



Há vida inteligente no outro lado da mídia

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





Comunicação, cultura e democracia

ais do que nunca, a realização de uma Conferência Nacional de Comunicação se faz necessária no Brasil. De fato. ela já está sendo construída, a partir da elaboração conjunta da sociedade civil organizada em torno do setor, encabeçada especialmente por entidades que lutam pela democratização da comunicação no País e de organismos do governo. Um movimento contundente em prol da Conferência se firmou em 2007 - o FNDC se empenhou especialmente – e vem dando forma ao grande encontro, que ocorrerá este ano. As demandas são várias, mas a espinha dorsal das discussões deverá ser a regulamentação do setor, tendo em vista a obsolescência das leis brasileiras frente ao processo de convergência tecnológica acentuado com a digitalização dos meios. Espera-se para a Conferência o comprometimento do governo federal e que as proposições dela surgidas sejam transformadas em políticas públicas para as comunicações no País.

A diversidade cultural é uma característica da origem do povo brasileiro. É também identificada mundialmente, desde que a grande mobilidade dos meios de comunicação vem facilitando os intercâmbios "antropofágicos" - aqueles que aproveitam a globalização para compartilhar. Mas há os que dominam esses meios, hoje um grande negócio, submetendo culturas. O FNDC aposta que ao democratizar os meios de comunicação estará democratizando também a cultura.



Murilo César Ramos

Os governos, sucessivamente, não se impõem sobre os interesses do mercado e das empresas de comunicação. Em vista disso, o professor Murilo César Ramos defende a importância dos movimentos pela democratização da comunicação e da realização de uma ampla Conferência Nacional destinada a estabelecer um novo marco regulatório para o setor no País.



Debate deve ocorrer em 2008

A discussão sobre a construção de um novo marco regulatório para o setor das comunicações do País deve ser realizada este ano. O FNDC trabalha para que a Conferência Nacional de Comunicação seja um grande e democrático debate, envolvendo todos os segmentos interessados. Só assim o necessário caráter público dos meios de comunicação poderá ser resgatado.



diversidade

Iguais na diferença

O FNDC quer contribuir para deflagrar um processo civilizatório com o concurso dos meios de comunicação de massa na produção de cultura. Propoõe que os cidadãos, iguais na diversidade, possam se manifestar e acessar conteúdos culturais. Uma das estratégias de atuação do Fórum é ampliar ao máximo a incidência pública sobre as diversas mídias, que hoje exercem decisivas determinações sobre a cultura do País.



regul acān

Conselho de Comunicação Social

Diante do poder econômico e político, diversos países entre eles Estados Unidos, Inglaterra e Argentina – contam com órgãos autônomos responsáveis por regulamentar e fiscalizar seus meios de comunicação eletrônicos. No Brasil, o Conselho de Comunicação Social está inoperante há mais de um ano e a legislação fragmentada entre a Anatel, o Ministério das Comunicações, o da Justiça e a Ancine.

Expediente





Coordenação Executiva FNDC 2006-2008: Celso Augusto Schröder - Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); Vera Lúcia Canabrava - Conselho Federal de Psicologia (CFP); José Guilherme Castro – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço); Berenice Mendes Bezerra – Associação Nacional das Entidades de Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões (Aneate); Edson Amaral – Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert). Conselho Deliberativo FNDC 2006-2008: Comitê pela Democratização da Comunicação da Bahia; Comitê pela Democratide Camacari: Comitê pela Democratização da Comunicação do Ceará: Comitê pela Democratização da Comunicação de Goiás; Comitê pela Democratização da Comunicação de Lauro de Freitas; Comitê pela Democratização da Comunicação do Maranhão; Comitê pela Democratização da Comunicação de Minas Gerais; Comitê pela Democratização da Comunicação de Riachão do Jacuípe; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio Grande do Sul; Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio de Janeiro; Comitê pela Democratização da Comunicação de Santa Catarina; Comitê pela Democratização da Comunicação de São Paulo; Evson Santos - Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior (Andes-SN); Juliano Maurício de Carvalho - Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo (FNPJ); Rosane Bertotti – Central Única dos Trabalhadores (CUT); José Dias Paschoal Neto – Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU).

zação da Comunicação de Bauru; Comitê pela Democratização da Comunicação

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: Veridiana Dalla Vecchia (Reg. prof. nº 12.281) e Ana Rita Marini

Estagiários: Fabiana Reinholz e Camila Cabrera

Revisão: Rosane Vargas — Editoração: Imagine Design

Colaboraram nesta edição: Gilmar Fraga, Leandro Bierhals, José Antônio Meira, Roberto Castello e Suzy dos Santos Impressão: Gráfica Trindade

Tiragem: 6.000 exemplares

As opiniões aqui expressas não representam necessariamente a posição das entidades sócias do FNDC. É livre a reprodução dos conteúdos, desde que



Na trilha das buscas coletivas pela democracia



A luta pela democratização dos meios de comunicação no Brasil tem quase três décadas e já cunhou alguns nomes de expressão. Um deles é Murilo César Ramos — jornalista, professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília —, militante das buscas coletivas por políticas mais justas para as comunicações no País desde quando, ainda principiante, na faculdade, suas inquietações o levaram a procurar respostas e formulações para reverter o que denomina "as distorções de poder no jornalismo". Uma vez nessa "trilha", participou ativamente dos mais importantes capítulos da história da democratização da comunicação brasileira, entre eles a Assembléia Nacional Constituinte e a formulação da Lei do Cabo. Murilo Ramos preocupase, hoje, com um novo marco regulatório que resgate o caráter público da radiodifusão e almeja uma Conferência Nacional ampla e plural, que dê conta da agenda político-normativa pautada até agora pelos movimentos pela democratização da comunicação. A partir de Brasília, onde trabalha e reside, concedeu esta entrevista exclusiva por e-mail.

Fotos: Roberto Castello

Sua participação na luta pela democratização da comunicação no Brasil é destacada. Como foi o início dessa luta, o que a motivou e a motiva ainda hoie?

Murilo Ramos - Se é destacada. sinceramente, não sei. Mas é, com certeza, longa. São 25 anos de participação em movimentos e organizações de luta por mais democracia na comunicação brasileira. Sempre a partir da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Foi como professor que canalizei de modo concreto os sentimentos difusos que tinha desde o início da carreira profissional, no final dos anos 1960, em Curitiba, sobre as distorções de poder no jornalismo. Sou grato até hoje a um amigo jornalista que, infelizmente, perdi de vista: Geraldo Hasse. Ele me fez ler llusões Perdidas, de Balzac, livro a que somei, alguns anos depois, Recordações do Escrivão Isaías Caminha, de Lima Barreto. Nesses livros está boa parte da inspiração que busquei para, nas lutas coletivas, tentar mudar democraticamente o jornalismo e as instituições de comunicação como um todo. Devo ainda muito, mas muito mesmo, ao meu primeiro orientando de Mestrado, na UnB: Daniel Herz. No início dos anos 1980, foi o Daniel que, ao discutirmos o que poderia ser sua dissertação de Mestrado, me descortinou fatos e processos sobre a comunicação no Brasil que até então desconhecia. Na dialética orientador-orientando, que construí com Daniel Herz e que derivou para uma amizade fraterna, duradoura até a sua morte tão prematura, está a motivação que me alimenta, na academia e fora dela, a lutar por uma comunicação mais democrática em nosso País.

Qual sua opinião sobre os movimentos pela democratização da comunicação no País?

Murilo Ramos – Foi com um amplo movimento que tudo começou, entre os anos 1960 e 1970, unindo forças sindicais e sociais, partidos políticos, parlamentares e academia; primeiro na luta contra a ditadura militar e a censura; depois, por eleições diretas; e, adiante, por uma Constituição democrática. Na época do Congresso Constituinte, já se tinha uma frente nacional que dominava as propostas democráticas nascidas no âmbito da Unesco e que propunha uma nova ordem mundial da informação e da comunicação, decorrente de políticas democráticas de comunicação. As derrotas e as vitórias no processo constituinte (mais derrotas que vitórias) levaram ao nascimento, nos anos 1990, do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. O FNDC, herdeiro do processo de formulação e luta vindo dos anos 1960, é, junto com a radiodifusão comunitária, inspirador de movimen-

> "No caso da radiodifusão, nosso ambiente político-normativo está entre os mais entregues ao mercado de que tenho notícia"

tos e instituições mais recentes, como o Coletivo Intervozes. Constituinte, Conselho de Comunicação Social, TV a Cabo, radiodifusão comunitária, privatização do Sistema Telebrás, TV Digital, um novo marco regulatório para a radiodifusão: todos esses processos têm incrustada neles a marca do movimento pela democratização da comunicação no Brasil, um dos mais importantes em todo o mundo.

Este governo federal é criticado frequentemente pelos movimentos pela democratização da comunicação. As propostas da Ancinav, do Conselho Federal dos Jornalistas e o desfecho da TV Digital são apontados como exemplos de uma postura passiva. Os radiodifusores comunitários reclamam de que são mais perseguidos e que aumentaram as dificuldades para se legalizarem. Na sua opinião, a que se deve esse comportamento? Tratase de uma subserviência do governo ao mercado?

Murilo Ramos – É o que parece. Os governos se sucedem, mas não se

impõem sobre o mercado, sobre as empresas de comunicações, em especial sobre as de radiodifusão. Iniciativas surgem, da sociedade, de setores do próprio governo, como foi o caso do projeto da Ancinav no primeiro mandato do presidente Lula, mas quando se chega perto de uma decisão, voltam a se impor os interesses do patronato da comunicação. Nada disso deve nos surpreender muito em uma sociedade capitalista. Mas, no caso da radiodifusão, nosso ambiente político-normativo está entre os mais entregues ao mercado de que tenho notícia. Nem na sociedade mais capitalista e consumista do mundo, os Estados Unidos, é assim. Como não o é na Grã-Bretanha, na França, na Suécia, e assim por diante.

Sabendo-se que o Ministério das Comunicações, historicamente, não formula políticas de comunicação, quem as formula, na sua opinião? O governo continua abdicando dessa prerrogativa?

Murilo Ramos - Se o governo abre mão de formular as políticas para a comunicação, e ele de fato costuma abrir, elas se realizam por meio dos interesses empresariais, das corporações, que têm no lucro seu objetivo quase que exclusivo. São as políticas dos fatos consumados, sem qualquer participação social mais ampla. É a hegemonia privado-comercial sobre o Estado, que compromete a democracia mesmo no liberalismo.



Com a convergência tecnológica dos meios de comunicação, cresceu o debate sobre a criação de um marco regulatório para as comunicações. É possível construílo face à diversidade de meios e interesses abarcados? Quais os principais itens a constar na "espinha dorsal" desse marco? A Constituição Federal precisa ser revista em seu capítulo V?

Murilo Ramos - Não tenho dúvidas de que o Capítulo da Comunicação Social precisa ser revisto, embora reconheça ser essa uma daquelas missões quase impossíveis, dada a correlação de forças que temos hoje e que não deverá ser alterada em pouco tempo. Ele é uma colcha de retalhos mal costurada, com sérios problemas conceituais e de arranjos legais, resultantes da batalha perdida pelo movimento de democratização da comunicação durante o processo de elaboração constitucional. Qualquer novo marco regulatório para as comunicações, que inclua o rádio e a televisão, precisa resgatar, por exemplo, o caráter público de toda a radiodifusão, reconhecendo que a idéia de complementaridade entre sistemas privado, público e estatal é uma armadilha que tende a tornar o público e o estatal simples guetos diante de um colossal sistema privado-comercial. Esse resgate inclui o debate das anomalias jurídicas que são os institutos da concessão e da permissão na radiodifusão brasileira. É preciso submeter a radiodifusão privado-comercial a relações contratuais claras com o Poder Público e a instrumentos regulatórios e fiscalizatórios eficazes e transparentes. É preciso dar cabo de absurdos como a constitucionalização dos prazos de outorgas de radiodifusão. Esse é um dispositivo que chega a ser cômico. Em suma, pensar um em novo marco regulatório para a comunicação sem começar por uma revisão ampla do Capítulo da Comunicação Social é pensar o certo, mas com a estratégia errada.

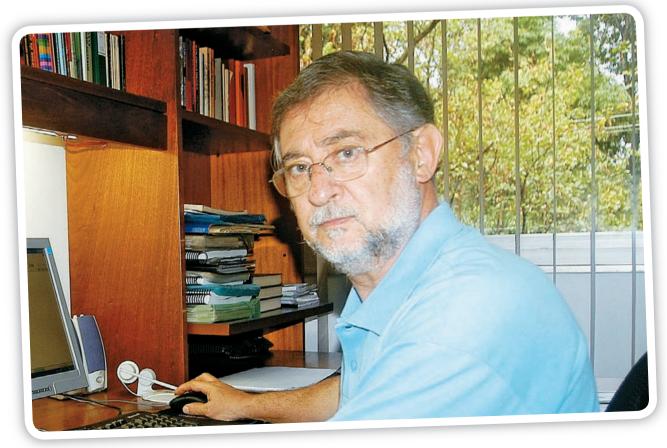
A sociedade está reivindicando e o governo se comprometeu em realizar a Conferência Nacional de Comunicação em 2008. O que o senhor espera da Conferência? Quais as suas sugestões para o bom andamento dessa iniciativa?

Murilo Ramos - Só uma Conferência nos moldes da que se discute hoje dará conta das tarefas que apontei anteriormente, meros exemplos de uma agenda político-normativa mais

ampla que o movimento pela democratização da comunicação discute há décadas. Eu espero muito da Conferência, mas espero, acima de tudo, e antes de mais nada, que sejamos fortes e coesos o suficiente para realizá-la, pois os seus opositores por ora estão na muda, mas, se perceberem que de fato ela acontecerá, se mobilizarão e farão grande pressão sobre os poderes Executivo e Legislativo para que ambos se afastem da iniciativa. Se isso acontecer, a Conferência poderá se transformar em um mero evento de protesto cívico.

A entrada das empresas de telecomunicação nos serviços de transmissão de conteúdo audiovisual sofre oposição acirrada dos radiodifusores. O ingresso das teles na transmissão de conteúdos não significará o fim e/ou a fragilização do atual modelo de radiodifusão? Como estabelecer critérios que regulem suas novas atividades?

Murilo Ramos - Não vejo problema na entrada das empresas de telecomunicações no mercado de televisão por assinatura. Como consultor, tenho trabalhado para que isso aconteça. Mais operadores de televisão por assinatura



pode significar a ampliação do acesso a esse serviço por mais pessoas, ainda que ele vá manter, por muito tempo, o seu caráter essencialmente elitista. Já a possibilidade de as empresas de telecomunicações oferecerem televisão por assinatura de forma alguma ameaça o sistema de radiodifusão. Esse é um argumento engendrado pela Globo para, fundamentalmente, manter o seu domínio quase absoluto sobre a produção audiovisual brasileira. O Congresso Nacional discute no momento essa questão. E, por mais incrível que pareça, a radiodifusão, ou melhor, a Globo, continua a levar vantagem. Ao mesmo tempo em que ela "concede" às teles o direito de distribuir programações audiovisuais mediante assinatura, as impede de seguer financiar produções independentes. A "política audiovisual" da Globo é mais restritiva do que a da própria Ancine, disfarcada de proteção à "cultura" nacional, o nome que ela dá ao seu virtual monopólio sobre a produção audiovisual.

