma seja veiculado, defende Guilhon. “Ele tem de ter preocupação com valores, éticas, princípios, formatos, gêneros”, aponta.

A diversidade de *players* digitais e internet fragmentam a audiência. Há mídias de todos os tamanhos, potência, finalidades – móveis ou não. Cada uma reflete, de forma até individualizada, necessidades diferentes. “Uma diversidade de dispositivos tecnológicos que enfrentam diretamente os interesses do público. Há cada vez mais pessoas pagando, inclusive, por esses serviços”, pontua

Manhães, avaliando que esta é uma questão também vinculada às gerações, aos comportamentos sociais.

## Sustentabilidade

O sistema de radiodifusão enfrenta outro grande desafio com a mudança tecnológica: o esgotamento do modelo de financiamento. A sustentabilidade dos serviços em radiodifusão submetidos à exploração comercial com fins lucrativos deve mudar radicalmente, também, no sistema digital. A televisão e o rádio, que se sustentam desde sempre com a publicidade – cada vez mais disputada –, confrontam-se com a crise desse paradigma. Na radiodifusão digital, o espectro se multiplica e ganha nova dimensão.

“Há fortes indícios de que os atuais modelos de exploração de ondas e de negócio que sustentam a produção de rádio há quase um século estão com os dias contados”, avalia Meditsch. Ele ressalta que quem vivia do pedágio sobre o monopólio da exploração de canais poderá ver a fonte minguar rapidamente. “Se o rádio como modalidade cultural tende a prosseguir existindo, a indústria que o explora terá que se adaptar ou morrer. Já teve que fazer isso outras vezes, no século passado, com o surgimento da música gravada, da televisão e da banda FM: resta saber se essa experiência poderá servir para atenuar as turbulências de agora”, considera o professor no artigo já mencionado.

Cada vez mais, os veículos de comunicação caminham para nichos, e a parte comercial se subdivide entre as mídias. “Hoje já não se consegue vender tudo para todo mundo. O próprio espectro eletromagnético é assim. Há lugar ao sol, mas não para todos ao mesmo tempo. São as contradições do mundo capitalista”, reflete Guilhon.

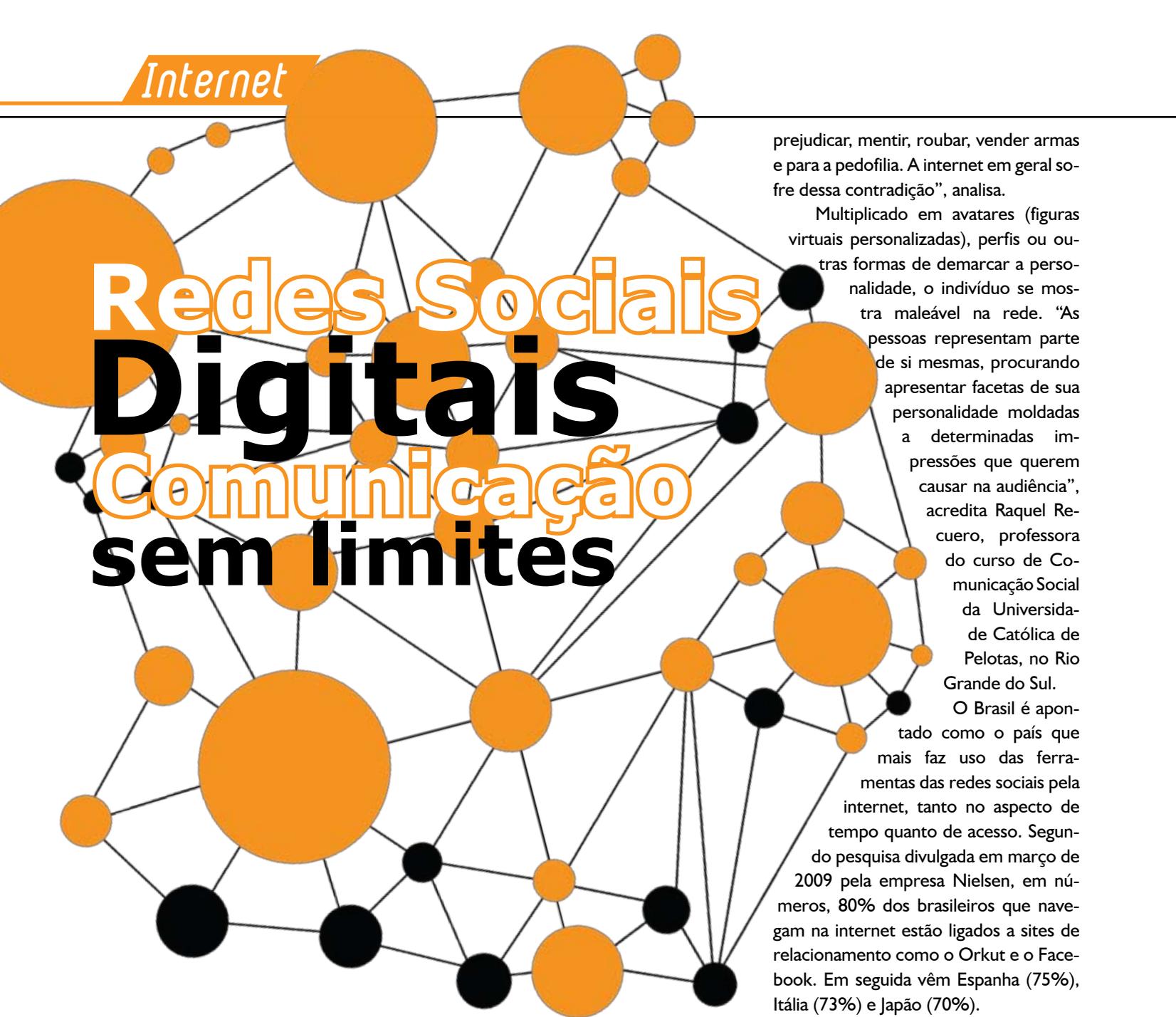
Para Manhães, um novo modelo de negócio na radiodifusão só irá acontecer no momento em que a regulamentação atual do setor ruir. Por enquanto, a exploração das tecnologias digitais neste setor se dá apenas no âmbito da qualidade de imagens. São descartadas as possibilidades de interatividade que a digitalização pode proporcionar. “O obstáculo está no radiodifusor, que vem

protelando sua aplicação, porque a interatividade efetiva está inserida num outro modelo de negócio, que é a diversidade de conteúdos e de direcionamento do espectador para fora da programação”, revela o pesquisador.

Em situação mais grave está o rádio digital no Brasil. “Não temos uma solução tecnológica que aponte perspectiva de mercado”, afirma Manhães. O radiodifusor sonoro, hoje, compete com a internet, com o mundo digital, os celulares, mp3. Segundo o pesquisador, as tecnologias propostas, por enquanto, para a digitalização do rádio, melhoram especificamente a qualidade sonora – e mesmo a robustez do sinal –, mas não dão flexibilidade para produzir e difundir outras coisas. Não fornecem uma alternativa ao modelo de negócios. Por isso, na avaliação de Manhães, é muito mais significativo para o rádio, neste momento, o poder político que detém junto à opinião pública do que, necessariamente, as alternativas tecnológicas e suas possibilidades. “Sem perspectiva, o negócio pode acabar”, julga.

Uma crise de paradigmas recai sobre a radiodifusão. As vantagens advindas da digitalização do rádio e da TV, da mídia em convergência e os problemas apontados pelos especialistas requerem mais do que o esforço dos radialistas e dos radiodifusores – de forma individual ou conjunta –, por se manterem na cadeia produtiva e na exploração dos serviços. Um novo modelo se impõe, exigindo que sejam criadas políticas públicas para o setor. ■





# Redes Sociais Digitais Comunicação sem limites

A relação mediada pelo uso da Internet trouxe um novo momento para os contatos interpessoais, modificando, sobretudo, a maneira de ver, consumir e fazer comunicação. Aplicativos como Orkut, Facebook, Twitter, MSN, Skype, *blogs* e afins são ferramentas desse mundo virtual que permitem manter e ampliar os laços sociais e propagar informação. Formam uma enorme teia que se configura, segundo o sociólogo espanhol Manuel Castells, em seu livro *A Galáxia da Internet*, “como um dos tecidos de nossas vidas” que, a cada dia, vai atraindo novos usuários e interconectando outros.

A rede social é uma atividade antiga, feita e mantida bem antes do surgimento da internet, por meio de telefonemas, cartas telegramas e nas conversas ao vivo, conforme destaca Suely Frago, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). As redes de relacionamento *online*, potencializaram essas possibilidades de interação. Entretanto, Suely salienta que o benefício da democratização do conteúdo, com a visibilidade que a rede digital confere, pode tornar-se também o seu ponto negativo e vulnerável. “Esses aplicativos são ótimos porque geram capital social, servem para a solidariedade, para a divulgação de serviços, de informações úteis. Mas também podem servir para

prejudicar, mentir, roubar, vender armas e para a pedofilia. A internet em geral sofre dessa contradição”, analisa.

Multiplicado em avatares (figuras virtuais personalizadas), perfis ou outras formas de demarcar a personalidade, o indivíduo se mostra maleável na rede. “As pessoas representam parte de si mesmas, procurando apresentar facetas de sua personalidade moldadas a determinadas impressões que querem causar na audiência”, acredita Raquel Recuero, professora do curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas, no Rio Grande do Sul.

O Brasil é apontado como o país que mais faz uso das ferramentas das redes sociais pela internet, tanto no aspecto de tempo quanto de acesso. Segundo pesquisa divulgada em março de 2009 pela empresa Nielsen, em números, 80% dos brasileiros que navegam na internet estão ligados a sites de relacionamento como o Orkut e o Facebook. Em seguida vêm Espanha (75%), Itália (73%) e Japão (70%).

Outro levantamento, feito pelas empresas de pesquisas e monitoramento na internet E-life e InPress Porter Novelli (veja no box da pág. 14), revela que Orkut, Twitter, YouTube e Blogspot são as mídias sociais mais populares entre os entrevistados, sendo utilizadas quase todos os dias, com motivações diferenciadas de uso. O estudo revelou que o Twitter é mais utilizado para busca de informações e notícias, enquanto o Orkut é mais procurado para manter contatos com amigos, familiares e colegas. Já o YouTube e o Blogspot são ferramentas mais usadas como passatempo e divulgação de conteúdo pessoal. A pesquisa foi aplicada em julho de 2009, por meio de 1.277 questionários.

Os resultados conferem com o que Castells defende no seu livro citado. Ele afirma que as redes sociais, energizadas

pela internet, ganharam vida nova, transformando-se em fontes de informação. Entusiasta da tecnologia, o sociólogo afirma que “as redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização, em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação”.

Contudo, para o escritor inglês Andrew Keen, o uso de *blogs*, Myspace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo a economia, a cultura e os valores. Keen, que foi um dos pioneiros da “primeira corrida do ouro da internet” nos anos 90, tece críticas ao que chama de a “grande sedução da Web 2.0”, no seu livro *O culto do Amador*. “O que a Web 2.0 está realmente proporcionando são observações superficiais do mundo à nossa volta, em vez de análise profunda; opinião estridente, em vez de julgamento ponderado. O negócio da informação está sendo transformado pela internet no barulho de 100 milhões de blogueiros, todos falando simultaneamente sobre si mesmos”, analisa o especialista.