O Conselho de Comunicação Social está parado há mais de um ano. O que a comunicação (e a sociedade) perde com isso? Como fazê-lo atuar novamente - e com mais poder?

Murilo Ramos - Sempre fui e continuo cético quanto ao Conselho de Comunicação Social. Ele foi aparelhado pelos interesses privado-comerciais e não vejo chance de isso mudar no curto e no médio prazos. Espero, como disse há pouco, que a Conferência Nacional aconteça e que dela nasça, entre outras medidas, um órgão regulador eficaz e autônomo para a radiodifusão. É disso que precisamos, e não de um inócuo órgão auxiliar do Congresso Nacional.

As concessões em radiodifusão no País entraram na pauta legislativa no último ano, mas o espaço é reconhecidamente comprometido, com mais de 70 parlamentares proprietários de rádios e TVs. Como é possível rever a regulamentação das concessões? E fiscalizá-las?

Murilo Ramos - Só com a adoção de um novo marco regulatório, de uma nova lei, que venha acompanhada,



como já frisei, de instrumentos regulatórios autônomos e eficazes. A radiodifusão não pode continuar a ser regulada pelo Ministério das Comunicações, isso é tudo o que os radiodifusores querem. E as outorgas de radiodifusão precisam deixar de ser submetidas ao escrutínio interessado, e interesseiro, do Congresso Nacional.

Os cursos de Comunicação Social no País não costumam estender seus currículos em disciplinas que tratem de políticas de comunicação e mesmo de política em geral. O estudante e a academia estão despolitizados? Qual é o perfil dos profissionais que buscam a pós-graduação nesta área?

Murilo Ramos - Nossos cursos de Comunicação são esquizofrênicos. Instrumentais e meramente profissionalizantes na graduação; acadêmicos e voltados para a pesquisa na pós-graduação. Quando selecionamos alunos e alunas para nossos mestrados e doutorados, constatamos, quase sempre, uma tendência desanimadora: em competição com estudantes de áreas afins, como Ciência Política, Sociologia, por exemplo, os estudantes oriundos da Comunicação em geral saem-se pior. Na graduação, queremos ser jornalistas, publicitários, e queremos que os currículos se espelhem nas exigências do mercado. Na pós-graduação, queremos ser professores e pesquisadores e preferimos os referenciais teóricos críticos, contestadores do status quo.

Por isso, sou favorável a uma mudança substantiva no perfil acadêmico dos cursos de Comunicação, na graduação, aproximando-os mais das Ciências Humanas e Sociais. Com isso, eles se aproximariam mais dos cursos de pósgraduação e diminuiríamos o fosso hoje existente entre graduação e pósgraduação. Para mim, esse é o problema central dos nossos cursos, e não a despolitização do estudantado. Não acho que meus alunos e alunas de hoje prezem menos a política do que aqueles que tive nos anos 1980. Mais do que eles e elas, mudou a política, após o colapso da União Soviética, que abriu caminho para a hegemonia neoliberal dos anos 1990. Resgatar o pensamento crítico é o nosso maior desafio político hoje, na academia e fora dela.

Quem é o vilão da democratização da comunicação?

Murilo Ramos - A hegemonia, que parece eterna, do empresariado da radiodifusão sobre a política e os políticos. Sei que esse é um raciocínio que parece simples e simplista demais. Mas, quanto mais estudo, trabalho e milito no campo da comunicação, mais me convenço disso.

Murilo César Ramos é pós-doutor em Comunicação pela Unicamp, doutor em Comunicação pela University of Missouri-Columbia, EUA. Professor na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), onde coordena o Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom).



Precisamos comunicalizar a democracia

emocracia Digital Direta e Diária (DDDD) é um sistema democrático em que, em vez de votar uma vez a cada 730 dias, você vota diariamente, a qualquer hora, de qualquer lugar, em qualquer assunto municipal, estadual ou federal. Na DDDD, cada cabeça é um voto. Cada cidadão, um político. Para a DDDD, é necessária uma rede telemática, que também serve para a socialização de comunidades, para a informação à prova de monopólios, para a medicina à distância, para o ensino à distância, para o teletrabalho e, não menos importante, para o lazer e a diversão.

Longe de um delírio futurista, essa rede pode estar em funcionamento em poucos anos. O governo federal brasileiro, por meio de uma secretaria especial da Presidência da República, desenvolve o projeto Um Computador por Aluno (UCA), criado na esteira da proposta do think tank Laboratório de Mídias do Massachusetts Institute of Technology (MIT), sob liderança de Nicholas Negroponte. Desde 2005, o arquiteto disléxico vem mobilizando governos em torno do projeto educacional humanitário One Laptop per Child (OLPC, www.laptop.org), com gente como o pedagogo construcionista Seymour Papert.

O projeto prevê que cada aluno do Ensino Básico receba um laptop de baixo custo e alta tecnologia, capaz de formar uma rede mesh, uma malha de uns laptops com os outros até atingir a internet. O gadget proposto pelo OLPC, chamado de XO, entrou em produção em novembro de 2007, na China. É equipado com câmera de vídeo que pode se tornar microscópio e fazer exames de sangue por análise de imagem, diagnosticando tuberculose, malária, Aids, doença de chagas. Em vez de HDs móveis, o XO possui memória sólida e entrada para cartão SD. É à prova de água e pó e tem consumo de energia dez vezes menor que os laptops atuais, a ponto de poder ter suas baterias recarregadas à mão. Sua tela de 1200x900 pixels e 7 polegadas é iluminada por LEDs ou reflexiva, permitindo seu uso sob o sol intenso e economizando energia. Roda o sistema operacional livre Fedora, com uma interface gráfica simplificada chamada de Sugar, apropriada para crianças. A ênfase do XO é o trabalho colaborativo dos estudantes.

Vários países já demonstraram interesse em comprar grandes lotes do aparelho. Uruguai e Mongólia foram os primeiros a comprar. O Brasil escolheu o XO entre duas outras propostas, o Classmate da Intel e o Mobilis da Indiana Encore. A compra brasileira será de 150 mil unidades, a serem usadas na segunda parte dos projetos piloto do UCA. Os primeiros testes foram feitos com os três modelos em escolas de Porto Alegre (RS), Brasília (DF), Palmas (TO), Piraí (RJ), São Paulo (SP) e Tiradentes (MG). Para a doutora Léa Fagundes, do Laboratório de Estudos Cognitivos da Ufrgs, o XO é a "máquina dos sonhos" para promover as mudanças necessárias na educação brasileira. Embora a responsável pelo piloto em Porto Alegre não esconda a preferência pelo laptop humanitário do OLPC, ela não vê problema no uso dos outros concorrentes comerciais.

O impacto do projeto OLPC no mundo inteiro foi tal que grandes fabricantes monopolistas como Intel e Microsoft decidiram, primeiro, inventar iniciativas paralelas para aproveitar o momentum. Sem ter grande sucesso, depois resolveram colaborar também. A Intel já havia inclusive abandonado a linha de processadores de baixo custo. Mas o projeto OLPC abriu os olhos de fabricantes, que começaram a desenvolver seus próprios modelos de laptops baixo custo. Abriu-se uma nova corrida do ouro digital com esta linha agora denominada de "subnotebooks". A taiwanesa Asus pulou



"Se estudamos. trabalhamos, brincamos por esse sistema, por que não podemos votar por ele?"

na frente e lançou o modelo Eee antes mesmo que a OLPC.

Essa nova categoria de laptops vai forçar que governos implantem redes sem fio com a dobradinha WiMax-WiFi e outras tecnologias. O Brasil já tem várias iniciativas, como em Piraí, no Rio de Janeiro, ou Parintins, no Amazonas. O projeto Gesac do Ministério da Comunicações pretende ligar à internet todas as escolas públicas brasileiras. Prefeituras de cidades pequenas também começam seus projetos, primeiramente para interligar os diversos órgãos municipais, depois integrando cidadãos à rede. Em poucos anos, teremos redes sem fio e acesso à internet gratuito de uma forma tão normal como temos ruas, estradas, água e esgoto.

Mas essa integração total sem fio e a disponibilidade de laptops baratos para todos levará fatalmente à pergunta: se estudamos, trabalhamos, brincamos, namoramos e nos informamos por esse sistema, por que não podemos votar por ele? E se ele está sempre ligado, por que não votarmos diariamente? Aí estaremos em condições de cumprir a promessa da Revolução Francesa: um voto por cabeça. Há duzentos anos, afinal, não se podiam contar milhões de votos diariamente. Agora, podemos.

José Antonio Meira da Rocha é professor de Jornalismo Online e Planejamento Gráfico. Especialista em informática na educação e mestre em mídias pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Leciona na Faculdade IPA Metodista, em Porto Alegre.

País anseia por amplo debate sobre as comunicações

Este ano deverá, finalmente, abrigar a Conferência Nacional de Comunicação. Tendo em vista o acelerado processo de convergência tecnológica e a falta de regulamentação no setor de comunicação social no Brasil, é cada dia mais urgente a realização de uma ampla discussão sobre o tema. Assim como outras entidades, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação acredita que somente um processo de consulta em bases democráticas, com a participação do governo, do setor privado e dos movimentos sociais, poderá legitimar qualquer esforço no sentido de definir como o País estabelecerá diretrizes para consolidar a convergência com a inclusão social.

Por Veridiana Dalla Vecchia

O FNDC vem, desde o início da década de 1990, buscando a concretização dessa discussão e está empenhado na instalação de um debate aberto com o Estado, o mercado e a sociedade. Na XI Plenária do Fórum, ocorrida em 2004. foi sugerida a realização da Conferência. Em outubro de 2006, reunidas em Florianópolis para a XIII Plenária, as entidades que compõem o FNDC votaram pela abertura do processo de construção da I Conferência Nacional de Comunicação. "Nossa proposta é que ela seja constituída pelos movimentos sociais e a sociedade civil, articulando-se com parlamentares, partidos políticos e governo federal", destaca Celso Schröder, coordenador-geral do FNDC. Ele acrescenta: "O Palácio do Planalto deve também comprometer-se com a Conferência, para que as proposições do encontro sejam incorporadas de fato pelo Executivo e transformadas em políticas públicas".

Durante todo o ano de 2007, houve intensa mobilização buscando conscientizar sociedade e governo sobre a importância da ocorrência de um amplo debate relativo às comunicações no Brasil. Em abril, o FNDC esteve com os ministros Tarso Genro (da Justiça), Franklin Martins (da Secretaria de Comunicação do Planalto) e Hélio Costa (das Comunicações), encaminhando as solicitações da entidade pela realização do evento. O ministro Tarso Genro solicitou documentos fundamentando a realização da Conferência. Ao ministro Hélio Costa, foi apresentada pauta de reivindicações cujo principal pedido era a abertura do

Ministério a uma maior participação da sociedade civil.

Franklin Martins, reticente ao assunto ao tomar posse, passou posteriormente a defender a concretização de um amplo debate. "Precisa-se, de fato, criar um arcabouço novo. Isso tem que ser feito basicamente pelo Congresso, com uma discussão de fundo na sociedade, com todos os atores interessados, indústria, órgãos de comunicação de massa, as empresas de telecomunicações, sociedade e nós, os jornalistas", declarou à imprensa, em setembro.

Em junho de 2007, ocorreu o Encontro Nacional de Comunicação, por iniciativa das comissões de Direitos Humanos e Minorias (CDHM) e de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informáti-

ca (CCTCI) da Câmara dos Deputados. Nesse evento, foi criado o movimento Pró-Conferência Nacional de Comunicação, composto por 29 entidades da sociedade civil de caráter nacional, entre elas FNDC, Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Conselho Federal de Psicologia (CFP), Intervozes, Federação Interestadual de Trabalhadores em Radiodifusão e Televisão (Fitert), Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (Abraço), Laboratório de Políticas em Comunicação da Universidade de Brasília (LaPCom/UnB), além da CDHM e do Ministério Público Federal.

Na ocasião, foi elaborada uma carta aberta ao presidente Lula. O texto destaca que, no Brasil, o modelo vigente é marcado pela concentração e a hi-



Ministro Franklin Martins recebeu o coordenador do FNDC, Celso Schröder, e o então coordenador jurídico da Abraço, Joaquim Carlos de Carvalho, para falar sobre a realização da Conferência.



Ministro Hélio Costa destacou a necessidade de nova regulamentação para o setor de comunicação.

pertrofia dos meios em poucos grupos comerciais, cujas outorgas são obtidas e renovadas sem controle da sociedade e sem critérios transparentes. O predomínio da mídia comercial marca também a fragilidade dos sistemas público e estatal. Segundo o documento, esse quadro vem sendo mantido pela ausência do debate e pela exclusão do interesse público na elaboração e na aprovação de políticas que organizem a área.

Estrutura e amplitude

Em meio à formação do movimento pró-Conferência, o Ministério das Comunicações anunciou a realização de um encontro organizado pelo governo. A proposta de Hélio Costa, no entanto, desagradou às entidades da sociedade civil organizada. Devido à pressão da sociedade e do Congresso, o Minicom anunciou, então, uma Conferência Nacional Preparatória de Comunicações, que foi realizada em setembro, em Brasília.

Na concepção do Fórum, a Conferência deve ir muito além de um encontro na Capital Federal, por mais que essa seja uma iniciativa louvável. "Só participaremos de um processo que construa uma Conferência Nacional da Comunicação com ampla consulta regional. Que se transforme num espaço capaz de abrigar todas as vontades políticas, produzindo consensos, decisões traduzidas em políticas públicas e regulamentos que ordenem e atualizem o marco regulatório das Comunicações", destaca Schröder. Para o FNDC, a Conferência deve ser antecedida de discussões regionais, municipais e estaduais, nos moldes das que já ocorreram nas áreas da saúde e da cultura, por exemplo.

O presidente do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, Guto Camargo, lembra que, como essa será a primeira Conferência Nacional de Comunicação, haverá dificuldades para organizar debates nos municípios, mas ressalta que a busca deve ser por uma discussão o mais ampla possível. Para ele, a maioria das localidades ainda não tem meios para fazer uma conferência de comunicação, ao contrário dos debates nacionais sobre saúde, nos quais as prefeituras já possuem estrutura, com o Sistema Único de Saúde, para a realização de assembléias populares. "A Conferência Nacional de Saúde é resultado de anos de trabalho e nós, na comunicação, estamos começando agora."

Camargo, que participou da organização da 3ª Conferência Nacional de Saúde do Trabalhador, em 2005, destacou que o ideal seria fazer os encontros municipais onde fosse possível, mas não limitar a participação de entidades nas conferências estaduais a partir da presença nas municipais, pois isso poderia prejudicar muitas entidades. A coordenadora de Mobilização e Organização do FNDC, Vera Canabrava, lembra, entretanto, que, mesmo nos estados, as organizações da área de comunicação são tênues, podendo prejudicar a organização do debate. Celso Schröder explica que a discussão deve ser tratada com profundidade, "sob pena de a gente fazer um discurso simplório, preconceituoso ou ineficiente no sentido da regulamentação". Segundo o representante do FNDC, se não houver cuidado, as conversas podem acabar trazendo idéias de censura.

Em 23 de novembro, a CDHM realizou uma videoconferência com o objetivo de criar e organizar os comitês locais preparatórios para a I Conferência Nacional de Comunicação. Participaram 12 estados - Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, Santa Catarina, Tocantins, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Amapá, Ceará, Piauí, Amazonas, São Paulo e Minas Gerais - e mais o Distrito Federal. Na ocasião, foi reafirmada a necessidade de aproveitar as articulações nos estados em que elas já existem e, onde não há, priorizar a mobilização a partir das discussões temáticas. "Para ter essa Conferência fortalecida pela sociedade civil, é preciso que haja organização nos estados, mobilização". Iembrou Vera Canabrava.

No final de novembro, a comissão pró-Conferência esteve reunida com os representantes da Associação Brasileira de Empresas de Rádio e Televisão (Abert). Flávio Cavalcanti Jr., vice-presidente da entidade, manifestou disposição em colaborar para a realização da Conferência, mas alertou para que todos os envolvidos participem efetivamente. Deu como exemplo a indústria da publicidade, "que viabiliza a radiodifusão", como parceiro necessário.

A proposta do FNDC encontrou ressonância em vários segmentos, no governo e na oposição. "Os próprios agentes estão percebendo que a Conferência é uma arena interessante se for efetivamente um lugar público, sem cartas marcadas, sem vencedores ou perdedores a priori, sem esclerosamento das posições", destaca Schröder.

A atuação da deputada Luiza Erundina (PSB-SP), da CCTCI, e da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara se destaca. "A CDHM tem mostrado a preocupação de fazer um trabalho conjunto com a Comissão de Ciência e Tecnologia", afirma Vera Canabrava. Schröder classificou como fundamental a participação da CCTCI, "porque é ali que vai se dar, dentro do Congresso, o apoio à Conferência". Ele lembrou, no entanto, que o governo precisa desencadear o processo. "Deve ser o Ministério das Comunicações a capitanear essa Conferência, com o apoio do Congresso", afirmou Schröder.

Em novembro, ainda, os deputados da CCTCI encaminharam emenda ao

Plano Plurianual (PPA) 2008-2011 referente à destinação de recursos para a gestão da política de comunicações do Brasil. A proposta reserva R\$ 20 milhões para a realização de conferências regionais e nacional de comunicação. Prevê dois ciclos de eventos, com reuniões estaduais, ao longo de 2008, preparando a grande Conferência em 2009. Os resultados dos encontros serviriam de base para a construção de uma Política Nacional de Comunicação. Na segunda etapa, 2010 e 2011, seriam avaliados os resultados da implementação das sugestões e também haveria as conferências estaduais e nacional.

O FNDC apresentou na comissão pró-Conferência uma proposta para o encontro de 2008, organizando temas que não poderão faltar nas discussões acerca das políticas de comunicação para o Brasil, a partir do ambiente de convergência dos meios e o foco no cidadão (veja tabela). As deliberações e as resoluções teriam dois encaminhamentos: um no sentido da elaboração de um processo regulatório, que incluiria o encadeamento de normas legais com ações de acompanhamento e controle por parte do Estado; e outro em ações de governo, que, com aval do Congresso, implementaria políticas públicas mais imediatas, visando antecipar o reordenamento dos sistemas e dos mercados de comunicação, conforme as resoluções da Conferência. Na opinião do FNDC, os acordos e os resultados de negociação devem ser consolidados em regulamentos formulados pelo Conselho de Comunicação Social, com uma composição equilibrada, e referendados por Câmara e Senado em regime de urgência.

Até o momento, não há qualquer confirmação oficial do Minicom sobre seu comprometimento com a realização da Conferência. "O governo continua com esta radicalidade de precaução", aponta Schröder, explicando que, no entanto, o Palácio do Planalto tem indicado positivamente para a Conferência.

Na Secretaria-Geral da Presidência da República, órgão do governo responsável pela realização das conferências, o ministro Luiz Dulci recebeu recentemente a comissão pró-Conferência, apontando para um diálogo com a ministra-chefe da Casa Civil. Dilma Rousseff. De acordo com Schröder, quando a Casa Civil sinalizar, é porque o governo, efetivamente, endossou a Conferência. "Temos tentado mostrar para a ministra que não somos mais simplesmente um segmento da sociedade civil, mais um sindicato que deseja a Conferência. As

> "Defendemos leis mais consensuais, rompendo a lógica criada no Brasil, onde as leis que existem saíram dos interesses das empresas"

empresas de teles e os seus adversários, as empresas de radiodifusão, também estão topando", destaca o coordenador do FNDC.

A necessária regulamentação

Soberania, liberdade de expressão, regionalização, inclusão social, diversidade cultural, convergência tecnológica e questões de gênero são os princípios fundamentais que devem permear a pauta da

Conferência Nacional de Comunicação. O Fórum defende que a introdução da tecnologia digital nos serviços de radiodifusão precisa ir muito além do simples avanço tecnológico, da infra-estrutura de um servico prestado em caráter público.

Conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 91,4% dos mais de 53 milhões de lares do País possuem pelo menos um aparelho receptor de televisão e 88%, de rádio. Ao mesmo tempo, apenas 8% têm assinatura de televisão a cabo ou por satélite e 14.4% acessam a internet.

Para melhorar esse quadro, é preciso uma nova regulamentação do setor de comunicação do País. A legislação brasileira das comunicações está fragmentada: os serviços de radiodifusão permanecem atrelados ao Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117), enquanto o restante dos serviços de telecomunicações passou a observar a Lei Geral de Telecomunicações (Lei 9.472). Há ainda a Lei do Cabo (8.977/95), que regulamenta o serviço de TV a cabo.

É essencial também que ocorra um debate sobre a cadeia produtiva (que já deveria ter sido feito para o Sistema Brasileiro de TV Digital - SBTVD). O Fórum propõe pensar o cidadão acima do consumidor. "Colocar os mass media num outro patamar, que não é só de negócios, mas de direito público", esclarece Vera Canabrava. "Temos que legislar sobre

Proposta do FNDC para a organização das discussões durante a Conferência

Eixo	Meios	Cadeia de valor	Sistemas
Prisma	Do analógico ao digital	Do consumidor ao cidadão	Da ênfase corporativa ao controle público
Segmentos	Televisão aberta Rádio Internet Telecomunicações TV por assinatura Cinema Mídia impressa Mercado editorial	Produção Provimento Distribuição Circulação Recepção Consumo	Público Estatal Privado
Políticas Públicas	Contidas nos demais eixos	Universalização Financiamento Regulação Legislação Pesquisa & Desenvolvimento	Organização dos sistemas Gestão Financiamento Ordem econômica Educação para as mídias

esses vários aspectos, cada um com suas especificidades e ao mesmo tempo articulados entre si", detalha o coordenador do FNDC, apontando para a necessidade de se produzir políticas públicas para universalização, financiamento, regulação, educação para a mídia, pesquisa e desenvolvimento.

O secretário-geral do FNDC, José Guilherme Castro, militante da Abraço, acredita que a Conferência será uma oportunidade para se discutir o acesso dos mais pobres à comunicação. Entretanto, ele se mostra cético quanto à realização do evento, devido ao corte de despesas que o governo terá que fazer depois que a prorrogação da CPMF foi rejeitada no Senado Federal. Outro ponto destacado por Castro é a possibilidade de alavancar a radiodifusão comunitária no País a partir da Conferência, com a participação de grande número de delegados, principalmente das cidades do interior, "os radiodifusores populares". "Espero que com a Conferência a gente consiga sair das páginas de polícia e ir para as de cotidiano, de entretenimento", afirmou, referindo-se à intensa criminalização a que, segundo ele, as emissoras comunitárias estão submetidas.

A lógica histórica de uma apropriação do Estado pelos interesses privados nos levou a uma situação limite de concentração, verticalização e desregulamentação. A natureza pública da comunicação social, prevista na Constituição, exige uma regulação onde a ênfase esteja na demanda social por conteúdo, e não só na exploração do serviço ou de sua infra-estrutura. Os sistemas brasileiros - público, estatal e privado - foram montados a partir de uma lógica privada. O FNDC propõe pensá-los com outro foco, mudando para uma ótica pública. "Não é pensar em estatizar, mas criar mecanismos de controle, que nós ainda precisamos elaborar, pelos quais a sociedade incida sobre a autorização, seja ela privada, seja pública", explica Schröder.

Outro problema do sistema brasileiro de comunicação são as concessões. "O instituto da concessão e da permissão para os serviços de radiodifusão no Brasil é uma anomalia normativa e precisa ser revisto em profundidade, com urgência", defendeu o professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) Murilo César Ramos durante a Conferência Nacional Preparatória de Comunicações.

O objetivo da Conferência é justamente definir os encaminhamentos necessários, proporcionando uma base para o processo regulatório das comunicações no País e para ações de governo e do Estado nesse sentido. "Da Conferência é bom que saia um 'mapa' indicativo com as leis que vamos precisar. Não defendemos uma única lei, mas bases de acordo que permitam leis mais consensuais, rompendo a lógica que se criou no Brasil, onde as poucas leis que existem

saíram dos interesses patrimonialistas das empresas", declarou Schröder.

O FNDC entende que disciplinar a área das comunicações a partir da ótica do controle público garante a inserção de espaços e mecanismos de participação, onde interesses distintos em disputa possam ser confrontados de forma plural, equânime e transparente. Sem isso, o Fórum percebe que a sociedade continuará a abrir mão da esfera pública para favorecer o predomínio privado e suas censuras tão nocivas para a democracia quanto os Estados autoritários.

Conferência Preparatória, rumo a uma ampla mudança

Brasília recebeu, de 17 a 19 de setembro, a Conferência Nacional Preparatória de Comunicações, sob o tema "Uma Nova Política para a Convergência Tecnológica e o Futuro das Comunicações". O evento foi promovido pelo Ministério das Comunicações, juntamente com a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados; a Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática do Senado Federal; e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Durante o evento, o FNDC defendeu o conceito de rede pública e única, com garantia de acesso universal a uma oferta de vídeo, voz e dados à população. O Fórum destacou que a convergência no Brasil deve ser planejada no contexto das diversas plataformas tecnológicas de comunicação e visando a otimização de suas decorrentes possibilidades econômicas, políticas e culturais.

Inicialmente, o Minicom havia anunciado para agosto um encontro organizado pelo governo com o nome de Conferência Nacional das Comunicações. A proposta de Hélio Costa desagradou às entidades da sociedade civil e aos órgãos do Congresso Nacional. O deputado Luiz Couto (PT-PB), presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara, advertiu que, se a reunião fosse realizada naquele mês, não teria a participação do Congresso. "Como fazer uma Conferência sem encontros municipais, estaduais, sem um processo democrático?", questionou. O evento então foi chamado de Conferência Nacional Preparatória das Comunicações. Mesmo assim, houve críticas. O encontro teve palestrantes nacionais e internacionais, entre representantes do governo, do Legislativo, de órgãos reguladores, da indústria, além de associações de empresas de radiodifusão e de telecomunicações. A participação da sociedade civil ficou restrita ao FNDC e ao professor da Faculdade de Comunicação Universidade de Brasília (UnB) Murilo César Ramos. O integrante da Comissão Pró-Conferência Nacional de Comunicação, Fernando Paulino, destacou que existiu um desequilíbrio, pelo fato de "o FNDC encontrar-se sozinho com associações de concessionárias de emissoras de rádio, de TV, de fabricantes de celulares".

O consultor legislativo da Câmara que participou da organização da pré-Conferência, Vilson Vedana, alegou que o tempo era limitado para atender a todos os setores que manifestaram a vontade de falar no evento. "Teríamos que fazer uma conferência de uma semana. Concordo, nem todos tiveram a representação que queriam, mas a participação é de todos os setores", declarou à Agência Brasil.

Mesmo com os problemas, a Conferência Preparatória deixou as organizações sociais mais otimistas em relação à concretização de uma ampla discussão. O ministro Hélio Costa afirmou que pretende realizar encontros regionais e municipais. "Estão dadas as condições para que a Conferência aconteça como imaginávamos", avaliou, ao final do encontro, Celso Schröder. Leia documento do FNDC sobre a Conferência em www.fndc.org.br/arquivos/Conferencia Minicom3a.doc

Entrada das teles no mercado audiovisual requer controle público

O conceito de controle público, uma conquista considerável da Lei do Cabo, pode estar sendo abandonado. O Congresso Nacional discute a entrada das empresas de telecomunicações no mercado de produção e distribuição de conteúdo eletrônico e os conflitos de interesses entre estas e os radiodifusores. Porém, os projetos que circulam pelo parlamento não contemplam avanços alcancados em 1995, com a Lei 8977 (dos servicos de cabodifusão).

Tendo em vista a convergência tecnológica, com a digitalização, no ano passado tramitaram na Câmara dos Deputados quatro projetos de lei relacionados à organização e à exploração de atividades de comunicação audiovisual. As propostas tentam desfazer, ao menos em parte, o emaranhado de leis anacrônicas que impedem a regulamentação das comunicações no País, mas não prevêem a incidência de controle público sobre os serviços, condição já garantida na Lei do Cabo, por meio da atuação do Conselho de Comunicação Social (CCS), que representa a sociedade civil nas decisões mais importantes referentes ao setor.

Os textos foram apensados ao Projeto de Lei (PL) 29/2007, do deputado Paulo Bornhausen (Dem-SC), e já passaram pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, onde foi apresentado substitutivo pelo deputado Wellington Fagundes (PR-MT). Agora, a proposta encontra-se na Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), onde aguarda aprovação das modificações feitas pelo relator da matéria, deputado Jorge Bittar (PT-RJ), e as análises das emendas apresentadas pelos deputados. Se passar pela CCTCI, o projeto, que define novas regras de produção, programação, empacotamento e distribuição de conteúdos audiovisuais e serviços de TV por assinatura, será enviado à Comissão de Constituição e Justiça e depois ao Senado.

O projeto de Bornhausen e os PLs apensados – 70/07, do deputado Nelson Marquezelli (PTB-SP); 332/07, de Paulo Teixeira (PT-SP); e 1908/07, de João Maia (PR-RN) - concentram-se na disputa entre teles e radiodifusores no mercado audiovisual, e procuram delimitar a atuação desses dois setores. No Brasil, as empresas de radiodifusão podem obter até 30% de capital estrangeiro, enquanto para as teles não há limites de participação externa. Assim, empresas de televisão, alegando defesa à cultura nacional, requerem igualdade e rejeitam a liberação do capital estrangeiro na produção de conteúdos audiovisuais (possível no negócio das teles). As teles, por sua vez, argumentam que, com o novo negócio, poderão ampliar seus serviços a milhões de pessoas. Segundo a Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil), as empresas de telefonia faturaram mais de R\$ 140 bilhões em 2006, enquanto as emissoras de rádio e TV tiveram faturamento aproximado de R\$ 10 bilhões.