Keen não está sozinho. No livro, *The Dumbest Generation* (A Geração mais burra), Mark Bauerlein, professor de Língua Inglesa da Universidade de Emory, nos Estados Unidos, afirma que a internet tem deixado os jovens mais burros. Para Bauerlein, a culpa dessa “alienação” é das “distracções digitais”, como MSN, torpedos, iPod, games, Orkut. Em entrevista ao jornal o Estado de S. Paulo (11 de outubro/2009), para os jornalistas Rafael Cabral, Bruno Galo e Ana Freitas, o professor afirma que os jovens são ignorantes em questões de conhecimentos gerais. “Em termos de inteligência pura, eles são tão espertos quanto sempre foram.

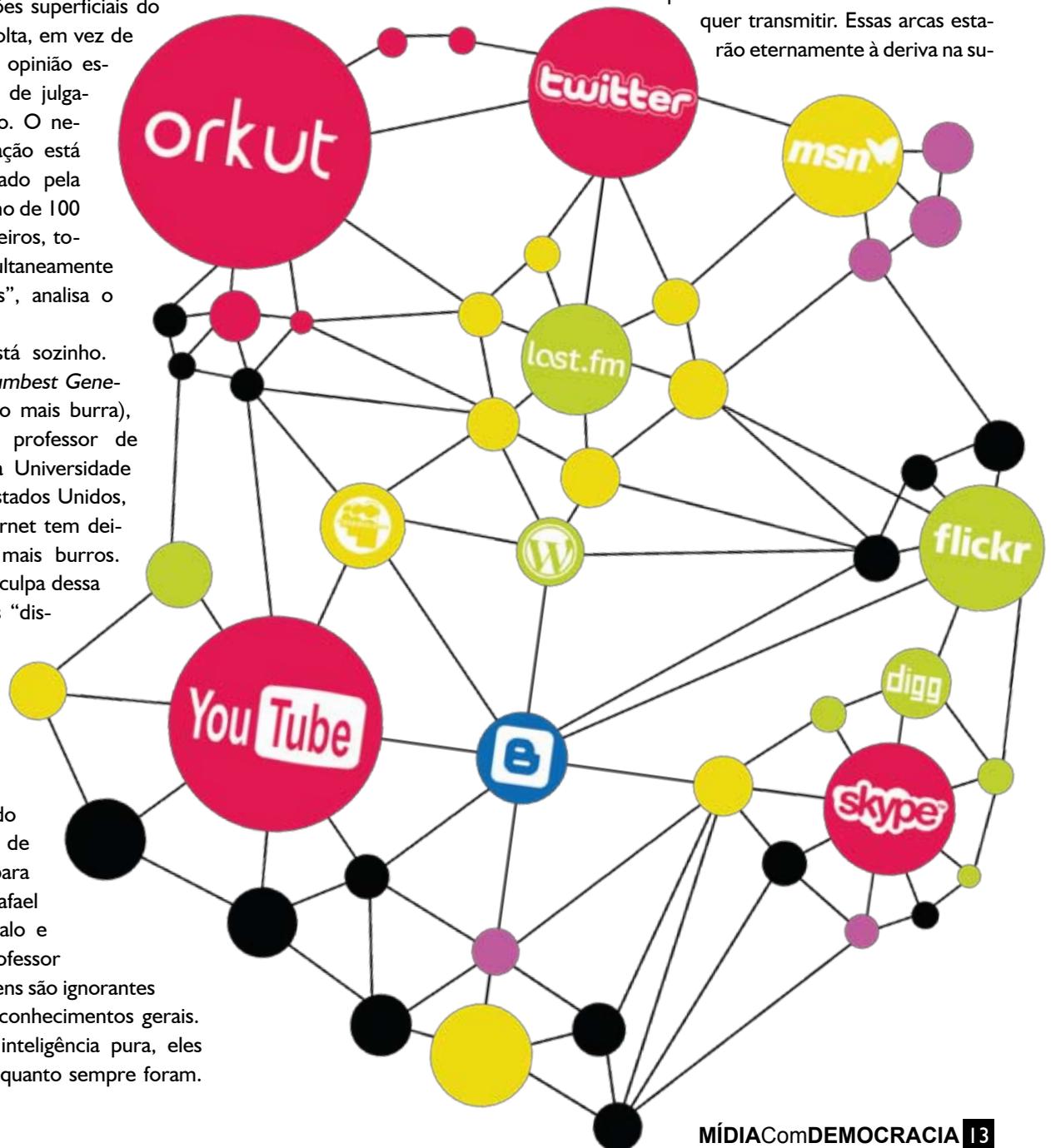
Mas quando você vê o conhecimento deles de história, literatura, filosofia, eles são completamente ignorantes”, pontua. Isso ocorre, segundo ele, porque a maioria do tempo livre dessas crianças é gasto com ferramentas digitais que simplesmente repercutem umas às outras. “Eles não leem jornais, eles mexem no Facebook. Não leem livros, eles mandam SMS. Isso tira deles o tempo que era destinado para a formação intelectual”, argumenta Bauerlein.

Em entrevista à revista Super Interessante, para o jornalista Eduardo Szklarz, em setembro de 2008, Bauerlein afirma que o problema não é a tecnologia, mas como a pessoa a utiliza. Segundo o Instituto Nielsen Media Research, nove dos dez sites mais populares entre os

adolescentes são redes de relacionamento. “É isso que as ferramentas significam para eles: um meio social. Hoje, um garoto de 15 anos vai para casa e se fecha no quarto para falar pelo celular, entrar no *blog* e mandar mensagens de texto. Os adolescentes estão formando seu próprio universo, longe da realidade adulta”, constata. O desafio, diz o professor, é quebrar o domínio de redes de relacionamento.

### Dilúvio informacional

“Quando Noé, ou seja, cada um de nós olha através da escotilha de sua arca, vê outras arcas a perder de vista, no oceano agitado da comunicação digital. E cada uma dessas arcas contém uma seleção diferente. Cada uma quer preservar a diversidade. Cada uma quer transmitir. Essas arcas estarão eternamente à deriva na su-



perfície das águas. "A analogia à Arca de Noé foi feita pelo filósofo francês Pierre Levy. No seu livro *Cibercultura* (1999), esse novo "dilúvio" trazido pela internet (ambiente das redes sociais digitais), em vez de submergir àqueles que não foram selecionados, abarca todos, constituindo diversas arcas informacionais.

Nunca, na história da humanidade, houve tanta informação circulando no mundo. Para o sociólogo e professor da Faculdade de Comunicação Cásper Líbero Sérgio Amadeu da Silveira, as redes sociais *online* permitem que os conteúdos sejam feitos pelos próprios participantes dessa malha e, em geral, asseguram uma grande interatividade e uma comunicação mais horizontalizada do que as mídias tradicionais.

Ao mesclar público e privado, as redes sociais digitais, seguindo a lógica da internet, podem se transformar em poderosas ferramentas para a democratização da informação. Os impactos positivo e negativo, no entanto, convergem ao mesmo ponto: a total liberdade na rede e a visibilidade das várias versões também abrem espaço para a veiculação de informações mentirosas e conteúdos degradantes.

Keen alerta que no fluxo de conteúdos não filtrados, gerados pelo usuário digital, as coisas muitas vezes não são o que parecem. "Sem editores, verificadores de fato, administradores ou reguladores para monitorar o que está sendo postado, não temos ninguém para atestar a confiabilidade ou a credibilidade do conteúdo que lemos ou vemos", afirma.

Para Suely, o fator credibilidade está associado à própria natureza do laço social – "é o meu amigo quem diz, ou mesmo a universidade em que estudo, o jornal em que eu já trabalhei, ou seja, não é uma pessoa ou instituição abstrata, mas uma que eu conheço", argumenta. Amadeu observa que o problema está em identificar o que é uma informação ou simplesmente um boato.

Para ele, entretanto, as redes sociais são importantes, porque permitem um acompanhamento contínuo daquilo que é produzido no dia a dia, que pode levar à confiança. "A reputação é um elemento-chave nas redes", pontua.

Keen afirma, porém, que essa proliferação de informação e conteúdo nas redes feita por amadores está destruindo a mídia "antiga". Em entrevista à revista *Época* (03 de agosto/2007), o historiador inglês afirma que a mídia tradicional vai mudar dramaticamente. "Enquanto os utópicos digitais falam sobre democratização da mídia e do conteúdo, acredito que a consequência é o aparecimento de uma nova oligarquia. A tão propalada democratização, na verdade, tornará o entretenimento cultural de alta qualidade menos acessível às pessoas comuns", prevê.

O historiador não vê problema com a "blogosfera" (mundo dos *blogs*, das redes sociais na Internet) se a pessoa ler o jornal antes. "Se você está familiarizado com notícias, se entende como a tecnologia funciona, a blogosfera pode ser útil", considera. O problema, segundo Keen, é ela se tornar fonte substituta de notícias, especialmente para os jovens. "Eles acreditam em tudo o que leem, então me preocupo que a blogosfera se torne forte numa sociedade em que as crianças não fazem a menor idéia de como ler 'através' das notícias. Elas estão

perdendo sua capacidade crítica", frisa.

Segundo Suely, ainda há um caminho enorme a percorrer para desenvolver uma capacidade crítica compatível com o que seria necessário ou desejável nesse tipo de comunicação. "Ainda assumimos uma postura muito ingênua, tanto diante da mídia institucionalizada quanto das nossas redes sociais", avalia. "As redes informacionais são revolucionárias, mas não necessariamente utópicas. Elas não vão resolver todos os problemas, mas melhoram algumas situações, democratizam muito as possibilidades de fala", julga Amadeu.

Na opinião de Suely, embora a "febre" de redes sociais tenda a esmorecer – até por saturação –, essas ferramentas vieram para ficar. "Claro que os sistemas de rede social podem mudar, como mudaram e continuam mudando os telefones e a TV, bem como todas as ferramentas de comunicação e as mídias. Mas a base da ideia, que é facilitar e expandir a interação entre pessoas, tem tudo para continuar sendo um sucesso", conclui.

Não é possível prever se os sites de redes sociais vão existir por muito mais tempo ou se vão acabar. Segundo a professora Raquel Recuero, entretanto, qualquer que seja a plataforma tecnológica, a hibridização com o social, com as relações humanas, essa sim deve permanecer e se emaranhar cada vez mais na vida contemporânea. ■

## PESQUISA

Estudo realizado pelas empresas de pesquisas e monitoramento na internet E-life e InPress Porter Novelli, divulgado em julho de 2009, apontou o crescimento da ferramenta de relacionamento Twitter no Brasil. Dos 1.277 usuários consultados na pesquisa, 87,2%, acessam o Twitter de cinco a sete vezes por semana; já o Orkut tem acesso de 72,6% dos usuários. Contudo, a rede de relacionamentos Orkut ainda é a primeira colocada em relação ao número de cadastrados, ficando com 89,6%, seguida do Twitter, com 80,1%. O YouTube surge em terceiro, com 79,6% cadastrados. O site Facebook tem a participação de 57,6% dos usuários entrevistados. A pesquisa abrangeu perfis em todos os estados brasileiros.