Uma análise feita pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) sobre o projeto considera inconsistência da proposta abandonar o conceito de controle público, já previsto na lei da TV a cabo. É que o texto extingue a obrigatoriedade de que todas as normas e regulamentações do setor de TV por assinatura recebam parecer do CCS - órgão auxiliar do Poder Legislativo e retira, assim, a participação da sociedade. Esse foi um dos principais avanços da Lei do Cabo e poderia ser estendido com sucesso para os demais setores da área das comunicações, conforme avalia o Fórum.

Juliano Carvalho, conselheiro do FNDC, professor no Curso de Jornalismo da Unesp-Bauru, vice-presidente do Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo, enfatiza que a participação das teles no mercado audiovisual é inevitável no contexto da convergência tecnológica. Explica que, historicamente, sempre

se legislou baseando-se no suporte (tecnologia). No entanto, na medida em que o suporte converge, é necessário que a regulação ocorra por meio do conteúdo. "Porém, a entrada das operadoras de telecomunicações no mercado tem que se dar com as mesmas regras dos radiodifusores. Isso significa mexer na maneira como se dá a concessão de outorgas e tratar o marco regulatório da comunicação nos mesmos moldes."

Conforme a proposta de Bittar, radiodifusão e telecomunicações serão tratadas separadamente. O projeto estabelece marco único para os serviços de televisão por assinatura, independentemente da tecnologia de transporte de sinais empregada. "Separar telecomunicação de radiodifusão não é bom. Isso deverá ser revertido, porque não é possível, no curto prazo em que a digitalização imporá sua lógica, tratá-las como coisas separadas", diz Carvalho.

A estrutura da cadeia produtiva, enquadrando as atividades do setor em quatro segmentos (produção, programação, empacotamento e distribuição de audiovisual) com regimes regulatórios diferenciados, também está disposta no substitutivo. Na avaliação do superintendente executivo da Telebrasil, César Rômulo Silveira Neto, esse será um grande passo para melhorar o atendimento ao usuário. "A gente defende que haja clara separação da cadeia de produção da comunicação social, porque hoje o processo está verticalizado", afirmou, acrescentando que as teles não estão interessadas em produzir conteúdo, mas em distribuí-lo.

O texto do PL determina que nenhuma empresa de telecomunicações poderá controlar com exclusividade



Bittar explica, na CCTCI, como se dará a entrada das teles no mercado de audiovisual.

conteúdos nacionais, como eventos esportivos, por exemplo. Conforme avaliação do FNDC, apesar de salutar, esse dispositivo acaba se mostrando inócuo, porque a barreira não será válida se os direitos de exploração de imagens dos eventos forem adquiridos por uma rede de televisão aberta, por exemplo.

O substitutivo também restringe a publicidade na TV por assinatura, que não poderá ultrapassar 10% da programação. Para a programação infantil, esse índice cai para 5%, metade do que se permite nos canais abertos. O FNDC defende, porém, que seja totalmente vedada a publicidade em horário de programação dirigida a crianças de até 12 anos. O projeto não fala em como se dará o financiamento dos canais gratuitos, em especial comunitários e culturais, já que é proibida a veiculação de publicidade nesses canais.

O engenheiro eletricista Israel Bayma, pesquisador do Laboratório de Política de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e especialista em Regulação de Telecomunicações pela UnB, entende que "o substitutivo aponta uma série de melhorias no marco regulatório vigente". Explica, no entanto, que este é apenas o começo, já que ainda não se sabe quando sairá a legislação geral. "Tratar da entrada das teles sem rever todo o modelo da comunicação no país, inclusive de telecomunicações, é muito ruim, porque fica uma legislação fragmentada."

"Bittar está fazendo uma transição que é importante. São leis que encaminham para a convergência, como nós defendemos", diz a a coordenadora exedcutiva do FNDC, cineasta Berenice Mendes, ressalvando, entretanto, que esse projeto não elabora uma articulação com a futura convergência. "É preciso ser ousado em algumas coisas. A idéia de um operador de rede é relevante e não está desenhada no projeto. Mas, em algum momento, o Estado terá que interceder, o legislador não pode ser o mediador dos interesses comerciais desses dois segmentos", diz Berenice.

A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) irá se encarregar da fiscalização do cumprimento das normas no que se refere às atividades de distribuição de conteúdo e a Agência Nacional de Cinema (Ancine) fiscalizará as atividades de produção, programação e empacotamento.

Capital estrangeiro

A proposição estabelece que as teles poderão participar da composição de empresas de programação e de produção de conteúdo nacional com capital votante até 50%. A radiodifusão continua tendo limite de 30% para a participação de capital estrangeiro.

A participação externa nas empresas produtoras e programadoras nacionais também fica restrita a 50%. Isso permite que os produtos possam ser financiados com recursos incentivados pela Lei Rouanet ou pela do Audiovisual, já que as empresas continuariam a ser consideradas de "produção independente", conforme a MP 2228-1. Ficarão livres para aplicação plena de capital estrangeiro na

produção as teles que não quiserem ter seus conteúdos classificados como "nacional". A imposição à gestão por brasileiros está prevista para os ramos de programação e empacotamento.

O projeto também acaba com a limitação para o capital estrangeiro na distribuição de programas; no entanto, exige maioria brasileira na empresa responsável pelo empacotamento. Ou seja, a empresa dona dos cabos ou dos satélites pode ser estrangeira, mas aquela que faz a grade de programação tem que ter capital majoritariamente brasileiro.

Bayma classifica como exagerada a alegação de radiodifusores de que o capital estrangeiro vai dominar o setor. Ele lembra que muitas empresas de telecomunicação têm majoritariamente capital nacional. "A Telefônica, de São Paulo, tem capital estrangeiro na sua grande maioria, mas a Oi Telemar não tem, é dos fundos de pensão, que são nacionais; na Brasil Telecom, o acionista majoritário são os fundos de pensão e o BNDES."

Conforme o substitutivo, as concessionárias e as permissionárias de radiodifusão sonora e de sons e imagens, bem como as empresas produtoras e programadoras nacionais, não poderão deter a maioria simples do capital votante das prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo que se interconectarem à rede pública de telefonia. Isso significa que uma empresa de produção e programação, como poderia ser enquadrada a TV Globo, não poderia controlar a Net, por exemplo, situação existente hoje.

Cotas

O substitutivo estabelece que, nos canais em que são veiculados preponderantemente teledramaturgia, 10% da grade deverá ser produzida por produtor independente brasileiro. Essa cota também deverá ser aplicada para a modalidade de oferta de conteúdo não linear (organização de conteúdos em catálogos, em horário escolhido pelo assinante ou previamente definido pela empacotadora). Além disso, 50% dos canais deverão ser programados por empresas brasileiras, incremento de 10% em relação aos níveis atuais. Outra regra determina que 30% dessas programações sejam nacionais e independentes.

Bittar argumenta, ao incluir o sistema de cotas, que essa política é utiliza-

da em outros países, como os Estados Unidos, "onde as operadoras do cabo não podem deter o controle sobre mais do que 40% dos canais por elas distribuídos, e a Espanha, onde as operadoras têm de veicular ao menos 30% de canais de programadoras independentes".

Trinta por cento dos canais oferecidos no pacote deverão ter mais de 50% de seu espaço qualificado composto de conteúdos nacionais. Metade disso deverá ser de produtores independentes (25%). As cotas deverão ser atingidas em quatro anos, a partir da aprovação da lei. O mustcarry (obrigatoriedade de carregar canais públicos, federais, estaduais, municipais) deve ser excluído da contagem das cotas. Segundo Bittar, a expectativa, com a aprovação do PL, é passar dos atuais 5 milhões de assinantes para 30 milhões e conseguir baratear os custos das assinaturas em uma média de R\$ 20.00 a R\$ 30.00.

Para complementar a política de cotas, o parlamentar propõe direcionar parte dos recursos do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel) – devido pelas empresas de radiodifusão e de telecomunicações - para o fomento ao audiovisual. Do total, 30% seriam destinados para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. O Fórum, no entanto, sugere a inclusão da região Sul na relação e a elevação do índice para 40%. Mas alerta que o substitutivo em nenhum momento previu o estímulo à exibição de conteúdo regional.

O FNDC aponta ainda que uma das principais insuficiências da proposta é criar a obrigatoriedade de cotas para as operadoras de TV por assinatura e desconsiderar que desde 1991 tramita no Congresso um projeto de lei que pretende regulamentar o artigo 221 da Constituição Federal, que estabelece cotas semelhantes aos serviços de rádio e televisão aberta. Se o substitutivo for aprovado sem modificações, apenas a TV paga terá cotas de conteúdo, não se alterando a atual estrutura da televisão aberta.

Conteúdo nacional

Bittar optou por conceituar conteúdo nacional a partir da definição da MP 2.228-1, conhecida como MP da Ancine. No entanto, o parlamentar avalia que os critérios para as co-produções realizadas com países com os quais o Brasil não detenha acordo devem ser mais restritivos que os previstos na Lei da Ancine, sob pena de as grandes operadoras internacionais introduzirem seus produtos no mercado brasileiro com pouco valor agregado nacional. Assim, caberá à Ancine a regulamentação dos critérios técnicos adicionais a serem considerados nessas produções, tais como sua direção, locação e percentual de atores brasileiros utilizados. Segundo o deputado, as limitações impostas não impedem a atividade estrangeira no País. A proposta dispõe apenas que o conteúdo gerado por estrangeiros não será considerado produção nacional, a não ser que atenda aos critérios estabelecidos de co-produção. Para o FNDC, além da Ancine, o Conselho de Comunicação Social do Congresso deveria participar anualmente da definição do que é uma programação relevante para o País.

São requisitos para ser conteúdo nacional: ser produzido por produtora bra-

sileira, ter diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de três anos e utilizar no mínimo dois terços de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de cinco anos; se for produzido por produtora brasileira em associação com de outros países com os quais o Brasil tenha acordo de co-produção, assegurada a titularidade de 20% dos direitos patrimoniais da obra à produtora nacional, e usar ao menos um quarto de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de três anos; ser produzido por produtora nacional em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil não mantenha acordo de co-produção, assegurada a titularidade de, no mínimo, 40% dos direitos da obra à produtora nacional, utilizar pelo menos dois terços de artistas e técnicos brasileiros ou residentes há mais de três anos: e obedecer a critérios estabelecidos pelo órgão regulador.

Algumas definições propostas pelo substitutivo

- Produtora nacional: brasileiro nato ou naturalizado há mais de 10 (dez) anos ou empresa que produza conteúdo audiovisual eletrônico que atenda às seguintes condições:
- a) ser constituída sob as leis brasileiras;
- b) ter sede e administração no País,
- c) a maioria do capital votante deve ter titularidade, direta ou indireta, de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos;
- d) a gestão das atividades da empresa, a responsabilidade editorial e a seleção e direção dos conteúdos produzidos são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.
- Produtora nacional independente: produtora nacional que atenda aos seguintes requisitos, cumulativamente:
- a) programadoras, empacotadoras e distribuidoras que programem, empacotem ou distribuam sua produção não poderão deter, sob controle direto ou indireto, mais do que 20% de participação no seu capital votante;
- b) não mais do que 50% das suas vendas, medidas em horas de produção efetivamente veiculada, seja comercializada a uma única programadora ou concessionária do serviço de radiodifusão de sons e imagens;
- c) os direitos patrimoniais majoritários sobre sua produção sejam de sua titularidade e os direitos de difusão cedidos a programadora ou a concessionária do serviço de radiodifusão de sons e imagens que o veicule sejam claramente definidos e limitados no tempo, conforme disposto em regulamentação.
- Serviço de acesso condicionado: serviço de telecomunicações de interesse coletivo, prestado no regime privado, de distribuição de conteúdo audiovisual eletrônico por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer, nas modalidades linear e não linear, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada prévia por assinantes.



Iguais na diferença



esde que a comunicação social se tornou mais fácil, especialmente do ponto de vista das tecnologias — em evolução constante e acelerada com os meios digitais —, a cultura, para além das artes e da literatura, adquire caráter cada vez mais diverso e com possibilidades democráticas. Instigadas pela aproximação possível com os meios de comunicação, as identidades culturais (materiais e imateriais), disseminadas pelo mundo se localizam, manifestam, miscigenam e se transformam com maior ou menor intensidade.

Na definição da Unesco, a cultura deve ser vista como um conjunto de elementos espirituais, materiais, intelectuais e emocionais de uma sociedade ou grupo. No Brasil, país de raízes mestiças, a diversidade cultural caracteriza a própria identidade — uma unidade construída de diferenças, digerida de costumes que também são globais. Assimiladas pela convivência, essas identidades e a cultura que delas emana confirmam o que o escritor Oswald de Andrade formulou em sua apologia à "devoração" da diferença, o *Manifesto Antropófago* (1928), adiantando em oito décadas o que vivenciamos hoje. "Só me interessa o que não é meu. Lei do homem. Lei do antropófago", provocava Oswald.

Se, de um ângulo otimista, a globalização vem integrando economias e países, e a cultura sem fron-

teiras promovendo "contágios", também a dominação é uma característica que constitui esta era. Não tanto pelo colonialismo a destruir costumes. É no campo das políticas que as trocas esbarram. E as políticas, de maneira geral, vêm sendo formuladas para manter as comunicações — um grande negócio — nas mãos de poucos. É o caso do Brasil, que, antagonicamente ao regime democrático, permite aos seus meios de comunicação eletrônicos de massa serem forjados em oligopólios.

Para garantir a manifestação da cultura "antropofágica" (com assimilação da diversidade) e não a "canibalesca" (destruição da diversidade) é necessário uma Nação forte. O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) sustenta, nas bases de seu programa, a criação de uma política de desenvolvimento para a cultura, visando alcançar a autonomia e exercer sua soberania. "É urgente deflagrar um processo civilizatório com o concurso dos meios de comunicação de massa para que o País, democraticamente, possa arbitrar seu destino", proieta o Fórum.

O Estado brasileiro necessita, então, recompor a democracia no campo das comunicações, reconstruindo seu papel estratégico na formulação de políticas públicas para o setor, proporcionando a todos os cidadãos que sejam iguais na diferença.



O processo de globalização, a partir da segunda metade do século XX, acelerou no mundo todo os movimentos de trocas, o multiculturalismo (coexistência de grupos culturais), a interculturalidade (convivência integrada de grupos culturais), comprovando a tendência à devoração de identidades apontada pelo antropofagismo de Oswald. Os meios de comunicação vêm atuando como motores desses intercâmbios. Se, nos aspectos político e econômico, a globalização (por meio do neoliberalismo) aumentou abismos - os ricos ficaram mais ricos e os pobres mais pobres -, no âmbito da difusão da informação e da cultura isso também se refletiu.