# Argentina, democracia e comunicação - um paradigma?

Há menos de três meses, a Câmara dos Deputados da Argentina aprovou a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, fato que de um lado aumentou as esperanças de um processo institucional de democratização da comunicação na América Latina e, de outro, criou temor em setores conservadores midiáticos de um retrocesso no que chamam de “liberdade de expressão”.

O que parece ocorrer, num novo cenário latino-americano, é que a mídia hegemônica é percebida mais claramente pelo público. O amplo espectro de redes sociais no ciberespaço, com a internet e a segmentação editorial, dá mais visibilidade aos procedimentos de setores da mídia acostumados a expor os “males” do mundo para o público, tratando de esconder os seus negócios, responsáveis por vários daqueles males, especialmente em um cenário em que se misturam empresa midiática e agropecuária; mídia e produção de armamentos; meios de comunicação com bancos particulares.

Em livro recente, *El fin del periodismo y otras buenas noticias* (2006), da Cooperativa Lavaca, de Buenos Aires, aponta-se uma série de novas experiências que, ou deixam a nu os procedimentos de cobertura midiática das grandes corporações... ou simplesmente os descartam, produzindo novos conteúdos, com fontes pouco utilizadas pelas grandes corporações. Afora o exagero do título, quase um deboche em relação ao fundamental papel do jornalismo no mundo contemporâneo — com seus critérios éticos, teóricos, técnicos e estéticos — constata-se que há algo novo que se mexe. No livro, o grupo de jornalistas mostra experiências fora da grande mídia, destacando novos meios sociais de comunicação que substituem, com vantagens políticas e ampla diversidade cultural e de fontes, os meios tradicionais, sem os limites operativos de ordem política, econômica e mercadológica



“A proposta do governo argentino abre uma estrada institucional”

destes, principalmente dos macrogrupos que atuam sobre as e dentro das grandes corporações midiáticas.

Isso remete a um novo cenário, onde cresce a segmentação e o envolvimento político com os processos informativos sem a dependência de grandes anunciantes, corporações e acionistas. Foi nesse cenário que o governo argentino propôs e o parlamento aprovou uma lei que defende e consolida o direito à multiplicidade de atores, propriedade, temas, fontes e narrativas, aliando-se à luta pela democracia midiática no país. E que defende, portanto, uma liberdade baseada nas diversas liberdades e direitos próprios da era dos direitos civis, como o de informação e debates, numa tentativa de recomposição do espaço público de fatos, opiniões e interpretações divergentes ou antagonicos.

A proposta, ao contrário do que sustentam setores conservadores, quer mais liberdade e mais controvérsia, o que está na base da vitalidade democrática. O papel do Estado como impulsionador de políticas públicas e democráticas é essencial também na Comunicação.

A nova lei argentina tem respaldo de amplos segmentos sociais daquele país.

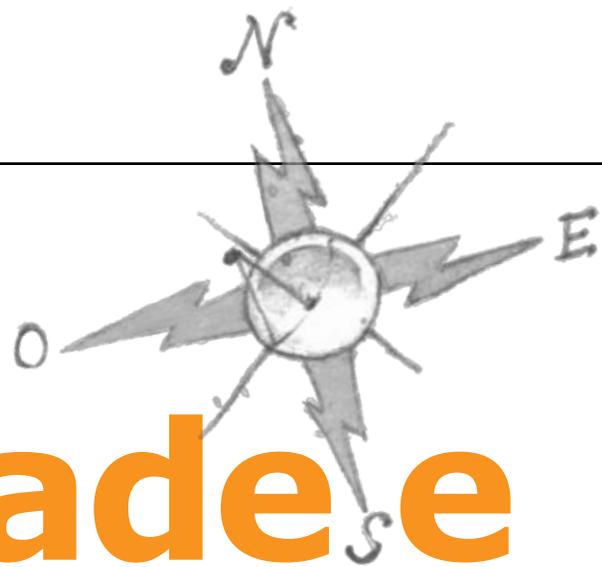
Se tomarmos como exemplo o fato de que reserva um terço do espectro radioelétrico às organizações sem fins lucrativos, pode-se atestar que os outros dois terços continuam abertos para distintos projetos e corporações, tão preocupadas em garantir a sua liberdade e pouco preocupadas com a liberdade dos demais. Não há, efetivamente, nem ameaças ao livre mercado de ideias nem aos negócios empresariais específicos. Mas há prejuízos, certamente, aos que defendem o conceito de “liberdade de expressão” a partir de uma ótica muito particular, em que a liberdade é apenas a sua, e não a dos outros; em que o mercado deve ser restrito aos grupos de poder econômico e político que tentam agir por cima ou à revelia do Estado.

Certamente, tal fato irrita muitos setores midiáticos hegemônicos que argumentam limites em sua liberdade, mas que não se lembram dela quando lutam para fechar rádios comunitárias, quando usam métodos desleais para derrubar a concorrência; quando impedem pessoas de se manifestar ou quando protestam contra políticas públicas de radiodifusão que ampliem o cenário de uma efetiva liberdade. Tais setores defendem uma liberdade simulada e seletiva. A proposta do governo argentino, com o apoio legislativo e a mobilização da sociedade civil, abre uma estrada institucional. Nela está a liberdade a ser conquistada efetivamente, não simulada e nem seletiva.

A Argentina inicia, desde já, um caminho institucional que coloca à disposição as condições técnicas e tecnológicas para isso.

*Francisco José Castilhos Karam é jornalista e professor da Universidade Federal de Santa Catarina. Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUCSP, desenvolveu estudos de pós-doutoramento junto à Universidade de Quilmes/Buenos Aires.*

Referências bibliográficas  
Cooperativa de Trabajo Lavaca. El fin del periodismo y otras buenas noticias. Buenos Aires: Lavaca, 2006.



# Mídia, propriedade e participação social

Por Ana Rita Marini



O atual mapa da comunicação social brasileiro reproduz, praticamente, o quadro da colonização. Quando os portugueses implantaram no Brasil o sistema das capitanias hereditárias, estavam introduzindo no país o regime de propriedade. Era 1534 e as terras brasileiras começavam a ser divididas em 15 imensas faixas de terra, distribuídas a 12 capitães donatários, escolhidos entre a nobreza e pessoas de confiança do Reino. Foi o primeiro sistema administrativo adotado e estabelecia que cada proprietário deveria explorar e tornar produtiva, no prazo de cinco anos, a parcela de solo recebida. Se isso não ocorresse, o terreno (que pertencia ao Estado) seria retomado e entregue a outro explorador.

As primeiras normas brasileiras sobre propriedade tinham o regime jurídico das sesmarias, importado de Portugal (onde foi criado em 1375) e adequado às condições locais. No Brasil, porém, as sesmarias — terrenos incultos, dentro das capitanias, cedidos para o cultivo, com o propósito de colonizar as terras — não conseguiram alcançar o mesmo rigor a que eram submetidas em sua pátria, onde eram controladas com severidade pelo Estado. Em Portugal, a sesmaria era expropriada caso a terra não fosse aproveitada.

Na versão brasileira, a política não funcionou como pretendia a Monarquia — que não conseguiu administrar a produção e perdeu o controle sobre as capitanias. Mesmo assim, o regime durou três séculos — a lei foi revogada em 1821, pouco antes de o Brasil proclamar sua independência. A estrutura agrária no país ganhou nova legislação em 1850, tendo, porém, a semente do latifúndio sido plantada definitivamente.

Muito tempo depois — quase 500 anos —, o sistema territorial do Brasil Colônia pode ser observado no setor das comunicações no País, ou seja, nas concessões concentradas em mãos de alguns poucos e seletos proprietários. Mesmo proibido pela Constituição Federal, o oligopólio no setor é uma realidade. A mídia no Brasil é controlada pelo poder econômico e sujeita a interesses particulares.

Para criar políticas públicas para as comunicações no Brasil, com características plurais e de diversidade, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) defende o controle público sobre o setor, viabilizado pela articulação de três elementos: marco regulatório, agentes reguladores e participação social. O tema é polêmico.

Em geral, são as conotações relacionadas à censura as que dominam a percepção sobre “controle público”. A expressão pode parecer muitas coisas que na realidade não significa. Controlar é ter governo, dominar. Isso é bom ou ruim? Depende do ponto de vista. Quem quer ser controlado?

Para que ocorra a democratização dos meios de comunicação, um dos principais componentes, de acordo com as bases teóricas do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), é o controle público sobre o conjunto dos sistemas que compõem o setor. Para isso, entretanto, é necessário superar a associação ao autoritarismo estabelecida pelo senso comum à palavra “controle”. O Fórum aposta no controle como um esforço na relação de insubmissão dos homens diante dos meios, reconhecendo que estes sempre excedem as finalidades particulares para as quais foram concebidos. “Por controle, assim, referimo-nos à relação multi-

lateral que se deve estabelecer para o equacionamento do conflito e da própria condição humana”, descreve o FNDC em seu programa para a democratização da comunicação no Brasil, documento elaborado para ser referência na interlocução junto ao Estado, aos partidos políticos e à sociedade civil.

Ao propor caminhos para o que chama de “transformações revolucionárias na esfera pública do país”, a entidade define o controle público como premissa política para que o homem se identifique com a sua essência através dos meios que desenvolve. E por que o Fórum aposta na transformação da esfera pública? Está relacionado com a democracia e a liberdade — e não com a censura, como com frequência é sugerido — o controle pretendido para as comunicações. A complexidade da argumentação, conforme destaca o jornalista Celso Schröder, coordenador-geral do FNDC, é desconstruir a ideia de que controle público se daria com a população inter-

vindo nas grades de programação das emissoras. “Para situar melhor o controle público, temos que descaracterizá-lo como o local da censura, da opressão e da tirania”, define Schröder.

Um dos melhores exemplos, conforme o jornalista, é a figura do *ombudsman* (segundo o Dicionário da Língua Portuguesa Aurélio, *ombudsman* é a pessoa encarregada de observar e criticar as lacunas de uma empresa, colocando-se no ponto de vista do público), que incide sobre o processo comunicador, mas não no dia a dia da programação.

O controle público, como propõe o programa do FNDC para a democratização da comunicação no Brasil, constitui-se em uma articulação de três condições: um marco regulatório, os agentes reguladores e a participação social. “Essas três instâncias precisam estar articuladas. Não tem uma principal. Não é uma hierarquia de Estado, mas um movimento que precisa ser legitimado pela política”, explica o jornalista.

# Tríade do controle público

## Marco regulatório

Um marco regulatório para a comunicação, em uma proposta de controle público, pressupõe leis originadas de políticas públicas democraticamente instaladas — desde as de radiodifusão, até profissionais, como, por exemplo, a lei de imprensa. O marco regulatório consiste no arcabouço das legislações reguladoras das comunicações, composto tanto pela atualização das leis e regulamentos existentes quanto pela criação de novas leis, adequadas às novas tecnologias — resguardadas a sinergia e a complementaridade desse conjunto de normas e o caráter democrático.

Deve partir, portanto, dos interesses da maioria da sociedade e basear-se na articulação das regras e dos estatutos; contemplar a diversidade e a pluralidade sociais: de gênero, raça, etnia, cultura, orientação sexual, crianças, juventude, idosos, pessoas com deficiência, crenças e outros. O propósito é que ele esteja a serviço do público.

## Agentes reguladores

Outra condição para o estabelecimento do controle público são os agentes reguladores, que devem existir em todas as instâncias (municipais, estaduais e federal). São os agentes estatais, como o Ministério Público, os



ministérios — o Estado, enfim, na sua dimensão e suas instâncias híbridas, como as agências reguladoras. São, ainda, os conselhos profissionais, que podem ser privados, desde que permeados pelo público, e também os *ombudsmen*. Enfim, uma rede de mecanismos de controle. A constituição e a inter-relação dessas instâncias integram a plataforma de lutas do FNDC.

## Participação social

Com a progressão das novas

tecnologias e suas inúmeras possibilidades, é fundamental a adoção de políticas públicas de comunicação nos âmbitos municipal e estadual. Para o Fórum, estes são os locais onde ocorre a disputa pela hegemonia. Daí surge a terceira condição para a existência do controle público: a participação social. “É a instância de organização da sociedade nas suas diversas manifestações, desde que capacitadas para compreender a comunicação contemporânea, opinando e formulando sobre o seu processo, participando ativamente; o local onde surgem elementos de pressão pública política”, explica Schröder. Os Conselhos de Comunicação Social — independentes e autônomos, implantados nos âmbitos nacional, estaduais e municipais — são verdadeiros instrumentos da participação social.

A tríade de condições para compor o controle público — marco regulatório, agentes reguladores e participação social — só funcionará em uma sociedade disposta a exercer a democracia. Isso significa mais do que a ocorrência das eleições a cada quatro anos. Implica participação na disputa pela legitimidade das posições. É uma luta politizada e com características muito próprias. E o ambiente para isso ainda precisa ser estabelecido.

## Democracia em construção

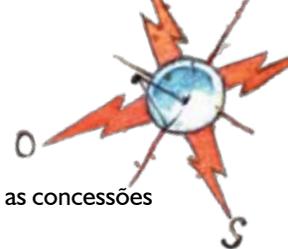
Como é possível politizar as divergências nas comunicações no Brasil? Ao apresentar o livro de Luciano Fedozzi, *Orçamento Participativo – Reflexões sobre a experiência de Porto Alegre* (Tomo Editorial, 1997), o sociólogo Simon Schwartzman escreve que uma das lições importantes, decorrente do fim do regime militar em 1985, é que não basta instaurar os princípios gerais da liberdade e dos direitos civis para que a ordem democrática se estabeleça de forma plena. “Os sistemas políticos democráticos supõem formatos institucionais e

mecanismos de participação que não são triviais, e nem nascem de forma espontânea”, afirmou Schwartzman.

Os assuntos públicos referentes ao setor das comunicações no Brasil, de acordo com diagnóstico realizado pelo FNDC, são conduzidos, ainda hoje, entre o Estado e o setor privado, em práticas permeadas pelo patrimonialismo, pelo corporativismo e pelo cartorialismo. Apesar de algumas tentativas de avanço, continuam obstruídas as formas de participação em instituições mediadoras que poderiam tornar sistemáticas as relações entre o Estado, o setor privado e a sociedade, democratizando e legitimando

a formulação de políticas públicas. O Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional previsto na Constituição Federal, é um exemplo desse tipo de organismo, mas está inativo desde novembro de 2006.

Schwartzman, citado por Fedozzi no livro já mencionado, oferece a definição de neopatrimonialismo — ou patrimonialismo moderno — para explicar a continuidade das raízes patrimoniais e burocráticas na formação da sociedade e do Estado brasileiros. O neopatrimonialismo, segundo o sociólogo, representa uma forma bastante atual de dominação política, um modelo que “se expressa



na gestão socioestatal e nas interações sociais em geral – convivendo com formas de ‘modernização’ (racionalização) puramente tecnocráticas do Estado e com o artificialismo das leis que impera em todos os níveis e esferas sociais”. Segundo Fedozzi, Schwartzman teoriza de forma a compreender que a sociedade brasileira se modernizou em bases autoritárias marcadas por uma dualidade: os atributos patrimonialistas abrandados numa aparentemente compatível e moderna ordem racional-legal. O conceito aplica-se de forma muito adequada à questão da propriedade dos meios de comunicação no Brasil.

Fedozzi ressalta ainda que Schwartzman “secundariza” uma das características da dominação persistente nos Estados formados à base de um forte cunho patrimonialista: “a não diferenciação entre as esferas pública e privada ou entre o que é interesse público e o que é interesse pessoal”. Segundo o autor, o sociólogo teoriza – de forma coerente – com a preocupação em explicar o permanente autoritarismo do Estado brasileiro por meio do que denomina “a modernização sem contrato”. Indica ainda que a “cooptação política” é a principal consequência a ser extraída do modelo neopatrimonialista, característica que “tende a predominar em contextos em que estruturas governamentais fortes antecedem historicamente os esforços de mobilização política de grupos sociais”.

### A questão da propriedade

Privados, estatais ou mistos, os meios de comunicação cumprem funções de interesse público. No Brasil, porém, outorgas de concessões e permissões de frequências de emissoras de rádio e televisão ainda são utilizadas como instrumento de barganha política, eleitoral e como troca de favores.

Uma proposta de controle público sobre as comunicações precisa apoiar-se na politização das relações multilaterais próprias do setor. Para o FNDC, somente assim será possível relativizar a propriedade dos meios de comunicação e o cumprimento do seu papel social.

Ao citar Schwartzman, Fedozzi explica que, em um sistema de tutela e

cooptação, a força política depende da maior ou menor intimidade do líder com a burocracia governamental, pois é isso que lhe dará mais recursos para controlar as bases. O autor destaca também que as características autoritárias e excludentes do modelo de dominação patrimonialista-burocrático se expressam, no plano da política, pela eliminação da esfera pública enquanto espaço de regulação dos conflitos sociais, pela ausência de mediações institucionais e sociais e de um sistema político que funcione como representação de interesses.

Os fatores citados concorreram, segundo Fedozzi, “para reforçar os processos de exclusão social e política dos setores populares das arenas decisórias do Estado e dos espaços públicos, sendo suas demandas por políticas públicas incorporadas através de mecanismos clientelistas (e assistencialistas) e, por outro lado, para fortalecer as elites dominantes através de processos institucionais e/ou extralegais de privatização dos critérios de regulação e distribuição do fundo público”.

Uma das características mais marcantes da atual ordem constitucional é a importância conferida à participação social na formulação, na gestão e no controle de políticas públicas, afirma o procurador-geral da República Domingos Sávio Dresch da Silveira, em sua dissertação de mestrado *Limites e possibilidades do controle da programação de televisão*. Essa participação, segundo ele, já existe em conselhos populares dos mais diversos campos – na saúde, educação, meio ambiente, na proteção da infância. São organismos onde a população, acompanhada ou não de representantes governamentais, atua diretamente, deliberando, fiscalizando e até mesmo executando políticas públicas, explica o procurador.

A esta revista, Domingos afirma que não há democracia sem controle público dos meios de comunicação de massa, o que não significa, necessariamente, controle estatal. “É exatamente o contrário dos que os empresários da comunicação dizem, que depois da Constituição Federal de 1988, o único controle possível é o controle remoto. Esse discurso é absolutamente incompatível com a forma como se regula, como se administra

e se convive no Brasil com as concessões públicas”, ressalta.

Os radiodifusores insistem em afirmar que qualquer tentativa de controle importa em censura. “Eles se baseiam no dispositivo da Constituição Federal, o artigo 220 do Capítulo V, que diz: A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. Só que colocam um ponto depois da palavra ‘restrição’ e ignoram o restante”, assinala Domingos.

Rádio e TV são concessões públicas, portanto, necessitam de fiscalização e regulação, enfatiza o procurador-geral da República. Para ele, sem regulação, a concessão vira doação e os donos das emissoras acabam lidando com elas como se fossem bens particulares. Assim, a mídia reproduz ao extremo a situação do Brasil colonial. “Este é o pior latifúndio do Brasil, muito mais grave para a democracia, para a circulação das informações. É fruto dessa falta de controle”, avalia o procurador.

Uma ação sobre os meios de comunicação como propõe o FNDC deve orientar a produção de conteúdos para o desenvolvimento da cultura e da democracia no país. Nela, o Estado precisa ser fortalecido no seu papel de regulador e qualificador das práticas sociais. Precisa imprimir um sistema de mediações institucionais favorável à interação da sociedade com o Legislativo, com os órgãos administrativos do governo federal, as entidades pensantes do Estado, representações do setor privado e com as massas de consumidores dos meios.

Na construção do controle público para a área das comunicações, o Fórum sustenta que o governo precisa reposicionar o Ministério das Comunicações, estruturá-lo para atuar também com a dimensão social das relações estabelecidas pelos meios. Ou seja, tratar a comunicação no seu sentido multidimensional – técnica, cultural, econômica e politicamente. Para o FNDC, o controle público nas comunicações é um instrumento que pode responder aos problemas que não encontram representação ou acolhimento nas formas institucionais. Não pode e não deve ser um processo formalista ou de censura. ■



# Propostas para a Confecom

A 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) é um evento histórico. Para o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDCC), ela representa uma oportunidade inédita de construção coletiva de políticas públicas para a comunicação. A partir do diálogo entre Estado, empresários e movimentos sociais, será possível buscar a formulação de políticas marcadas pelo interesse social.

Para contribuir com essa construção, o FNDCC, baseado em seu Programa para a Democratização da Comunicação no Brasil, elaborou e encaminhou propostas. Entre elas, destacam-se a reestruturação do sistema de comunicação no País, com a elaboração de um Plano Nacional de Diretrizes e Metas; a implementação de uma política de desenvolvimento da cultura, para que o Brasil possa alcançar autonomia estratégica e exercer sua soberania; a criação de um Fundo de Apoio à Radiodifusão Comunitária; a regionalização da produção artística, jornalística e cultural; a implantação de mecanismos de transparência e participação popular no processo de outorga e renovação, na gestão do espectro e no monitoramento das concessões em radiodifusão.

O FNDCC propõe a criação da Organização Nacional de Serviços Digitais (ONSD), para formar uma rede pública e única de acesso universal a ofertas de vídeo, voz e dados.

## I - Produção de Conteúdo

- Implementar política de desenvolvimento da cultura visando à autonomia estratégica e à soberania do País. Para o desenvolvimento da Nação, a produção de conteúdo é tão importante quanto a economia e a defesa.
- Formular diretrizes para o desenvolvimento industrial e tecnológico que repercutam na formação de recursos humanos para a produção audiovisual e multimídia.
- Regionalizar a produção e valorizar a mídia impressa, em suas várias dimensões.
- Contemplar e respeitar a diversidade e a pluralidade da sociedade brasileira: gênero, raça, etnia, cultura, orientação sexual, crianças, juventude, idosos, pessoas com deficiência, crenças, campo social, entre outros.
- Criar políticas para viabilizar a distribuição das produções regionais. Estabelecer cotas para o conteúdo brasileiro nas TVs abertas e nas TVs de acesso pago.
- Aplicar os dispositivos legais existentes e regulamentar imediatamente os artigos 220 e 221 da Constituição Federal.
- Defender a ampliação dos critérios para destinação de verbas governamentais em publicidade, de modo a democratizar a aplicação do dinheiro público no setor, gerando um marco regulatório da publicidade oficial.
- Estabelecer contrapartidas sociais pelos concessionários, como, por exemplo, a constituição de um fundo de financiamento à radiodifusão pública, educativa/universitária e comunitária.
- O FNDCC defende a criação de um Fundo de Apoio à Radiodifusão Comunitária.