Alguns estudiosos acreditam que. nessa área, talvez a intervenção global tenha sido um pouco mais democrática. A professora e pesquisadora em Comunicação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul Nilda Jacks diz que os meios de comunicação, na globalização, atuam no fortalecimento das culturas locais, embora isso pareça um contrasenso. "A gente traz cultura para perto, abre, muda um pouco a tendência localizada, mas a propensão é que nossos costumes se fixem ainda mais. É um paradoxo. Vivemos ao mesmo tempo um processo de desterritorialização e reterritorialização da cultura", afirma.

Se antes a cidade não era um cenário em que a gente se sentia cidadão, com a globalização ela passa a lutar por sua identidade, reflete Nilda. "Porque é onde o processo de globalização se enraíza, não tem outro lugar. É onde tu vives. Então, uma decorrência desse processo é a preocupação com o urbano", explica a pesquisadora, justificando que há um movimento internacional dentro da própria área da comunicação que pensa a cidade como

o referente mais importante para a cultura de um povo.

Essa facilidade de intercâmbio entre territórios e saberes, porém, encontra um obstáculo que também faz parte do mundo globalizado: a centralização do poder. No Brasil, por exemplo, a concentração dos meios de comunicação é um fenômeno avesso aos atributos democráticos da globalização, movimentando-se no sentido contrário ao deles. O estudo intitulado Os Donos da Mídia, feito em 2002 - hoje em fase de atualização -, pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom), mostrou que, no Brasil, seis empresas controlam direta ou indiretamente as redes privadas nacionais de TV aberta e 140 grupos regionais afiliados, reservando para si o controle absoluto do veículo de comunicação de massa mais expressivo do País.

O Epcom apurou, em 2006, a relação existente entre o poder econômico e o grau de concentração e de pluralidade dos meios de comunicação - que leva a distribuição e o acesso a esses meios a ser extremamente desigual na sociedade. Quanto mais pobre é a região, maior é o nível de concentração da mídia, ou seja, menor é o número de agentes que detêm veículos como rádio e TV. Nesse caso, as regiões Sul e Sudeste brasileiras abrigam, segundo a pesquisa, o maior número de emissoras e retransmissoras de TV (cerca de 4 mil, de um total de 10.514), 1,6 mil rádios comerciais e educativas (de 4.392 no total), 900 emissoras comunitárias (de 2.513) e mais da metade das operadoras de TVs a cabo (55% das 298 totais).

Em um país como o Brasil, de dimensões continentais, na medida em que os meios de comunicação eletrônicos permanecem configurados em oligopólios – mesmo com a integração que a TV possibilitou a partir de sua disseminação, na década de 1970 –, eles não colaboram no sentido democrático de difusão da cultura em toda a sua diversidade e tampouco favorecem a inclusão social a partir disso. Se, de um lado, os mecanismos tecnológicos tendem a ser democratizantes, eles o deixam de ser quando rompem as fronteiras e inibem produções regionais, ou não as compar-

tilham, ou, ainda, o fazem, mas como um pastiche. "A comunicação, principalmente por meio da televisão, é muito desigual no Brasil", afirma o sociólogo Paul Singer, secretário nacional da Economia Solidária. Isso se explica, segundo ele, por razões principalmente econômicas. "As produções são muito caras. Há décadas, a Globo tem uma preponderância muito grande", destaca.

Conforme a pesquisa do Epcom, de 2002, a Rede Globo:

- Aglutina o maior número de veículos em todas as modalidades – TV, rádio e jornal. Tem quase o dobro do que o SBT, que ocupa o 2º lugar.
- Seu Grupo Cabeca-de-Rede é o único, entre as demais redes, que tem todos os tipos de mídia.
- Tem o maior número de grupos diversificados – TV, rádio e jornal – 40,6% de todos os existentes vinculados às redes.
- A maioria dos principais grupos regionais de mídia são os Afiliados da Rede Globo.
- Está presente em todos os Estados.
- O Grupo Cabeca-de-Rede tem 86% dos seus veículos concentrados na região Sudeste.
- No seu conjunto, apresenta uma disseminação equilibrada pelas diversas regiões, sem concentração excessiva nos pequenos mercados.

Singer destaca que, no Brasil, a TV Globo é o mais perfeito exemplo dessa concentração do capital na área. "Ela não inibe a diversidade cultural; porém, impede totalmente a diversidade política. E por isso é preciso democratizar. Para ter um panorama de comunicação em que as diferentes idéias, correntes e ideologias tenham seu espaço", defende. De acordo com o sociólogo, a maior emissora do País não tem preconceitos. Tanto as telenovelas quanto os outros programas são bastante abertos. "O que interessa é o retorno financeiro", afirma. É, portanto, do ponto de vista político, reforça Singer, que urge a democratização, "para que a consciência do eleitor brasileiro realmente avance através do usufruto das comunicações públicas". Em quase todos os países, afirma, a comunicação é um negócio em que a concentração de capital é bastante forte.

De qualquer forma, o secretário nacional da Economia Solidária projeta que tudo isso está em processo de mudança, com a internet praticamente competindo com a televisão. "É lamentável, porém, que o computador ainda não seja acessível a todos", aponta. Também a pesquisadora Nilda Jacks reflete sobre a promessa de democratização pela rede www: Se a própria internet encerra uma lógica democrática, por que ela não funciona efetivamente? É porque nem todo mundo tem acesso. "Tem que haver entidades, agentes que pensem radicalizar essa lógica. Se fisicamente não há ingresso, a internet fica limitada - muito embora haja estudiosos da cibercultura afirmando que, independentemente do acesso à tecnologia, essa lógica já está se irradiando", destaca Nilda.

O Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), em parceria com o Ministério da Cultura, divulgou, em setembro do ano passado, a Pesquisa de Informações Básicas Municipais, realizada em 2006, dando conta de que o surgimento dos provedores de internet, sua forte ampliação e a crescente demanda colocam o Brasil como um dos mais importantes países usuários das novas tecnologias de informação nos últimos 20 anos. Os dados apurados mostram que, em 1999, havia pelo menos um provedor de internet em 16,4% dos municípios brasileiros. Esse percentual aumentou 178% até 2006, quando atingiu 45,6% dos municípios. "O indicador é consoante com diversos outros divulgados sobre a expansão da rede no plano internacional e nacional e sobre o acesso individual, que apresenta uma progressão exponencial a partir da década de 1990", revela a pesquisa.

O estudo, intitulado Perfil dos Municípios Brasileiros, mapeou o Brasil por regiões e municípios, no quesito Cultura e Meios de Comunicação. Observou que o crescimento da rede é mais expressivo nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste e nos municípios com mais de 500 mil habitantes, dado que ratifica as desigualdades existentes no País. Portanto,

a internet continua restrita a uma faixa da população com poder mais aquisitivo.

O meio de comunicação que mais

destaca, de acordo com a pesquisa, ainda é a TV aberta - o principal veículo condutor de conteúdos culturais, em um país ainda marcado pelos reduzidos níveis de escolarida-Porém, ao contrário internet, da não apresenamplitude. Encontrada pelo menos 95,2% dos municípios brasileiros que têm a recepção de pelo menos um canal, mostrou pequena retração em relação a 1999 (-3,2%). O estudo prevê que as recentes mudanças tecnológicas associadas aos conteúdos audiovisuais (TV digital, TV pública) provavelmente terão impacto em outros indicadores apurados, como o aumento no percentual de municípios que têm emissoras geradoras de imagens de TV

A concentração dos meios e a carência de conteúdos regionais aparecem evidenciadas nos percentuais expostos pela pesquisa (realizada a partir de um conjunto de dados obtidos junto às prefeituras), que reuniu informações sobre a diversidade cultural e territorial dos 5.564 municípios existentes no País.

(9,6%) e TVs comunitárias (2,3%).

Identidade e novas culturas

As culturas já não são 100% genuínas – por meio da comunicação, ganham o mundo constantemente, produto de um multiculturalismo provocado pelas trocas, pela diversidade. "Antropofagicamente". As inovações tecnológicas, além de promoverem a criatividade, também reproduzem estruturas conhecidas, afirma o antropólogo

> Nestor Garcia Canclini, no livro Culturas Híbridas, Poderes Oblíquos. "A remodelação tecnológica das práticas sociais nem sempre contradiz as culturas tradicionais

as artes modernas", garante o autor, usando como exem-

> históricas, computadores e outros usos do vídeo que facilitam e aproximam dados, possibilitando, entre outras coisas, simular novos usos e informação. "Essa apropriação múltipla de patrimônios culturais abre possibilidades origi-

plo os videogames que

trivializam batalhas

nais de experimentação e comunicação com usos democratizadores", assegura o antropólogo. Canclini explica que as interações feitas pelas novas tecnologias com a cultura anterior as tornam parte de um processo muito maior do que aquele que elas desencadearam. E, ainda que muitas obras permaneçam dentro de seus circuitos minoritários ou populares para que foram feitas, "a tendência predominante é que todos os setores misturem em seus gostos objetos de procedência separada". Com isso, destaca, não está afirmando a dissolução das diferenças entre as classes.

Nesse sentido, Zygmunt Bauman, sociólogo polonês, comenta em sua obra Identidade, que a identificação é também um fator poderoso na estratificação, "uma de suas dimensões mais divisivas e fortemente diferenciadoras". Bauman divide a hierarquia global em dois pólos, num dos quais estão os emergentes, que "constituem e desarticulam as suas identidades mais ou menos à própria vontade", a partir de um leque de ofertas extraordinariamente amplo, de abrangência planetária; e, no outro pólo, abarrotam-se aqueles que tiveram negado o acesso à escolha da identidade, que não têm direito de manifestar as suas preferências e que no final se vêem oprimidos por identidades aplicadas e impostas por outros. "Que humilham, estereotipam, desumanizam, estigmatizam."

Não são os avanços tecnológicos, em princípio, que põem em risco as culturas. Singer garante que elas se aproveitam desses mecanismos. "Todas participam desse novo mundo. Porém, existem culturas em vias de desaparecimento por assimilação, outras que estão nascendo e muitas ainda se unindo e dando origem a novos costumes, que são sincréticos." Segundo o sociólogo, a diversidade cultural é o reconhecimento ao direito de existência de todas as culturas, "uma aspiração humana já de muito tempo, que enfrentou e ainda enfrenta enorme antagonismo e intolerância, sobretudo em relação às chamadas minorias", reflete. Para Paul Singer, o País vive agora um momento de criatividade máxima em todos os campos, inclusive na religião. "Todos os dias nasce uma religião nova, sobretudo aqui em Brasília, onde estou, que parece um centro dos sincretismos. Isso é o testemunho de que há liberdade cultural", argumenta, entusiasmado com a diversificação da cultura brasileira. "A Economia Solidária (política criada em resposta à crise do trabalho, em que empreendimentos são marcados pela autogestão, pela administração participativa e democrática), que no momento é minha principal responsabilidade, contribui positivamente para isso, porque dá exatamente o suporte econômico para a cultura, que precisa ser financiada, em última análise, como uma atividade humana", reflete.

Como no manifesto de Oswald de Andrade: "Só a Antropofagia nos une. Socialmente. Economicamente. Filosoficamente". Essa "antropofagia", pode-se dizer, vem moldando a identidade brasileira, que é constituída na sua própria diversidade, "uma das maiores que existe no mundo, em função não só da nossa formação étnica, mas também da nossa disposição geográfica, da nossa territorialidade, que é muito grande", explica Sérgio Mamberti, secretário Nacional de Identidade e Diversidade Cultural. Somente na parte étnica, por exemplo, o Brasil tem a cultura indígena, a cultura afro-descendente e a cultura européia, lembra o secretário.

Mamberti destaca que, na sociedade brasileira (que, segundo ele, não pode se dizer justa, porque existe o preconceito), apenas agora a cultura negra e a cultura indígena começam a ter algum espaço respeitado. De qualquer forma, ressalta, "existe um hibridismo e troca nessas culturas em que o Brasil é exemplar, que, apesar de tudo isso, têm existido. Isso

nos coloca, de uma certa maneira, numa posição privilegiada, no sentido da construção e da promoção da diversidade".

Convenção da diversidade

O fomento e a promoção da diversidade têm sido pivôs de debates e formulações empreendidas entre diversos países do mundo, divididos em interesses políticos, econômicos e sociais, no âmbito da Unesco – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. A Convenção da Unesco sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, que estabelece um novo paradigma no mercado internacional dos produtos culturais, tem o Brasil como um dos seus articuladores, atuando de forma destacada nas discussões internacionais sobre

cultura, produção e circulação de bens

culturais. O acordo da Unesco reforça o conceito da diversidade cultural como Patrimônio da Humanidade. Reafirma a relação entre cultura, desenvolvimento e diálogo e cria "uma plataforma de cooperação cultural internacional, por meio do direito soberano que cada país tem para elaborar políticas culturais para proteger e promover a diversidade de expressões culturais". O documento, aprovado em outubro de 2005, em Paris - durante a 33ª Conferência Geral da Unesco –, busca garantir a igualdade de condições para as manifestações culturais e também a proteção contra as consequências da padronização da cultura.

"Estamos numa posição de liderança no ambiente da Convenção", destaca Mamberti, argumentando que a intervenção do ministro da Cultura, Gilberto Gil, a partir de 2003, foi o fiel da balança na aprovação do documento, que enfrentava forte impasse. "Os EUA

diziam que a proteção e a promoção da diversidade cultural iriam fortalecer um "fundamentalismo cultural", que as trocas não se estabeleceriam. E que eles, como defensores da democracia, não poderiam concordar. Mas na verdade é o contrário. Eles queriam é o espaço livre para desenvolver, de uma forma extremamente agressiva, a liderança de mercado", reflete Mamberti. "O Gil então entrou com uma posição muito forte, e

de 100 países."

A França e o Canadá despontavam com a posição

de que cul-

em torno do Brasil se uniram mais

tura não é
mercadoria e não pode ser regida pelas
normas do Acordo Geral sobre Comércio de Serviços (Gats) da Organização
Mundial do Comércio (OMC). "Os dois
países chamaram para a importância
de se discutir isso, por causa da agressividade da filosofia neoliberal. Então, a
diversidade passou a ter lugar central",

diz Mamberti. Os Estados Unidos, por outro lado, mantinham-se na defesa de

que cultura é uma mercadoria como ou-

tra qualquer e, portanto, está sujeita às

normas do Gats. Não interessa aos EUA. por exemplo, que têm na indústria cinematográfica uma das suas principais fontes de divisas, excluir o cinema da lista de produtos tratados no âmbito da OMC. E era isso que a Convenção estava fazendo: retirando uma lista de atividades, bens e serviços culturais do escopo de determinações exclusivas da OMC.