## II - Meios de Distribuição

- Reestruturar o sistema de comunicação no Brasil, partindo de um Plano Nacional de Diretrizes e Metas e do enquadramento das telecomunicações.
- Definir políticas claras para o incentivo à produção de semicondutores, inicialmente financiado pelos recursos do Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (FUST).
- Entender a digitalização como processo decisivo 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.
- A implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) ainda pode cumprir um efetivo papel sociocultural.
- Adotar o conceito de rede pública e única e 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 infraestrutura racionalizará os custos de operação, reduzindo os preços para permitir a oferta do pacote.
- Criar a Organização Nacional de Serviços Digitais (ONSD), administrada sob controle público.
- Articular e ampliar dos programas governamentais de inclusão digital, com universalização do acesso e construção de uma infraestrutura pública de telecomunicações, garantindo sua sustentabilidade.
- Ampliar o debate sobre o *software* livre e suas aplicações nas redes públicas e governamentais.
- Regulamentar urgente o mercado de banda larga, de maneira a garantir caráter público e universal ao serviço, com acesso gratuito.

- Implantar mecanismos de transparência e participação popular no processo de outorga e renovação, na gestão do espectro e no monitoramento das concessões em radiodifusão.
- Apresentar resultados de pesquisa de opinião ou outros dispositivos com a avaliação dos serviços (radiodifusão) prestados à comunidade, comprovando o atendimento dos compromissos firmados no ato da concessão, permissão ou autorização.
- Comprovar, na renovação da concessão, da permissão ou da autorização, o respeito às regulamentações das atividades profissionais envolvidas na cadeia produtiva da radiodifusão, notadamente das profissões de jornalista e radialista.
- Comprovar cumprimento do tempo mínimo (5%) destinado à programação jornalística, como determina o item h do artigo 39 da Lei 4.117/1962, bem como a identificação dos profissionais responsáveis, com a apresentação dos respectivos registros legais, conforme previsto na Lei 5.250/1967.
- Criar comissão no Ministério das Comunicações, com representantes da sociedade civil, para participar da avaliação das outorgas e, ainda, a obrigação de os processos serem apreciados no Conselho de Comunicação Social quando tramitarem no Senado.
- Revisar os conceitos dos sistemas de comunicação privado, público e estatal, considerando tal medida vital para viabilizar a participação pública em todos eles, guardadas as suas especificidades.
- Criar, na Empresa Brasil de Comunicação, conselhos de redação, produção e programação, com integrantes eleitos pelos seus pares. Abrir à participação da sociedade as reuniões, o Conselho Curador e adotar as consultas públicas como mecanismo de gestão.

### III - Cidadania: Direitos e Deveres

- Um marco regulatório para as comunicações deve favorecer a articulação entre a sociedade e o Estado.
- Contemplar o conceito de controle público, 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.
  - Redefinir o papel do Conselho Nacional de Comunicação Social.
  - Propor medidas que proíbam a exposição da criança em publicidade estereotipada, incompatível com a realidade da estrutura familiar contemporânea.
  - 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 brinquedo anunciado.
  - Defender políticas que produzam uma mudança no imaginário social relativo ao dano produzido pelo consumo abusivo de substâncias psicoativas.
  - Opor-se à exploração da imagem do homem, da mulher, da criança e do adolescente na mídia.
  - Valorizar o papel da população indígena e africana na formação da cultura e da nação brasileira
  - Estabelecer percentual da programação nos sistemas público, privado e estatal para a veiculação de produção audiovisual tratando da história e da cultura africana e indígena.
  - Organizar os trabalhadores da comunicação por meio de regulamentações profissionais que resguardem e respeitem suas especificidades.
    - Defender o diploma de jornalista para a prática da profissão, garantindo os critérios de responsabilidade social da atividade, por meio da reinserção da exigência da formação específica para o exercício do Jornalismo.
    - Reivindicar formação profissional que, além dos aspectos técnicos, valorize a formação humanística e a capacitação para a atuação nos meios de comunicação públicos, universitários e comunitários.
    - A profissão de jornalista – organizada e regulamentada – deverá efetivamente se transformar em instrumento de controle público da mídia, de defesa das liberdades de expressão e de imprensa.
    - Respeitar e valorizar a regulamentação dos radialistas e de outros segmentos de trabalhadores da mídia como garantia à democracia nas comunicações e no país.
    - Criar um Código de Ética conjunto da área de comunicações.
    - Defender e estimular os radiocomunitaristas e os meios de comunicação alternativos e/ou utilizados pelos movimentos sociais, como *blogs*, *sites* não jornalísticos, redes e outras formas de exercício comunicativo livre e democrático.
    - Criar uma nova Lei de Imprensa que garanta a liberdade de expressão.
    - Defender política pública nacional que inclua no currículo escolar do ensino fundamental e médio disciplinas sobre a mídia, resgatando o caráter dialógico da comunicação e possibilitando leituras diversas.
    - Capacitar a sociedade e os cidadãos para a compreensão das políticas públicas de comunicação, com apoio ao debate teórico e político e a elaboração técnico-científica sobre o setor. Elaborar programa de Capacitação para Leitura Crítica dos Meios de Comunicação e Debate da Estética.
    - Criar um Instituto de Altos Estudos de Comunicação e Estratégia.

# Profissão

Por Diego Vacchi



Entidades ligadas ao jornalismo tentam atualmente desfazer a situação de vazio normativo a que foi submetida a profissão, desde que uma série de desdobramentos legais resultou, em meados de 2009, na sentença do Supremo Tribunal Federal (STF) pela não exigência do diploma de jornalista para o exercício da atividade. No dia 17 de junho, em seu discurso relatando a matéria em última instância, o presidente do Supremo, ministro Gilmar Mendes, definiu que: “Um excelente chefe de cozinha certamente poderá ser formado em uma faculdade de culinária, o que não legitima o Estado a exigir que toda e qualquer refeição seja feita por profissional registrado mediante diploma de curso superior nesta área”. Por analogia, Mendes anunciava que, por 8 votos a 1, os ministros do STF decidiram que também para o jornalismo a formação superior é dispensável. A data ficou na história, marcando para a categoria um retrocesso.

Na trajetória do jornalismo em diversos países — e também no Brasil —, importantes profissionais foram forjados em um período no qual a atividade era aprendida e repassada nas próprias redações. Entretanto, já há algumas décadas, e especialmente agora, com o ritmo acelerado de produção de notícias, é inviável um profissional adquirir formação em salas de redação, ou, pior, diretamente nos terminais de computador ou simplesmente pela habilidade em operar as mais diversas mídias digitais.

O interesse é do povo, garante o jornalista Nilson Lage, um dos mais respeitados profissionais no País, doutor em Linguística, mestre em Comunicação e professor da Universidade Federal de Santa Catarina. Em seu já clássico texto *À Frente, o Passado*, no qual faz sua defesa do diploma apoiado em análise do desenvolvimento do jornalismo no Brasil, Lage afirma que, na sociedade da informação, não importa apenas dispor de canais: é necessário produzir conteúdos claros, éticos e honestos.

# deverá reverter desregulamentação

Com a propriedade de quem completa 50 anos de profissão, o jornalista e professor Nilson Lage defende que o desenvolvimento de padrões técnicos elevados, a expansão do jornalismo de qualidade a todo o país e a instalação de sucursais e correspondentes no exterior são questões que envolvem a autoestima da população das diferentes regiões, a perpetuação da cultura e da soberania nacionais. “Um conjunto de fatores que nos permitirá, algum dia, ver a nós mesmos e ao mundo com a perspectiva brasileira. Na sociedade globalizada, um jornalismo de má qualidade submergirá no mar de discursos imperiais e de valores homogêneos que se difundem com competência”, define Lage.

A luta pelo restabelecimento da obrigatoriedade de qualificação em nível superior para atuar como jornalista vem gerando resultados que poderão, em breve, reverter a decisão do Supremo. Atualmente, há dois projetos tramitando no Congresso Nacional nesse sentido. No dia 2 de dezembro de 2009, a Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) do Senado Federal aprovou, por 20 votos contra dois, a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 33/09, de autoria do senador Antônio Carlos Valadares (PSB/SE), que restitui a exigência da formação superior específica.

De acordo com o texto aprovado, para exercer a profissão de jornalista, é necessário diploma de formação universitária. A regra, porém, é facultativa ao colaborador (aquele que, sem relação de emprego, produz trabalho de natureza técnica, científica ou cultural, relacionado à sua especialização). Dando prosseguimento a sua tramitação, a PEC deverá ser votada em dois turnos pelo plenário. Se aprovada, a proposta será

apreciada pela Câmara dos Deputados.

O presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Sérgio Murillo, esteve presente ao ato no Senado, ao qual também compareceu o presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Daniel Slaviero. Segundo Murillo, a presença do empresário na reunião do Senado reforça o argumento da Fenaj de que a questão do diploma, do ponto de vista dos empresários do setor, não está ligada às liberdades de expressão e de imprensa (como costumam alegar), mas sim às relações trabalhistas entre empregados e patrões. Sem a obrigação, os contratos profissionais se precarizam e se torna desmedido o poder dos proprietários das empresas de comunicação

Já na Câmara dos Deputados, a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ) aprovou, no dia 11 de novembro de 2009, a PEC 386/09, de autoria do deputado Paulo Pimenta (PT/RS), que também trata do restabelecimento da exigência do diploma para a atividade de jornalista. Segundo o relator da proposta, deputado Maurício Rands (PT/PE), conforme o parágrafo primeiro do texto, nenhuma lei poderá conter dispositivo que possa configurar embaraço à plena liberdade de informação jornalística, garantindo assim a previsão constitucional de liberdade de expressão.

## Origem

O processo de desregulamentação da profissão teve início em outubro de 2001, quando a juíza substituta da 16ª Vara Cível da Justiça Federal de São Paulo, Carla Abrantkoski Rister, em ação do Ministério Público Federal, concedeu liminar extinguindo a obrigatoriedade da formação superior para o trabalho em

jornalismo. Em 2006, o Supremo Tribunal Federal concedeu uma liminar suspendendo a exigência do diploma.

Ações se seguiram, com as entidades representantes dos profissionais jornalistas tentando reverter a decisão em todas as instâncias. Porém, o STF, em deliberação final, em 2009, trouxe à sociedade sua resposta sobre a especificidade da qualificação de que o jornalista necessita para informar criticamente: não é exigido que o profissional tenha cursado faculdade de jornalismo.

A medida soma-se a outra que também afetou diretamente os rumos do jornalismo brasileiro. Em abril passado, a última instância da Justiça no País derubou a Lei de Imprensa, que orientava a profissão. No julgamento, sete dos 11 ministros do STF decidiram tornar sem efeito a totalidade da lei. Eles concluíram que o texto, editado em 1967 – durante o período da ditadura militar no Brasil –, era incompatível com a democracia e a atual Constituição Federal (CF). Logo, consideraram a Lei de Imprensa “inconstitucional”.

O resultado mais evidente dessas duas ações é uma lacuna em termos normativos para a atividade do jornalismo, sem que o debate sobre mudanças no texto ou mesmo outro, novo, fosse fomentado na esfera judicial.