No cenário audiovisual brasileiro, 90% das telas são ocupadas pelo cinema americano, segundo o secretário nacional da Diversidade. "Estamos há uns cinco anos tentando recuperar um espaço que tínhamos na década de 1980. Quando Fernando Collor de Mello (ex-presidente da

damental, principalmente para os países emergentes", avalia. Mamberti argumenta que, diante da era digital, em que a comunicação audiovisual traça passos importantes, não só do ponto de vista da diversidade, mas também da economia, o audiovisual é uma fonte de renda muito grande, ligado também à questão da propriedade intelectual. "Todos esses temas são abordados na Convenção da Diversidade. Apesar de termos conseguido uma vitória estrondosa (156 países assinaram o documento durante a 33ª Conferência), precisamos lutar para que eles agora ratifiquem a Convenção", destaca. Até o mês de dezembro, 75 nações tinham ratificado o documento da Unesco. No Brasil, o presidente Lula promulgou a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das

Expressões Culturais, por meio do Decreto nº 6.177, no dia l° de agosto de 2007.

Políticas públicas

A Secretaria Nacional da Identidade e Diversidade Cultural é uma criação brasileira, um dos investimentos. âmbito do Ministério da Cultura, no sentido de abrir espaço efetivo de elaboração de políticas públicas

presente nessas políticas. O caminho é árduo. A mercantilização da cultura e sua interconexão cada vez mais imbricada com a economia resultam em mudanças de equilíbrio na balança de poder decorrente dessa relação, afirma o pesquisador Antônio Albino Canelas Rubim, da Universidade Federal da Bahia,

em seu artigo Atores Sociais, Redes e Políti-

cas Culturais. "Desse modo, os conglome-

rados econômico-financeiros têm atuado como importantes agentes formuladores de políticas culturais", aponta.

Se as políticas de cultura no Brasil vão se constituindo nos projetos de um ministério com a participação da sociedade (conforme garante Mamberti), elas precisam dialogar com as políticas de comunicação e outras em geral. "Para garantir diversidade, só fortalecendo nossa identidade e a idéia de Nação", defende o jornalista Celso Schröder, coordenador-geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). O potencial democratizante que há na convergência dos meios de comunicação só se realiza plenamente, diz o jornalista, com políticas públicas para o setor. Assim, ressalta, a comunicação no País precisa se desvencilhar do domínio dos "donos da mídia" e fazer uma recomposição do papel do Estado, da sociedade e do setor privado. "São necessidades estratégicas", defende Schröder, perseguindo a idéia de que as produções regionais irão compor também a identidade nacional. "E que também tenhamos a possibilidade de nos apresentar, ter a chance de produzir e manifestar nossa compreensão de mundo culturalmente - e fazer isso ao máximo. Isso é democratização. De outra forma, não tenho a capacidade de compreender a diversidade", reflete o coordenador-geral do FNDC, afirmando que a cultura brasileira é feita de comunicação de massa. A psicóloga Vera Canabrava, do Conselho Federal de Psicologia, coordenadora do FNDC, afirma que ser sujeito é conviver com o diferente. Por isso a importância das políticas públicas de comunicação e cultura na formação do "sujeito democrático - aquele que partilha as diferenças como algo que faz parte da subjetividade", explica.

Para discutir o desenvolvimento da cultura a partir de meios de comunicação plurais é que se constrói, hoje, uma Conferência Nacional de Comunicação. "Querer democratizar a cultura sem pensar a democratização da comunicação é uma inutilidade", afirma Schröder. E conclui citando Daniel Herz (jornalista falecido em 2006, um dos idealizadores do FNDC), que dizia: "Quando nós estamos democratizando a comunicação, em última análise, o que estamos querendo democratizar é a cultura".

para a cultura no Brasil. "Temos a questão da diversidade e da relação entre educação, cultura e comunicação como elementos estratégicos para a construção de uma sociedade democrática e de um conceito de desenvolvimento que leve em conta os valores humanísticos", esclarece Sérgio Mamberti. Uma das premissas da Convenção é fazer a sociedade civil tornar-se

mera mercadoria", diz Mamberti. A Convenção também consagra que os bens e os serviços culturais têm um valor econômico, a chamada "economia da cultura", mas possuem ainda um valor simbólico agregado que é tão ou mais importante. "É por isso que, hoje, complementar e fortalecer a Convenção é uma questão absolutamente fun-

trou, em 1990, disse claramente: 'Quem

não sabe fazer, compra'. Ou seja, trans-

formou os bens e os serviços culturais em

República) en-



Por trás dos números sobre rádios comunitárias

Mapeamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostrou que as rádios comunitárias estão presentes em quase o mesmo número de municípios que as emissoras comerciais. No entanto, conforme entidades ligadas ao setor, esses dados podem mascarar a realidade quando a questão é a abrangência das radcom.

Por Veridiana Dalla Vecchia

De acordo com o Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006, divulgado em setembro de 2007, 48,6% dos municípios brasileiros possuem rádios comunitárias. As emissoras comerciais FM aparecem em 34,3% das localidades, enquanto as AM estão em apenas 21,2%. Maranhão e Piauí são os estados onde há os mais altos percentuais de ocorrência dessas emissoras – respectivamente, 73,3% e 76,2% dos municípios.

A Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (Abraço) alertou, porém, que as informações do IBGE encobrem a realidade: "Multiplicando o número de rádios comunitárias existentes por sua potência, a força instalada de transmissão não representa sequer a potência de uma única rádio comercial", argumentou Joaquim Carlos de Carvalho, advogado, ex-coordenador jurídico da entidade. Ele defendeu que o total de rádios comunitárias outorgadas no Brasil ainda é muito pequeno, levando-se em conta a população atingida pelas emissoras, e não a quantidade de municípios onde elas existem.

Segundo Carvalho, os dados demonstram a inoperância do governo federal em relação ao movimento de radiodifusão comunitária. "Em quase dez anos da Lei 9.612, existem cerca de 20 mil entidades que requereram autorização junto ao Ministério das Comunicações, e, até agora, menos de 3 mil foram atendidas", afirmou. O advogado calcula que hoje funcionam no país aproximadamente 20 mil rádios comunitárias, independente de terem ou não outorga. O responsável pelo Escritório Paulista da Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc/Brasil), Sérgio Gomes, acredita que podem existir 20 mil rádios de baixa potência, mas muitas não devem ser consideradas comunitárias. "São rádios que alguma igreja, vereador ou mesmo um picareta qualquer entra com a papelada e faz de conta", enfatizou.

Gomes considera que não existe contabilização confiável sobre o total de emissoras comunitárias. Explicou que, segundo dados apresentados pela Secretaria de Serviços de Comunicação Eletrônica do Ministério das Comunicações (Minicom), 11.605 pedidos de au-

torização para radiodifusão comunitária tinham sido analisados pelo departamento de outorga entre fevereiro de 1998 e outubro de 2006. Desse total, 2.611 foram autorizados e 4.842 arquivados em função de inviabilidades técnicas para publicação de aviso de habilitação. Ainda estavam em análise 4.152 processos devido a pendências técnicas ou jurídicas na documentação apresentada.

Denise Cogo, pesquisadora, professora do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, doutora em Comunicação pela USP, lembra que deve ser levada em conta a qualidade das emissoras, pois o fato de estarem funcionando não implica que estejam contribuindo para a democratização da comunicação ou desenvolvendo uma inserção cidadã em suas comunidades. Ela defende que haja algum mecanismo de controle público (e não unicamente governamental) para estabelecer avaliações sobre o caráter comunitário das emissoras. Conforme Carvalho, a Abraço propôs ao governo a formação de um Conselho de Acompanhamento e Fiscalização dos Processos e Outorgas. Porém, a discussão do projeto não tem avançado. "O ministro Hélio Costa não deixa a gente conversar sobre o assunto", garante.

Percentual de municípios brasileiros que 1999 Crescimento (%) possuem meios de comunicação (%) 2006 TV Aberta 98,3 95,2 (-) 3,2 = queda (não era apurado) 48,6 Rádios comunitárias Provedores de internet 178 16,4 45,6 36,8 Jornais diários (não era apurado) Estações de rádio FM 33,9 34,3 1,2 5 Estações de rádio AM 20,2 21,2 Geradoras de TV 9.1 9.6 5,5 Revistas impressas locais (não era apurado) 7,7 TVs comunitárias (não era apurado) 2,3 (não foi apurado) Fonte: IBGE, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006.

Os dois Brasis

Conforme o IBGE, nos 5.564 municípios brasileiros, há 1.908 rádios FM comerciais e 1.178 rádios AM, além de 2.704 comunitárias. A pesquisa não aponta quantas emissoras existem em cada município. Mas se pode deduzir que, ao menos nas grandes concentrações populacionais, haja mais de um tipo de emissora e mais de uma rádio do

mesmo tipo. "O Brasil todo ouve rádio, mas nem todas as cidades têm rádio. Todo mundo ouve, mas nem todo mundo fala", ressalta Sérgio Gomes.

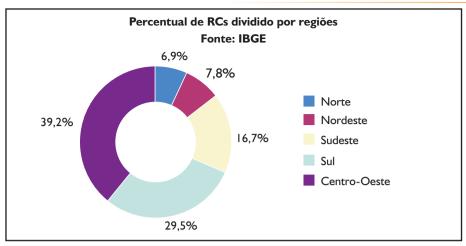
Para o conselheiro da Amarc, existem no país duas situações completamente distintas em relação às rádios comunitárias: uma nas grandes cidades, outra no campo e nas cidades de pequeno e médio portes. "Nos grandes centros, o espaço radioelétrico foi entregue todo à iniciativa particular. Não há quase nada para universidades públicas, emissoras educativas, e muito pouco para rádios comunitárias", expõe. No caso de São Paulo, explica Gomes, há o uso ilegal desse espaço. "Das 39 rádios comerciais de freqüência modulada, 36 estão sem autorização atualizada. Dessas 39, 22 são de outros municípios que instalaram suas antenas aqui", afirma, citando informações da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Na avaliação de Gomes, a legislação também limita a possibilidade de existência de rádios comunitárias em grandes centros urbanos, pois essas emissoras devem atuar na mesma freqüência, o canal 200, que em muitos locais já está ocupado. "Nos grandes centros, não depende só de vontade política, mas de conhecimento técnico. Nos lugares menores, ter ou não ter rádio comunitária já não é questão de limitação técnica."

Incentivo ou repressão?

Conforme levantamento do Minicom. realizado em 19 de outubro de 2007, existem 2.916 entidades autorizadas a executar o Serviço de Radiodifusão Comunitária no Brasil. Na pesquisa do IBGE, que utiliza dados de 2006, o total de rádios comunitárias outorgadas é de 2.704. "O incentivo às rádios comunitárias legais é uma das principais bandeiras do ministério. Elas são ferramentas importantíssimas para promover melhoria nas condições de vida da população", afirmou o ministro Hélio Costa, em declaração à Agência Brasil. Ele defendeu que, para ampliar a abrangência das comunitárias, elas deveriam ter acesso a linhas de crédito por meio do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social).

"A gestão de Hélio Costa foi a que menos gerou outorgas. A média do governo Lula é inferior à do governo anterior", contrapôs Carvalho. Segundo



População	Total de Municípios	Total de Rádios Comunitárias
Brasil	5.564	2704
Até 5.000	1.371	379
De 5.001 a 10.000	1.290	627
De 10.001 a 20.000	1.292	702
De 20.001 a 50.000	1.033	619
De 50.001 a 100.000	311	195
De 100.001 a 500.000	231	154
Mais de 500.000	36	28
Fonte: IBGE, Pesquisa de Informações B	ásicas Municipais 2006.	

ele, o governo não oferece condições aos profissionais que trabalham nos processos de concessão de outorgas e não aumenta o número de servidores para atender à demanda reprimida. Além disso, o ministério constituiu um grupo para multar as rádios comunitárias em relação à programação e à instalação.

Sérgio Gomes lembra, no entanto, que é preciso tomar cuidado ao denunciar o encerramento das transmissões de emissoras comunitárias. "Pode ser que estejam fechando uma rádio efetivamente comunitária, que tentou batalhar pela sua legalização e não conseguiu por conta da burocracia. Mas pode ser também uma rádio picareta, que deveria ser fechada."

Políticos e igrejas

Ponto relevante a ser destacado quando se trata de meios de comunicação é a influência política a que estão submetidos. Trata-se de intromissão bastante perceptível no universo das rádios comunitárias. Conforme estudo de Venício Arthur de Lima, pesquisador do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política da Universidade de Brasília (Nemp-UnB), e Cristiano Aguiar Lopes, mestre em Comunicação pela UnB, existe alta prevalência de vínculos políticos nas rádios comunitárias outorgadas no país.

Entre 1999 e 2004, das 2.205 emissoras pesquisadas, 1.106 (50,2%) tinham ligação com políticos. Os estados onde há maior índice de vínculo político são Tocantins (85,7%), Amazonas (66,7%), Santa Catarina (62,9%), Espírito Santo (62,9%) e Alagoas (65,6%). Como as rádios comunitárias têm pouca abrangência, suas relações com políticos tendem a privilegiar a atuação de proselitismo em nível municipal (99% dos casos em que havia ligação política). Venício Lima lembra ainda que esses números são bastante subestimados, pois o estudo trabalhou apenas com o nome do representante legal da rádio comunitária.

Na pesquisa do IBGE, chama a atenção a proporção de rádios comunitárias outorgadas existentes no Nordeste do país. A região conta com 1.059 municípios onde existem essas emissoras, quase 40% do total de municípios com radcom do Brasil. Na avaliação da Abraço, isso demonstra a influência política na liberação de outorgas. "Tanto que a Abraço defende a revisão das outorgas", ressalta Carvalho. No entanto, Denise Cogo lembra que - além da possibilidade de influência política -, no caso da região Nordeste, houve forte atuação, desde os anos 80, de movimentos sociais no que se refere às rádios comunitárias.



Um espaço público para o rádio

Os dois meios de comunicação eletrônica com maior audiência no Brasil são alvos de discussão em torno do seu papel perante a sociedade. Amparados pela Constituição Federal como bens de articulação e fortalecimento da cidadania, o rádio e a televisão aberta no País precisam, conforme a Carta de 1988, dos sistemas complementares privado, estatal e público. Esse preceito começou a ganhar forma, primeiro com o surgimento da TV pública e, num segundo momento, com as discussões em torno do rádio, vivenciadas no I Fórum Nacional de Rádios Públicas, no final do ano passado, no Rio de Janeiro.

O ano de 2007 foi ocupado por questões referentes à televisão - implantação da TV digital e criação da TV Brasil -, mas o futuro do rádio, veículo incorporado na rotina de 87,9% da população brasileira, também começou a ser pensado. Esquecidas num primeiro momento, as rádios públicas entraram, enfim, na pauta nacional. "Para que possamos ressaltar os ideais previstos na Constituinte, está na hora de fazermos um debate mais profundo e democrático", enfatiza Valci Zuculoto, jornalista e professora de Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina, que participou do Fórum.

O presidente da Associação das Rádios Públicas do Brasil (Arpub), Orlando Guilhon, que organizou o evento, acredita que o grande salto do Fórum foi estabelecer a interlocução entre os diversos atores que fazem o dia-a-dia do veículo, o governo e a sociedade civil organizada. "Sinalizou para a sociedade e para o governo que comunicação pública é também um forte segmento e que as rádios públicas estão dispostas a dar sua contribuição na construção de um novo sistema público no País."

Temas como a missão institucional das rádios públicas, o modelo de gestão e de financiamento, o conteúdo de programação - tanto jornalístico quanto cultural, educativo e inclusivo, estudos e

pesquisas sobre o setor, a construção de uma rede ou sistema nacional de rádios públicas, a digitalização do rádio, direitos autorais e novo marco regulatório para as comunicações foram abordados no Fórum. O evento concluiu que esses temas, juntamente com outros vários que afetam o setor, precisam ser debatidos em uma Conferência Nacional de Comunicação, que deverá ser realizada durante este ano, construída de forma plural e democrática.

O Fórum apontou para uma "articulação do sistema com as comunitárias", destaca o diretor executivo da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), José Luiz do Nascimento Sóter. O secretário executivo do Ministério da Cultura, Juca Ferreira, afirmou, durante o evento, que o governo vai priorizar a viabilização das rádios comunitárias dentro da sua política de comunicação, englobando rádios públicas e rádios comunitárias, "para tornar mais acessível a informação no País".

CARTA DO RIO

Ao final do I Fórum Nacional de Rádios Públicas, realizado de 21 a 23 de novembro de 2007, no Rio de Janeiro, foi redigido um documento reunindo os principais pontos discutidos, avaliações e demandas do setor. A seguir, alguns destaques:

- Fortalecer a comunicação pública no Brasil é fortalecer a cidadania brasileira e garantir o direito à comunicação e à
- As rádios públicas devem ter suas especificidades respeitadas e consideradas;
- Rádios públicas comunitárias são indispensáveis à formação da rede pública de comunicação. Elaborar políticas públicas para fortalecer estas emissoras... anistia aos comunicadores comunitários processados, fim da repressão, novos critérios de análise dos processos, novos canais dentro do dial, consolidação de redes, controle social sobre processos e outorgas, aperfeiçoamento da lei 9.612/98;
- As rádios públicas universitárias requerem políticas públicas que garantam financiamento para manutenção e ampliação de seus recursos humanos e materiais, autonomia necessária para obter novos canais, garantia à experimentação com liberdade de atuação em conteúdo e forma de suas produções;
- As rádios públicas devem garantir a participação dos diversos setores sociais em sua gestão, programação de interesse público e refletir a diversidade cultural do País;
- Independência editorial e financeira das rádios públicas;
- Acesso ao direito à comunicação e ao direito a informar e ser informado. Respeito à diversidade cultural brasileira;
- Compartilhamento, intercâmbio e co-produção de programas entre as emissoras do campo público;
- Que as emissoras públicas do País sejam inseridas em um Sistema Nacional de Rádio;
- Enfrentar a construção de um novo marco regulatório para o setor da comunicação;
- Realização de uma Conferência Nacional de Comunicação, durante 2008, construída democraticamente com todos os setores da sociedade, acumulando experiências e informações a partir das realidades locais;
- A escolha de um padrão digital para o rádio precisa ser feita com uma ampla discussão com todos os setores da sociedade. Assegurar a existência de emissoras públicas, com políticas que garantam condições de igualdade com o setor privado.



Pancadas na identidade cultural: mídia e interesse público

Pancadinha, pancadinha, pancadinha Ela gosta de tomar pancadinha Ela gosta de tomar pancadinha

Eu gosto

Cê gosta

Ela gosta

Ele gosta

Toma, gostosa, lapada na rachada Você pede e eu te dou lapada na rachada E aí, tá gostoso? Lapada na rachada Toma, toma, toma Vaaaaaaaai, dá tapinha na bundinha Vai, que eu sou sua cachorrinha Vai, fico muito assanhada, se eu pedir você me dá?

Lapada na rachada

Os trechos das canções Pancadinha, gravada por Os Bambaz, e Lapada na Rachada, gravada por Saia Rodada, servem de trilha sonora para uma cena instigante: no domingo de Carnaval deste ano, às 10h, começava o cortejo infantil do Município de Cairu-BA. Como é tradição na Bahia, os festejos são puxados por um "trio" elétrico. Na verdade, uma caminhonete com um palco em cima, um cantor e um teclado. Nas laterais, a foto de um vereador evangélico (que já foi chefe de gabinete do prefeito de Cairu) e a frase "Deus é a minha força". Ao pé da ladeira, vêm as crianças em insinuantes coreografias e os refrões do forró nortista adaptados ao pagode baiano. Atrás delas, adolescentes e adultos. O refrão ecoa. "Ela gosta de tomar pancadinha". Segundo o jornal local Valença Agora, foi a melhor festa já realizada pela prefeitura em todos os tempos.

O fenômeno não é restrito ao cenário nordestino. Poderia ser, por exemplo, em Mandaguaçu, no Paraná; Palestina de Goiás; Santa Rosa dos Purus, no Acre; ou de São Fidelis, no Rio de Janeiro. Sexualização da infância, estímulo à violência contra a mulher, uso eleitoreiro de verbas públicas, clientelismo dos meios de comunicação e estandardização da cultura popular são corriqueiros no Brasil. Além disso, quem quer saber desses "não-lugares"? Representam que capacidade de consumo? O que tem nesses "fins de mundo"? Nada. Ou quase nada.

Não tem ONG de proteção da infância nem Delegacia da Mulher. Não tem TV a cabo. Não tem MMDS. Não tem 3G, WiFi, ADSL. Nem cinema nem teatro. Não tem TV digital nem triple play. E o celular não pega direito, e só uma operadora. Cairu tem uma rádio comunitária com uma média de nove horas diárias de programação musical de sucessos comerciais, acesso a três canais de TV aberta, retransmitidos das redes regionais com base em Valença e um infocentro, que abre de 9h às 16h nos dias úteis.

Cairu é o Brasil. E o Brasil tem um sistema de comunicações que privilegia interesses comerciais em prejuízo do interesse público. Assim, pequenos municípios em regiões inóspitas têm pouco ou nenhum valor para grandes empresas. E é no acesso à informação e à cultura que se mostra o isolamento da municipalidade no País. Dos 5.564 municípios brasileiros, 91% não têm sala de cinema, 95,7% não têm TV por assinatura, 78,2% não têm esta-

ções de rádio AM, 79,1% não têm salas de espetáculos, 69% não têm livrarias nem instituições de ensino superior, 48,7% não têm estações de rádio FM.

É, portanto, na música popular e na televisão aberta que estruturam as dinâmicas da cultura cotidiana das maiorias, a construção de imaginários e identidades. Daí vem a parceria entre o empresariado nacional de radiodifusão e os líderes políticos locais. A aliança entre afiliada e Cabeça-de-Rede tanto garante aos líderes políticos a oferta de programação - e, conseqüen-



temente, a audiência - sem despender muitos recursos quanto a máquina pública atuando em prol dos radiodifusores.

Esse contexto desmitifica as duas mais frequentes assertivas dos produtores culturais brasileiros: a primeira é a da liberdade da escolha. Aquela que propaga em defesa do conteúdo ofensivo ou de baixa qualidade a premissa de que o "povo" gosta. A reflexão de que se dá ao povo o que o povo quer não pode ser excluída da análise das condições que esse povo tem para escolher. Quais as diferentes opções em serviços de comunicação, informação e cultura? O cidadão de Cairu que não concorda em estar com seus filhos "indo até o chão" ao som de "lapada na rachada" pode fazer o que em seu entretenimento?

Pode apenas ligar a televisão e alternar três canais. O primeiro transmite um quadro sobre a fé, do vereador apadrinhado pelo prefeito. O segundo, um programa de auditório no qual crianças dublam os sucessos do Carnaval 2008. E o terceiro, uma telenovela na qual a personagem Victória foi sexualmente atacada e seu amigo a resgata dizendo "como assim não lembra de nada? Não lembra nem se gostou ou não? Vamos, vamos tomar um banho para tirar essa nhaca de sufocador!".

E é na grade da programação de TV aberta que se apresenta a fragilidade da segunda assertiva, que tem sido adotada na defesa dos radiodifusores nacionais contra a entrada do capital internacional no setor: o lugar estratégico da televisão aberta como construtor e propagador da identidade nacional. As formas como a mídia comercial brasileira constitui, define e se apropria da cultura aparecem permeadas por flagrantes episódios nocivos aos valores universais da cidadania. Se a cidadania não pode abrir mão da igualdade entre membros de um mesmo grupo, é imprescindível à sociedade brasileira: a) garantir o direito de escolha entre as diversas tecnologias e serviços de acesso à comunicação, à informação e à cultura; b) garantir a igualdade de condições de acesso e produção entre as cidades cosmopolitas e as cidades interioranas; e, por fim, c) garantir mecanismos de proteção do cidadão contra a cristalização de valores culturais contrários à dignidade humana e à equidade informativa.

Suzy dos Santos é professora da Escola e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ, coordenadora do Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia Política da Informação e da Comunicação, tesoureira do capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura.

Paradoxo no controle público

Leis e organismos dispersos prejudicam políticas de comunicação

Os meios de comunicação eletrônicos têm sido, nos últimos 50 anos, objeto de tentativa de controle por diversos agentes, principalmente porque se tornaram instrumentos inigualáveis de poder político, econômico e, mais recentemente, religioso. A explosão tecnológica permitiu um fluxo enorme de informação, impulsionado por diversos veículos, em especial os de radiodifusão de imagens - segmento defendido pela Organização das Nações Unidas para a Educação (Unesco) como bem de uso comum. A interpretação e a defesa desse bem público são geralmente feitas por meio dos órgãos de regulação, para garantir pluralidade, igualdade, proteção dos conteúdos e intervenção, quando necessário.

No Brasil, outorga, regulamentação e fiscalização dos meios de comunicação eletrônicos estão dispersas em diferentes organismos, como a Agência Nacional das Telecomunicações (Anatel), os ministérios das Comunicações e da Justiça e a Agência Nacional de Cinema (Ancine). O Conselho de Comunicação Social (CCS), entidade auxiliar do Congresso Nacional nas questões relacionadas ao setor, deveria estar colaborando com esses instrumentos, mas, além de ter poder e representatividade limitados, está inoperante há mais de um ano.

Países da Europa e das Américas do Norte e Latina constituíram mecanismos relativamente autônomos diante do poder econômico e político para fiscalizar e regular o setor. Seus objetivos estão centrados em garantir liberdade de expressão, informação e comunicação. Nos EUA, a televisão é baseada em serviço de utilidade pública, televisão comercial e televisão pública, com intervenção e regulação da Federal Commission Communication (FCC), criada em 1934. A FCC concede outorgas (se houver interesse e necessidade pública), baixa normas de regulação e dispõe sobre controvérsias. Apesar da forte atuação do regime de mercado, o Estado não deixa de cumprir seu papel, procurando

garantir competição, diversidade e localismo, tanto na estrutura quanto em conteúdo da programação. A afirmação consta no artigo "Tendências Regulatórias dos Serviços de Comunicação nos EUA", de Ericson Meister Scorsim, doutor em Direito pela Universidade de São Paulo.

O sistema europeu, por sua vez, iniciou-se fundamentado na idéia de televisão pública, monopólio estatal, noção de serviço e regime de direito público, concessão e vedação à livre iniciativa - num sistema que vigorou até a década de 1980, quando começaram a coexistir televisões estatais e privadas. Surgiram então as agências reguladoras, como o Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, da França (1989); o Ofcom (Office of Communications), da Inglaterra (2002); e a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), de Portugal (2006). A atuação desses órgãos está norteada na dignidade humana, na ordem pública, na expressão pluralista das correntes de opinião, na honestidade da informação, na proteção da infância e da adolescência, na diversidade, na otimização da utilização do espectro e também no eficaz funcionamento do mercado.

Na Argentina, há o Comité Federal de Radiodifusión – Comfer (1981), responsável por regulação, controle, fiscalização da instalação e do funcionamento das emissoras de rádio e televisão do país. Possui competência também para outorgar licenças.

Caso brasileiro

No Brasil, a televisão surgiu em razão da iniciativa privada, mas é aplicada ao regime de serviço público. O modelo que condiciona o setor, previsto na Lei nº 4.117/62 (alterada pelo Decreto-Lei nº 236/67), resultou da combinação dos sistemas americano e europeu – um modelo misto de coexistência entre televisões comerciais e estatais, estruturado a partir da noção de serviço público. "Mesmo submetida ao regime público, a televisão comercial

orienta-se, de modo preponderante, por mecanismos de mercado. A exploração passa a ser feita, principalmente, pela iniciativa privada, mediante concessão e/ou permissão", explica Scorsim.

Na década de 1980, no contexto do processo de redemocratização do Brasil, movimentos sociais contrários ao clientelismo na outorga das concessões de televisão (prática constante especialmente no governo militar, principalmente a partir da década de 1970) conseguiram, na Assembléia Nacional Constituinte, acrescentar um capítulo para a comunicação na nova Constituição. O texto contempla regionalização, vedação ao monopólio, complementaridade dos sistemas público e privado, garantias ao conteúdo nacional, assegura manifestação de pensamento, criação, expressão e a informação sem restrição. Porém, isso não impediu que o modelo se fizesse hegemônico e a mídia se configurasse em oligopólio. "Nosso modelo contraria a Constituição, há dissonância entre a realidade brasileira e o que a Carta exigiria", aponta Scorsim. A falta de um órgão regulador efetivo permite essa anomalia.

Quando criada, em 1997, a Anatel tinha como proposta formar um ambiente de fiscalização. Contudo, suas atribuições não abrangem todas as atividades, visto que a questão está fragmentada em diversos campos, aponta a cineasta Berenice Mendes, da Coordenação Executiva do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), "Tem coisas que são de atribuições do Ministério da Justiça, das Comunicações, da Anatel, da Ancine", destaca.

Para Celso Schröder, coordenadorgeral do FNDC, essa descentralização ocasiona uma inexistência regulatória. "Ficamos sem local de deliberação e fiscalização sobre o sistema, como existe em outros países", expõe. Segundo ele, a não-regulação significa a permanência do modelo atual, no qual os *lobbies* atuam resumindo a comunicação a um negócio, e não a um serviço, como deveria ser.

Scorsim acredita que a falta de regulação traz complicações como insegurança jurídica, falta de tutela aos consumidores e aos cidadãos, excessiva politização do sistema de radiodifusão, falta de garantia de acesso aos canais de televisão pelos grupos sociais, entre outras. "O Estado brasileiro não pode se eximir do papel de regulador da radiodifusão. Existem princípios constitucionais relacionados à produção e à programação das emissoras. Eles necessitam de uma autoridade que os cuide e observe."