Em ambos os casos – tanto na decisão da juíza Carla Rister quanto nos votos dos ministros do STF –, a base dos argumentos é sustentada pelo trinômio inconstitucionalidade, liberdade de expressão e qualificação específica. Em sua decisão, a juíza sustentou que a CF/1988 – cujo texto consagra as liberdades públicas, insere as liberdades de manifestação do pensamento, de expressão, intelectual, artística, científica, independentemen-

te de censura prévia – não comporta a exigência de um diploma elaborado por Decreto durante o período da ditadura militar no País.

Para os magistrados, a qualificação específica do jornalista ainda está baseada essencialmente na prática, sendo a universidade um complemento válido, mas não fundamental. A Fenaj, entretanto, reforça que os critérios teóricos, técnicos e éticos aprendidos por estudantes de jornalismo são pilares necessários à construção de um novo Jornalismo.

A associação que o STF faz com o período da ditadura, como única referência no que diz respeito à regulamentação do jornalismo, é uma tentativa de relacionar o diploma aos anos de chumbo, segundo a jornalista Elisabeth Costa – ex-presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). No seu artigo *Diploma em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade* (publicado pela Fenaj em 2001, no livro *Formação em Jornalismo: uma necessidade*), Beth Costa elenca os principais períodos históricos que consagraram a conquista do “ethos profissional”.

Tudo começou em 1918, segundo ela, com a realização do I Congresso de Jornalistas, no Rio de Janeiro. A primeira regulamentação data de 1938, com o Decreto-Lei 910 – que definia o jorna-

lista como trabalhador intelectual. Nove anos depois, em 1947, o primeiro curso de jornalismo foi criado no Brasil na Fundação Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo. O reconhecimento jurídico da necessidade de formação superior chegaria em 1969 – após anos de debates – com o Decreto-Lei 972.

Assinado pela Junta Militar que então governava o Brasil, o decreto estabeleceu a regulamentação da atividade jornalística com exigência de formação superior para atuar em empresas de comunicação. Assim, a simples concepção de que o jornalismo era um ofício edificado apenas na prática de anos em redações assumiu um status social relacionado principalmente à responsabilidade com a informação. O decreto foi modificado, posteriormente, pela Lei 6.612, de dezembro de 1978, e pelo Decreto 83.284, de março de 1979.

A dirigente do Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais Valéria Said Tótaro expõe, no seu artigo *O mérito da exigência do Curso Superior* (publicado pelo site do Observatório da Imprensa em 17 de fevereiro de 2009), o que chama de “falácia da inconstitucionalidade do DL de 1969”. Ela cita o desembargador Antônio Álvares, para quem o Decreto-Lei de 1969 foi totalmente recepcionado pela nossa CF, uma vez que somente é

considerada inconstitucional a legislação anterior à Carta de 1988 que com ela tiver algum de seus artigos incompatíveis. Valéria ressalta, dessa forma, que o DL 972/1969, alterado mais de uma vez pelo Congresso Nacional, por meio de projeto de lei, com sanção do presidente da República, “vige com força de lei e a sua constitucionalidade e juridicidade foram consagradas”.

O discurso de que o “jornalismo e a liberdade de expressão são atividades imbricadas por sua própria natureza e não podem ser pensadas e tratadas de forma separada”, proferido por Gilmar Mendes, defendido constantemente pelos empresários da comunicação, é, de acordo com Sérgio Murillo, uma ótica distorcida sobre o conceito. “É uma confusão artificial e foi manipulada propositalmente pelos empresários. A gênese desse argumento está no Liberalismo. A ideia é edificar a comunicação apenas como um negócio, em que não pode existir qualquer regulamento, de normas ou regra”, destaca, o presidente da Fenaj. Para ele, com essa fórmula, o efeito é exatamente o inverso ao da liberdade de expressão – resulta em uma privatização do direito de se expressar de forma livre. “Hoje, quem exerce com quase totalidade esse direito são os donos das empresas”, garante o dirigente.



## Desdobramentos

Desde a decisão de 2001, conforme a Fenaj, foram feitos cerca de 15 mil registros precários (sem a necessidade de diploma de nível superior) de jornalista pelo País. No encaixo da nova diretriz, surgem inúmeros cursos oferecendo formação para jornalistas — inclusive via educação à distância — em até 40 horas/aula, incluindo módulos do tipo “Como ganhar dinheiro com jornalismo web”. Em todo o país, descreve Nilson Lage no artigo já citado, “sindicatos e delegacias regionais do trabalho passaram a receber pedidos de registro de todo tipo de gente — alfabetizados alguns, analfabetos outros, vaidosos alguns, marginais outros. Vale tudo”.

Nesse retrocesso das conquistas adquiridas em pelo menos 70 anos de regulamentação do jornalismo, os novos desafios para a valorização da profissão e da comunicação no país serão também tratados na Con-

ferência Nacional de Comunicação (14 a 17 de dezembro/2009, em Brasília).

O presidente da Federação dos Jornalistas da América Latina e do Caribe (Fepalc) e coordenador-geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Celso Schröder, considera que a principal via de debate deveria ser o controle público da informação. Este, em sua opinião, é o conceito mais apropriado sobre liberdade de expressão. Nele, a sociedade seria conscientizada sobre a necessidade de participar como agente regulador da informação que recebe. Para o dirigente, o jornalismo — agora carente de regulamentação — deve discutir um novo marco legal que, entre outras determinações, acabe com os interesses econômicos e os oligopólios de comunicação no país.

# Comunicação constrói cidadãos

Os dias 14 a 17 de dezembro de 2009 vão ficar na história do Brasil. O processo de democratização da mídia, deflagrado pela 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) – abordando os temas produção de conteúdos, meios de distribuição, cidadania e políticas de comunicação –, com a participação de especialistas e lideranças populares, coloca a comunicação em pauta, definitivamente, no País.

A importância desse feito é enorme se considerarmos que dezenas de cidades brasileiras, além de todos os Estados, se mobilizaram na realização de suas conferências preparatórias, dando uma amplitude jamais vista para o tema da democratização dos meios de comunicação. O Brasil é um país que, apesar de dispor de uma das mais amplas e complexas redes de comunicação do mundo, sofre com a concentração da propriedade das emissoras de rádio e televisão. Afora isso, ainda há falta de mecanismos de controle sobre a ação das empresas que exploram o serviço público. Nada mais oportuno, entretanto, do que esta conferência.

A partir da Conferência, a luta será outra e mais árdua. A sociedade civil terá que criar uma comissão do setor para acompanhar, junto ao Legislativo, a elaboração de leis que atendam às propostas que serão aprovadas na Confecom.

Paralelamente a esse encaminhamento, ainda, precisaremos fazer com que o Conselho de Comunicação Social – órgão auxiliar do Congresso Nacional – seja reativado o mais rápido possível. A exemplo da Argentina, que redigiu recentemente uma nova regulamentação do setor, precisamos fazer valer, em uma nova configuração para a mídia brasileira, que as empresas não formem monopólios. Precisamos diversificar, pluralizar.

O novo marco regulatório das comunicações precisa reforçar a democracia, propiciando maior acesso aos canais de transmissão para pequenos grupos e comunicadores comunitários, ONGs, além de restringir o número de concessões que possam ser outorgadas a uma só empresa, propiciar maior quantidade de vozes com a mesma potência, mais democrática, com maior quantidade de opções.

Quando falamos [movimentos sociais, entidades de classe] em controle público, o segmento empresarial confunde a população com sua retórica de que estamos impedindo a liberdade de imprensa. Liberdade de imprensa, porém, não é sinônimo de liberdade de empresa – esta, na verdade, a almejada pelos empresários.

Discutir a comunicação causa revolta e preocupação principalmente naqueles que não querem mudança alguma e pretendem continuar com a lei vigente, caduca. Temos que ressaltar que aos governos que se sucederam no País até agora faltou vontade política para solucionar e democratizar os meios de comunicação. Muitos impulsionaram políticas de entrega do patrimônio público, dos recursos do País aos grandes capitais estrangeiros e permitiram a formação do monopólio dos meios de comunicação.



“Precisamos fazer valer, em uma nova configuração para a mídia brasileira, que não se formem monopólios”

Para nós, da Fitert [Federação Interestadual dos Trabalhadores em Rádio e Televisão], conquistar a democratização da comunicação como fundamento dos direitos humanos significa que a liberdade de informar e ser informado é maior que o interesse dos monopólios. Significa abrir espaços de liberdade de expressão e valores que nos permitam construir um novo amanhecer da Pátria. Em nossos fóruns de debates, já foi dito que a dominação não começa pelo fator econômico, mas pelo cultural. Então vamos nos apropriar da cultura e da informação.

Há quase duas décadas, a Fitert participa efetivamente dos debates sobre a necessidade da democratização do sistema de meios de comunicação no Brasil. O nosso propósito é fazer entender que o espaço audiovisual é um patrimônio do conjunto da sociedade – por isso, mobilizamos-nos cada vez mais, para fortalecer a luta da democratização da comunicação, especialmente nos fóruns do FNDC.

*Nascimento Silva, radialista, coordenador da FITERT, diretor executivo do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC, membro do Conselho de Comunicação Social – CCS e da Comissão Organizadora da Conferência Nacional de Comunicação*

# Avançar na luta democrática

Finalmente, vamos chegando à data da realização da 1ª Conferência Nacional de Comunicação (1ª Confecom), de 14 a 17 de dezembro. Sua convocação pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em Decreto de 16 de abril deste ano, foi por si só uma expressiva vitória da sociedade civil brasileira, especialmente de seu segmento não empresarial organizado. Demanda de muitos anos dos movimentos sociais, a pressão exercida através de inúmeros atos públicos, abaixo-assinados, manifestações, audiências públicas, seminários, oficinas e debates terminou por surtir efeito. De nada adiantou a resistência manifestada por alguns segmentos empresariais, em particular pelo da radiodifusão, pois o presidente Lula resolveu acatar essa demanda social e convocou a 1ª Confecom.

A partir daí, a mobilização da sociedade brasileira pela conferência, que já era bastante representativa, deu um salto de qualidade. Inúmeras conferências livres e seminários, organizados pela Comissão Nacional Pró-Conferência de Comunicação (CNPC), com o apoio de Comissões Estaduais, passaram a agregar diversos atores sociais pelo Brasil afora. Vieram as Conferências Municipais e Regionais e as Conferências Estaduais, mostrando que nosso povo estava há muito preparado para esse debate e tinha propostas de conteúdo formuladas ao longo de muitos anos de lutas.

Não é à toa que esta 1ª Confecom foi uma das últimas a ser convocada pelo atual governo federal. A resistência do poderoso *lobby* dos barões da mídia tentou até o último minuto desacreditar a iniciativa. Mesmo as excessivas concessões feitas pelos poderes públicos ao empresariado (40% dos delegados e quórum qualificado de 60% para aprovação de teses mais “sensíveis”) não foram suficientes para ganhar o apoio de boa parte desses empresários, que boicotou e atrapalhou sempre que pôde. A ARPUB – Associação das Rádios Públicas do Brasil – participou ativamente desse processo, ajudando a preparar e mobilizar para a 1ª Confecom. Nossas rádios públicas produziram e veicularam *spots* especiais convocando para cada etapa da conferência. As grades de programação foram permeadas por diversos produtos focados nesse conteúdo: programas de debate, radiodocumentários, entrevistas, reportagens, coberturas de eventos preparatórios. Estivemos presentes nas reuniões e nas plenárias convocadas pela CNPC e em várias Comissões Estaduais. Por fim, o III Encontro Nacional das Rádios Públicas aprovou nossas 10 teses, encaminhadas à 1ª Confecom.

Optamos por dar nossa contribuição nos temas que consideramos ter acumulado ao longo dos últimos anos: Comunica-



Kellie Schirio

“A mobilização da sociedade brasileira pela conferência deu um salto de qualidade”

ção pública; Comunicação comunitária; Oligopólio e política de concessões; Conselhos e ferramentas de controle público; Regionalização da produção cultural e jornalística; Lei de Imprensa; Regulamentação e democratização da Internet; Por uma publicidade e propaganda mais cidadãs; Rádio digital; Direitos autorais.

Apesar das condições draconianas impostas pelo Regimento Interno, do tempo exíguo de preparação, resultado da demora em se definirem as regras básicas da 1ª Confecom no âmbito da Comissão Organizadora Nacional, a ARPUB vê com otimismo a realização dessa iniciativa. A luta pela democratização dos meios de comunicação no país não começou hoje nem terá seu fim na 1ª Confecom. Nós ainda podemos avançar muito.

Avançar, inicialmente, na possibilidade de popularizar o debate, antes tão restrito aos guetos de especialistas e profissionais do setor. Capilarizar os vários temas que serão debatidos, levando-os para dentro dos movimentos sociais, dos partidos, dos sindicatos, da ONG'S, das instituições e das entidades, das associações de moradores. Temos feito isso, nos últimos sete meses, como nunca dantes, e só isso já significa uma imensa vitória dos setores democráticos e populares da nossa sociedade.

Avançar na capacidade de organização da sociedade civil, lutar em torno dessas bandeiras, construir GT's e comissões estaduais, unificar lutas e bandeiras, coesionar o campo democrático e popular, definir estratégias comuns e criar uma cultura de solidariedade e convergência de propostas: Também aí podemos obter uma expressiva vitória, se tivermos capacidade de fazer o nosso dever de casa, garantindo intervenção qualificada e homogênea no âmbito da 1ª Confecom, deixando de lado vaidades pessoais e eternas disputas pelo protagonismo político.

Avançar também na definição de prioridades, de aprovação de princípios e valores que deverão nortear a construção de um novo marco regulatório para a comunicação social em nosso país, tarefa que deverá nos desafiar nos próximos quatro ou cinco anos, e que nos levará, certamente, a construir novas Confecom's, quem sabe marcadas por mais democracia e participação popular. Esse é o desejo da ARPUB, e para isso trabalharemos incansavelmente.

Orlando Guilhon

Presidente da Associação das Rádios Públicas do Brasil – ARPUB

# Banda larga pela tomada

por Valéria Marcondes

O uso da rede elétrica para conectar prédios públicos e cidadãos à internet e a outros serviços de transmissão de dados, via banda larga, em localidades remotas, pode representar significativa diminuição de custos em obras nas redes de telecomunicação. Entre os benefícios propalados pelas agências reguladoras está a utilização da rede elétrica para a inclusão digital, já que a penetração do serviço de energia elétrica é maior que o de telecomunicação.

O Power Line Communication (PLC) é uma tecnologia com potencial para tanto e poderia, inclusive, contribuir com Plano Nacional de Banda Larga, do governo federal. Contudo, precisa ajustar uma regulamentação para poder disseminá-lo como uma alternativa.

Na Europa designada como PLC e nos Estados Unidos como Broadband Power Line (BPL), a comunicação de dados via rede de energia elétrica é uma alternativa que concorre e complementa os sistemas de comunicação sem fio, satélites e cabos coaxiais das operadoras de TV por assinatura.

Na década de 1920, a tecnologia já era aplicada para controle, operação e gerenciamento do sistema de energia elétrica. Atualmente, o PLC é utilizado como meio de transporte de conteúdo mul-

Em estudo, internet pela rede elétrica pode ser alternativa para a inclusão digital



timídia, a uma velocidade que varia de 10 a 200 Mbps (Megabites por segundo). Essa tecnologia possibilita a automação predial e residencial.

Basicamente, as informações disponíveis na forma digital são transformadas em sinais analógicos e injetadas na rede elétrica. Os sistemas de telecomunicações, baseados na tecnologia PLC, são projetados para funcionar na faixa entre 9 kHz e 30 MHz. No Brasil, apesar de regulamentada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), a aplicação dessa tecnologia encontra-se em estágios iniciais. O PLC vem se difundindo rapidamente em outros países. As distribuidoras de energia norte-americanas, por exemplo, viram na banda larga via rede elétrica uma solução voltada mais para áreas rurais.

Segundo o vice-presidente da PowerGrid Communication Brasil, Maurício Guaiana, “as aplicações da tecnologia no ambiente de telecomunicações brasileiro têm evidenciado que os sistemas BPL (PLC) são uma solução para quem não tem solução”, ou seja, edifícios nos quais existem dificuldades para passar cabos e áreas aonde outras redes não chegam.

## Benefícios

O custo do serviço, de acordo com a Anatel, dependerá dos modelos de negócio, que podem variar conforme as circunstâncias. Por exemplo, em zonas urbanas densamente povoadas, as soluções possíveis serão, necessariamente, distintas das soluções adotadas em regiões metropolitanas com baixa densidade populacional. O mesmo deverá ocorrer com as soluções dedicadas às áreas rurais. Tudo depende da questão financeira envolvida – como o investimento necessário, o tempo de maturação do negócio, o retorno financeiro.

A Aneel diz que, com a adoção do PLC para aprimorar questões operacionais, haverá melhoria na qualidade da prestação do serviço de energia, podendo ainda ocorrer uma redução de custos aos consumidores, na medida em que significativa parte da receita da distribuidora de energia elétrica com o PLC deve ser revertida em prol de tarifas mais modestas. O fato incomoda as empresas, pois a regra não se aplica a outros setores de prestação de serviço, como o de telecomunicações, por exemplo.

Embora seja utilizado o mesmo meio físico, a tecnologia permite o uso independente dos serviços e, portanto,

as faturas poderão ser individualizadas.

Para o consultor de telecomunicações e coordenador do projeto PLC/Copel (Companhia Paranaense de Energia), Orlando César Oliveira, a ideia é cobrar pelo uso que o internauta fará do PLC, tal como ocorre com o consumo de eletricidade. Oliveira diz que é “perfeitamente possível implantar um sistema de cobrança mais justo, que leve em conta a utilização real e efetiva do internauta”, o que, segundo ele, fará do sistema PLC uma modalidade de conexão bastante acessível e extremamente competitiva dentro do mercado de telecomunicações no futuro.

Para ter acesso à Internet pela rede elétrica, o consumidor deverá adquirir um modem específico para PLC, cujo custo será semelhante ao dos *modems* ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line), que convertem o sinal normal do telefone para alta velocidade.

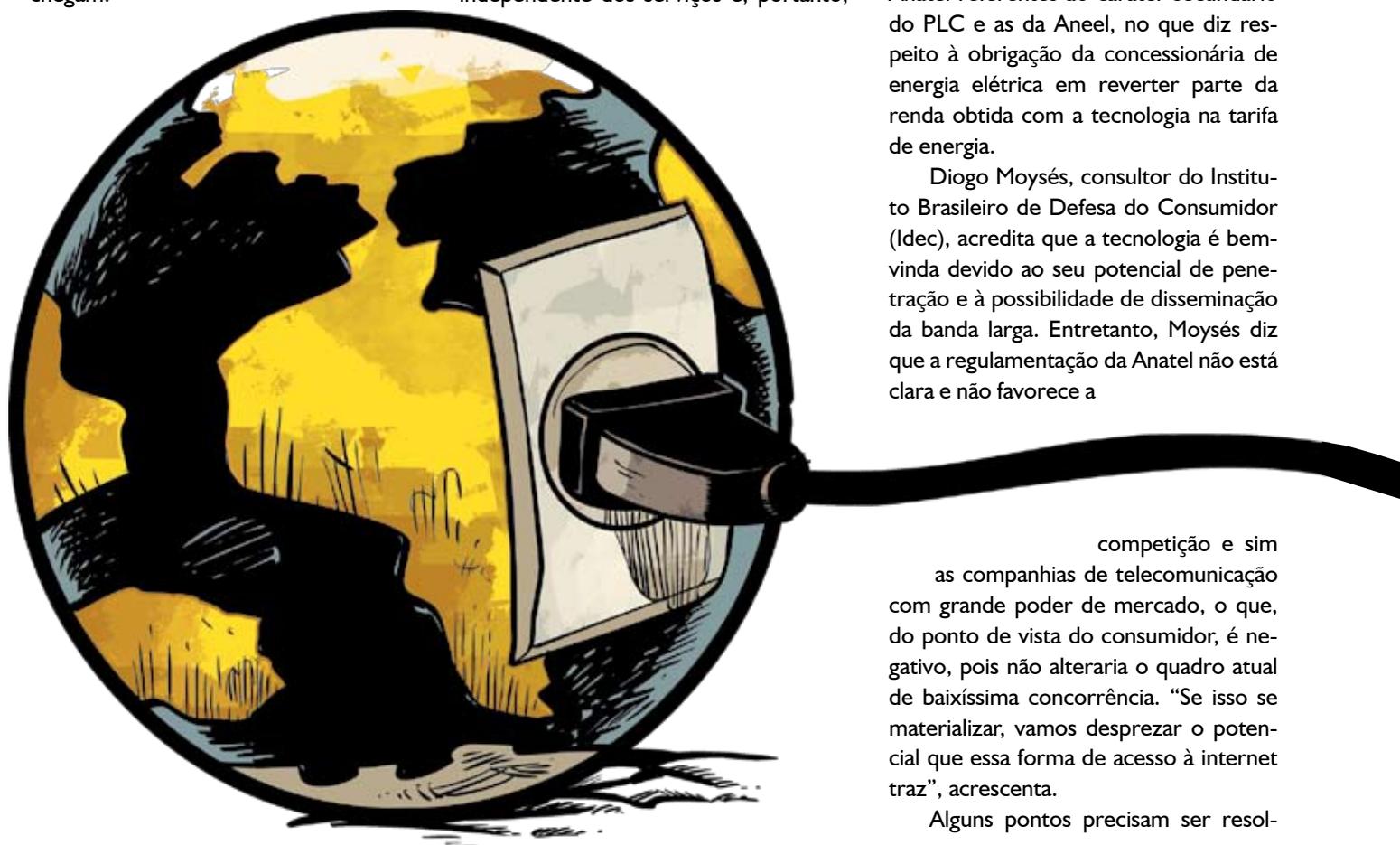
No entanto, o pesquisador em telecomunicações do CPqD, Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações, Rogério Botteon Romano, diz que a falta de padronização dos equipamentos dificulta a redução dos custos.

Romano critica as regulações da Anatel referentes ao caráter secundário do PLC e as da Aneel, no que diz respeito à obrigação da concessionária de energia elétrica em reverter parte da renda obtida com a tecnologia na tarifa de energia.

Diogo Moysés, consultor do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), acredita que a tecnologia é bem-vinda devido ao seu potencial de penetração e à possibilidade de disseminação da banda larga. Entretanto, Moysés diz que a regulamentação da Anatel não está clara e não favorece a

competição e sim as companhias de telecomunicação com grande poder de mercado, o que, do ponto de vista do consumidor, é negativo, pois não alteraria o quadro atual de baixíssima concorrência. “Se isso se materializar, vamos desprezar o potencial que essa forma de acesso à internet traz”, acrescenta.

Alguns pontos precisam ser resol-



vidos, segundo Moysés, entre eles a organização das prioridades na oferta do serviço. Exemplificando: o serviço começa a ser oferecido e se constata uma interferência que não pode ser resolvida de imediato. O PLC, por ter caráter secundário (em relação ao fornecimento de luz), deverá ser desligado, acarretando prejuízos ao consumidor. O consultor do Idec entende, ainda, que a comemoração deve ser moderada e a sociedade civil deve cobrar subsídios da Anatel e da Aneel e espaço para participar do debate sobre a regulamentação da tecnologia.

## Regulamentação

A implantação e à exploração do PLC não poderão afetar a qualidade do fornecimento de energia elétrica para os consumidores. Dessa forma, a Resolução 527 da Anatel define que os equipamentos que compõem o sistema sejam tratados como mecanismos de radiocomunicação, de radiação restrita em caráter secundário. Assim, sistemas PLC não possuem direito à proteção e não podem causar interferências prejudiciais em sistemas que operam em caráter primário, sob pena de interrupção de transmissão até a execução de ajustes necessários para eliminar interferências.

Flavio Rocha de Avila, consultor do Centro de Excelência em Tecnologias Avançadas do Senai/RS, afirma que existem técnicas e filtros de mitigação que

impedem que os sinais do PLC causem interferências às frequências de Radioamadores e de Radiodifusão de Sons e Imagens – serviços que terão prioridade em caso de conflitos.

Ainda conforme a resolução da Anatel, as distribuidoras de energia não podem explorar comercialmente a tecnologia PLC, já que, conforme legislação do setor elétrico, as distribuidoras só podem prestar serviços de distribuição de energia.

As distribuidoras teriam de estabelecer outra entidade jurídica ou firmar parcerias para vender telecomunicações ao consumidor final, mesmo que utilizando os próprios cabos de energia elétrica. As empresas que comercializarão PLC serão reguladas duplamente: pela Anatel e pela Aneel.

Além de confrontarem-se com problemas de interferência no espectro eletrônico, ainda mais quando se trata de instalações externas (“outdoor”), as empresas que passarem a explorar essa tecnologia, vão competir com provedores tradicionais, como as operadoras de telefonia e TV a cabo.

Apesar de a propaganda afirmar que o PLC poderá solucionar os desafios da chamada “última milha” – trecho que liga a rede de fibras ópticas ao consumidor final –, não se pode saber ainda quanto tempo levará para que a tecnologia decole e chegue em massa aos lares bra-

sileiros. Várias empresas desistem dos testes requeridos pela Anatel devido aos custos elevados.

Paulo Porto, coordenador de tecnologia da informação do Grupo CEEE (Companhia Estadual de Energia Elétrica, no Estado do Rio Grande do Sul), acredita que a tecnologia dificilmente terá aplicação a curto prazo, pois precisa evoluir em alcance e na diminuição das interferências.

Segundo a Aneel, toda a sociedade pode beneficiar-se com o PLC. A corrente mais otimista e utópica espera que a tecnologia PLC possa democratizar o acesso à internet e decretar o fim da exclusão digital, além de aumentar a concorrência e servir como alternativa às companhias que monopolizam as telecomunicações no Brasil.

Não é novidade que a rede elétrica é mais democrática em relação às tecnologias digitais. Um abismo, no entanto, impede que se diga que a tecnologia PLC democratizaria o acesso à banda larga simplesmente porque, segundo a Aneel, a rede elétrica chega a 95% da população brasileira.

A realidade do PLC, por enquanto, não é tão luminosa. Problemas técnicos, regulamentação, disputas entre setores e desinteresse de algumas companhias inviabilizam a exploração da tecnologia e fazem com que a “universalização” do acesso à internet continue um ideal.

## EXPERIMENTOS

O PLC vem sendo testado desde o ano de 2000 em algumas regiões do país, através de projetos-piloto realizados em parceria entre companhias elétricas, institutos de pesquisa e governo.

Na cidade de Barreirinhas, Maranhão, a Prefeitura, a Eletronorte, a Companhia Energética do Maranhão e a Associação de Empresas Proprietárias de Infra-estrutura e Sistema Privados de Telecomunicações desenvolvem o projeto “Vila Digital”, que tem como objetivo a inclusão social e digital da população.

No Paraná, a Copel iniciou testes em 300 unidades consumidoras de Santo Antônio da Platina. Os clientes terão acesso gratuito à rede por um ano, mediante o compromisso de monitorar, avaliar e relatar funcionamento do PLC à Copel.

Em 2006, a Prefeitura de Porto Alegre, a Companhia Estadual de Energia Elétrica (CEEE), o

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai/RS) e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul firmaram acordo de cooperação técnica para o desenvolvimento de uma rede PLC, no bairro Restinga, em Porto Alegre. O projeto foi finalizado em 2009 e a aplicação considerada de maior sucesso foi a que beneficiou os cidadãos através do serviço de Telemedicina instalado num posto de saúde.

Testes realizados pela AES Eletropaulo Telecom em apartamentos de três bairros da cidade de São Paulo revelaram bom desempenho da tecnologia em mobilidade, rapidez de instalação e velocidade de conexão.

Em Minas Gerais, o PLC é estudado há nove anos pelo Grupo Cemig (Companhia Energética de MG). A empresa planeja avaliar melhor questões técnicas e de custo-benefício, e assim ter condições de optar ou não pelo uso da tecnologia.



### Comitês do FNDC são fortalecidos

Ajudar a sociedade brasileira a perceber a comunicação como um direito fundamental: esse é um dos objetivos do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Essa discussão ganhou corpo desde que foram estabelecidas as Comissões Pró-Conferência Nacional de Comunicação – muitas delas criadas tendo o apoio irrestrito do FNDC.

Com a aglutinação de entidades a essas comissões “pró”, foi constatada a necessidade de um fórum permanente para a continuidade dos debates sobre a democratização da comunicação no Brasil. Daí, o fortalecimento dos comitês estaduais do FNDC e a criação de novos comitês nos últimos dois anos. Grande parcela das entidades e dos atores envolvidos na luta veem no FNDC um fórum legítimo e reconhecido, por sua seriedade e profundidade nas discussões.

Em 2008, foram criados comitês estaduais no Distrito Federal, no Vale do Sinos e do Paranhana

(RS) e na Região Sisaleira da Bahia. Este ano, surgiram novos comitês nos estados da Paraíba, do Mato Grosso, do Mato Grosso do Sul e do Piauí.

Já Bahia, Minas Gerais, Santa Catarina, Ceará e Rio Grande do Sul tiveram seus comitês fortalecidos com o movimento Pró-Conferência. Novas entidades aderiram aos núcleos existentes do FNDC e aqueles que estavam inativos voltaram à tona e começaram um processo de reestruturação.

Em Minas Gerais, está sendo trabalhada a regionalização dos comitês em seis regiões do Estado: Região Central (Sete Lagoas), Vale do Rio Doce (Governador Valadares), Médio Piracicaba (Itabira), Região Metropolitana de Belo Horizonte – Vetor Norte (São José da Lapa), Triângulo Mineiro (Uberlândia) e Vale do Aço (Ipatinga).

Para a coordenadora do FNDC-MG, Lidiane Ponciano, a mobilização de entidades na busca pela realização da Conferência Nacional despertou vários setores para a importância de se discutir a democratização da comunicação no Brasil. “Parceiros importantes aderiram ao Fórum, em Minas e em todo o Brasil. Essa coalizão de forças é muito importante para a nossa luta”, avalia.

Segundo Lidiane, o FNDC deve trabalhar para ampliar seus comitês, manter as discussões vivas no interior do Brasil e lutar pela efetivação das políticas públicas que serão aprovadas na Confecom.



### Mutirão de Comunicação América Latina e Caribe

3 a 7 de fevereiro de 2010 | Porto Alegre - Brasil

#### Muticom

O Mutirão de Comunicação América Latina e Caribe será realizado de 3 a 7 de fevereiro de 2010, em Porto Alegre (RS), na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. O evento reunirá representantes de 37 países para debater e trocar experiências sobre práticas de comunicação capazes de ajudar na promoção de uma cultura de solidariedade

e de uma sociedade mais justa, livre e comprometida com a paz. Promovido pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, pelo Conselho Episcopal Latino-americano (CELAM), pela Organização Católica Latino-Americana e Caribenha de Comunicação (OCLACC), o mutirão contará com a participação de comunicadores e animadores de organizações sociais,

agentes de pastoral, pesquisadores, professores, estudantes e interessados nos temas da comunicação. A participação é aberta ao público em geral. Informações e inscrições: [www.muticom.org](http://www.muticom.org).



#### FSM 2010

A 10ª edição do Fórum Social Mundial acontecerá entre os dias 25 e 29 de janeiro de 2010, em Porto Alegre (RS),

cidade onde nasceu o encontro. Desta vez, o FSM será espalhado pela região metropolitana da capital dos gaúchos, com o apoio dos governos dos sete municípios onde ocorrerão as atividades – Porto Alegre, Canoas, Sapucaia do Sul, São Leopoldo, Novo Hamburgo, Campo Bom e Sapiranga. O tema será a crise global.

Para mais informações: [fsm2010@yahoo.com.br](mailto:fsm2010@yahoo.com.br) ou <http://www.forumsocialmundial.org.br/>.

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

SOCIEDADE  
DEMOCRÁTICA

COMO TODO O  
COLETIVO,  
AVANÇA SOBRE  
EIXOS

QUE SÃO  
QUATRO!



## EIX 1

## CONTROLE PÚBLICO SOBRE A COMUNICAÇÃO

A CONSTITUIÇÃO DO BRASIL  
COMEÇA DIZENDO:

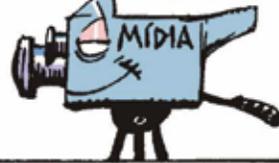


TODO  
O PODER  
EMANA  
DO POVO!

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



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



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



## EIX 2

## CAPACITAÇÃO DA SOCIEDADE E DOS CIDADÃOS

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



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



## EIX 3

## POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO DA CULTURA

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



SEJA O  
DESENVOLVIMENTO  
CULTURAL  
DO PAÍS.

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

SOMOS NÓS NO  
REGISTRO  
FILMOGRÁFICO!"



"É NÓS  
NA FITA!"

## EIX 4

## REESTRUTURAÇÃO DOS MERCADOS E SISTEMAS

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



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

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

SOCIEDADE  
DEMOCRÁTICA



# CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO

Adilson  
Vazquez

# PARA NÃO PERDER O FIO DA MEADA NESTE LABIRINTO



Não fique assistindo  
ao espetáculo da mídia.

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

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

**Venha fazer  
parte deste  
Fórum.**

Associe-se ao FNDC



Mais informações em  
[www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)