Espaço silenciado

O ano de 2007 foi proveitoso ao debate sobre as comunicações no Brasil, em especial à radiodifusão. Exemplo disso é o início da implantação das TVs digital e pública. Contudo, o órgão auxiliar do Congresso Nacional destinado a discutir essas questões permaneceu "calado". Idealizado para ser uma "arena pública" de debate sobre comunicação, o CCS acabou se transformando em

subsidiário do Congresso, avalia Juliano Carvalho, vice-presidente do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo e conselheiro do FNDC. O engenheiro eletricista Israel Bayma, especialista em Regulação de Telecomunicações pela Universidade de Brasília, avalia que a falta do Conselho nesse último ano denota mais um destino frustrante no que diz respeito à regulação no País.

A regulação dos serviços de televisão já era assunto na Assembléia Constituinte, em 1987. Segundo Scorsim e Schröder, havia uma corrente que defendia que o CCS deveria ser o órgão a fazer esse papel, seguindo os moldes do FCC. O projeto não vingou e o Conselho adquiriu um caráter opinativo e consultivo. "Somente por intermédio de alteração do texto constitucional é que seria possível atribuir essa competência regulatória sobre o setor", ilustra Scorsim.

De acordo com Carvalho, o Conselho em nenhum momento poderia substituir uma agência, que deve fiscalizar e propor políticas para o setor, amparada em uma legislação que defina claramente seu pa-

pel. Ele explica que um conselho, pela sua própria nomenclatura, é um instrumento auxiliar, que visa debater proposições e sugerir alternativas. Tanto Scorsim quanto Schröder defendem a modificação da lei que transformaria a Anatel em uma Agência Nacional de Comunicações com as características do FCC e demais. O fato de o Conselho não ter sido convocado é uma discussão de natureza política, define Carvalho. "Historicamente, o Congresso é muito mais suscetível aos apelos do empresariado da comunicação do que aos dos movimentos organizados, do cidadão que queira discutir".

Num ano em que eclodiu a questão da radiodifusão no Brasil, a ausência do Conselho se torna gritante, diz Berenice. "Sem a presença do CCS, montado por lei, funcionando plenamente, o Congresso fica sem instrumento de averiguação", atesta. "O Conselho faz falta para dar maior legitimidade a essas questões. O debate fica empobrecido", aponta Bayma. Eles concluem que o Conselho de Comunicação Social é uma conquista que precisa ser retomada.

Alguns organismos de regulação no mundo

FEDERAL COMUNICA- TIONS COMISSION (FCC) ESTADOS UNIDOS	CONSEIL SUPÉRIER DE L'AUDIOVISUEL FRANÇA	OFcom INGLATERRA	ERC PORTUGAL	Comfer ARGENTINA
FCC Federal Communications Commission	CONSEIL SUPPLIEUR DE L'AUDIOVISUEL RÉPUBLIQUE FRANÇAISE	OFFICE OF COMMUNICATIONS	ENTINATE SERVICAÇÃO SOCIAL	COMFER
Fundamento: Liberdade de Expressão	Fundamento: Liberdade de Comunicação	Fundamento: Liberdade de Expressão	Fundamento: Liberdade de Expressão e Comuni- cação	Fundamento: Liberdade de Informação
Cinco membros	Nove membros	Dez membros	Cinco membros	Sete membros
Indicação do presidente da República e ratificação pelo Senado	Três indicações do presidente, três indicações do presidente da Assembléia Nacional e três indicações do presidente do Senado	Indicação conjunta do secretário de Estado da Cultura, Mídia e Des- porto e do secretário de Estado do Comércio e da Indústria	Quatro indicações da Assembléia da República e a quinta indicação pelos membros do Conselho	Indicação Poder Executivo Nacional
Mandato de cinco anos	Mandato de seis anos	Mandato de três anos, renováveis por mais três anos	Mandato de cinco anos não renováveis	Mandato de três anos, reno- váveis por mais três anos
Competência para regular todas as modalidades de comunicação	Competência para regular os serviços de comunicação audiovisual	Competência para televi- são, rádio, telecomunica- ções e serviços de comu- nicação móvel	Competência para regular os serviços de radiodifusão e agências noticiosas	Competência para regular os serviços de rádio e televisão

Fonte: Dados oficiais de cada entidade.



TV Digital estréia para poucos

Alto custo e falta de abrangência restringem o acesso à nova tecnologia

Após 57 anos de existência da televisão no Brasil, foi inaugurada, no dia 2 de dezembro a TV digital. Como na estréia de 1950, o sistema digital também nasceu limitado. Na época, o empresário Assis Chateaubriand, o Chatô, fez a primeira transmissão para apenas 200 aparelhos, que ele mesmo havia comprado e espalhado pela cidade de São Paulo. Da mesma forma, ano passado, poucos puderam acompanhar o início das transmissões digitais. E, passados quase três meses, emissoras e fabricantes de equipamentos estimam em só 10 mil o número de domicílios que recebem a tecnologia. "A inauguração foi caricata. Passamos a tecnologia para ninguém", avalia o coordenador-geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Celso Schröder.

Devido aos altos custos, a televisão digital, em um primeiro momento, seguirá os passos da TV de Chatô, que em 1951 contava com apenas 7 mil aparelhos entre Rio de Janeiro e São Paulo. No entanto, na década de 1950 a televisão era uma novidade inigualável e, já em 1956, existiam 141 mil televisores no Brasil. Hoje, a maioria das pessoas não vê grandes mudanças com a introdução da TV digital, mesmo porque grande parte da possibilidade de interatividade foi excluída devido ao modelo adotado pelo governo. O presidente da Asso-

ciação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), Gabriel Priolli, comparou ainda a nova tecnologia com a introdução da televisão em cores no País. "Quando foi lançada a TV colorida, em 1972, houve grande entusiasmo, todos queriam. Esse desejo por um produto de maior qualidade impulsionou as vendas e propiciou a queda dos preços. Mas não vejo isso em relação à TV digital."

Até que o sinal seja liberado para outras regiões e os preços dos aparelhos conversores (que variam de R\$ 500,00 a R\$ 1.100,00, conforme o Sindicato de Aparelhos Elétricos, Eletrônicos e Similares do Amazonas) e dos próprios televisores sejam viáveis, somente os telespectadores da Grande São Paulo com alto poder aquisitivo conseguirão ver a TV digital. "Não houve discussão sobre a cadeia produtiva e hoje o custo para o cidadão é inviável, temos uma TV digital de ficção, uma tecnologia que emite, mas ninguém recebe", ressalta Schröder.

Na pressa de inaugurar a nova tecnologia, atendendo aos interesses dos radiodifusores, o governo abandonou os preceitos do Decreto 4.901/03 – que prevê interatividade, inclusão digital e inserção de novos atores na produção e propagação de conteúdo. O Decreto 5.820/2006, que instituiu o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SB- TVD-T), estabeleceu atribuições para o novo sistema que não condizem com as decisões tomadas anteriormente. "A convergência tecnológica acontece da pior maneira possível, sem nenhum controle social e público", analisa Schröder. Priolli considera que o Ministério das Comunicações, junto com empresários da radiodifusão e a indústria eletrônica, resolveram o que era bom para eles. "O resultado está aí, incompetente."

O modelo adotado, o japonês ISDB-T, responde prioritariamente às questões de imagem e mobilidade, deixando escapar pontos que contribuiriam para a inserção da sociedade no ambiente digital. De acordo com Marco Cepik, professor do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, essa escolha limita as opções tecnológicas, não permite autonomia no controle da tecnologia. "A televisão digital é um mecanismo de serviços que vai além do entretenimento", sintetiza.

Ainda parodiando o sistema do Chatô, Schröder destaca que a TV digital se inicia desregulamentada, desamparada legalmente. "A convergência não está prevista em lei nenhuma", conclui, defendendo, porém, que com um novo marco regulatório será possível organizar o sistema, que já se iniciou "atravessado".

Cronograma para o inío	nograma para o início da transmissão do sinal da TV digital por região*			
02 dez 2007	GRANDE SÃO PAULO			
jan 2008 a jan 2010	GERADORAS DE BELO HORIZONTE, BRASÍLIA, RIO DE JANEIRO, SALVADOR E FORTALEZA			
mai 2008 a mai 2010	GERADORAS DE BELÉM, CURITIBA, GOIÂNIA, MANAUS, PORTO ALEGRE E RECIFE			
set 2008 a set 2010	GERADORAS DE CAMPO GRANDE, CUIABÁ, JOÃO PESSOA, MACEIÓ, NATAL, SÃO LUÍS E TERESINA			
jan 2009 a jan 2011	GERADORAS DE ARACAJU, BOA VISTA, FLORIANÓPOLIS, MACAPÁ, PALMAS, PORTO VELHO, RIO BRANCO E VITÓRIA			
mai 2009 a mai 2011	DEMAIS GERADORAS			
jun 2009 a jun 2011	RETRANSMISSORAS (CAPITAIS E DF)			
jul 2011 a jun 2013	RETRANSMISSORAS (OUTRAS LOCALIDADES)			
*Conforme o Fórum Brasileiro do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD).				

Crítica e intervenção formam ouvintes no Ceará

Voz ativa nas programações, qualidade e democracia na concessão das ondas do rádio. Essas são as inspirações da Associação dos Ouvintes de Rádio do Ceará (Aouvir), uma comunidade criada há três anos. A partir de Fortaleza, o núcleo avalia a qualidade e o caráter das programações das rádios AM do Estado e tenta interferir no processo.

A iniciativa de formar uma associação para lutar por qualidade e democracia no rádio, para desvinculá-lo de interesses políticos e econômicos, teve início em junho de 2003, após o I Encontro de Ouvintes de Rádio, promovido pelo professor e radialista Francisco Djacyr Silva de Souza, hoje presidente da Aouvir. Nesse encontro, conta Francisco, foi percebida a necessidade de uma organização que acompanhasse as programações AM e trabalhasse pelo respeito ao ouvinte.

A Aouvir é uma entidade sem fins lucrativos que conta atualmente com cerca de 100 membros de diferentes parcelas da sociedade: professores, advogados, radialistas, jornalistas, padres, aposentados, comunidade em geral. A entidade não possui vinculação com partido político. O principal critério para participar é gostar de rádio. É o caso de José Ribeiro dos Santos, 80 anos, agricultor semi-alfabetizado, rádio-ouvinte desde o final da 2^a Guerra Mundial, guando andava 8 guilômetros em cima de um jumento para ouvir as notícias sobre o fim da guerra. "Eu tinha 18 anos e voltava todo entusiasmado com as ações da Força Expedicionária Brasileira", conta José, que hoje participa da Aouvir. "O que eu acho melhor nessa associação é a integração dos ouvintes dos mais diversos segmentos da sociedade. Nos encontramos a cada 15 dias e aprendemos muita coisa."

A associação divide a grade de programação das 10 emissoras AM de Fortaleza entre os seus membros, que discutem nas reuniões o que observaram em suas escutas. O trabalho também alcança ouvintes que não participam da associação, mas querem expor suas críticas, descontentamentos, A Aouvir acolhe a denúncia, verifica e a leva ao diretor da rádio. Caso não tenha sucesso, encaminha à Anatel, ao Ministério Público e aos órgãos de defesa do consumidor.

Além do ouvido

O trabalho da associação vai além da análise dos conteúdos difundidos porque inclui a informação. Busca instruir seus membros por meio da leitura e da discussão de artigos e pesquisas sobre rádio. "Geralmente, o concessionário pensa que a rádio é dele. Então, acha que pode fazer o que quiser. Ainda há muito a ser feito para que o rádio se torne mais democrático", salienta Djacyr, ob-

va a liberdade de imprensa e o direito de expressão. Atualmente, as rádios já compreendem melhor a finalidade da Aouvir. Na opinião da jornalista Cristiane Bonfim, secretária-geral do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado do Ceará, a participação organizada dos ouvintes de rádio pode contribuir efetivamente para melhorar a programação das emissoras e o trabalho jornalístico veiculado nelas. "Acredito que associações como a Aouvir exerçam um papel fundamental, junto com o Sindicato dos Jornalistas, na formação de ouvintes mais críticos, na discussão permanente sobre a qualidade do conteúdo dos programas e na inserção constante de pautas rela-





Integrantes da Aouvir visitam rádios, promovem debates e analisam a programação das emissoras.

servando que em quase quatro anos de existência, o trabalho da Aouvir já surte efeito, perceptível em algumas mudanças nas programações e maior espaço ao ouvinte. O comportamento dos radialistas também sofreu algumas alterações, avalia Djacyr, com profissionais demonstrando "mais cuidado ao emitir juízos de valores e opiniões, evitando o uso de palavras vulgares". Outras conquistas, segundo o presidente da associação, foram o lançamento da Cartilha do Ouvinte, que instrui e incentiva o gosto pelo rádio, e a criação do Dia do Ouvinte de Rádio. A data, comemorada no dia 21 de setembro, já se tornou lei municipal.

Hoje, a Aouvir conta com o apoio do Sindicato dos Jornalistas do Ceará e o reconhecimento de algumas rádios. Em um primeiro momento, alguns radialistas achavam que a associação cerceacionadas à cidadania e à cultura, entre outros temas relevantes", destaca.

O reconhecimento perante a sociedade é possível por meio dos constantes trabalhos de mobilização junto aos ouvintes, visitas às rádios e conversas com os radialistas. As atividades já se multiplicam: na capital maranhense, São Luís, também foi criada uma associação de ouvintes de rádio, nos mesmos moldes.

Como grande parte das associações, o maior obstáculo da Aouvir é financeiro. "Trabalhamos com certa dificuldade por causa dos poucos recursos. Não estipulamos valores. Qualquer quantia é importante", explica Luís Fernando Evangelista Ferreira, vice-presidente da entidade. E o grupo não desanima: "Pretendemos lançar o livro do ouvinte, com os artigos que os ouvintes escrevem, e também o CD", adianta.



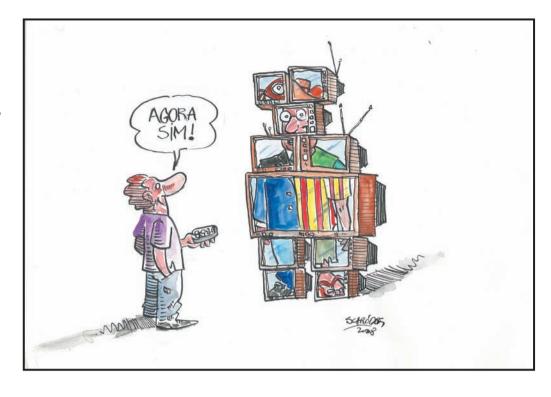
Abraço realizou seu sexto Congresso

O VI Congresso Nacional da Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (Abraço), realizado no final do ano passado (14 a 16 de dezembro), em Brasília, escolheu a nova diretoria da entidade e discutiu os planos e os rumos que pretende seguir. Estes passam pela reestruturação interna da associação, sua participação efetiva na construção da Conferência Nacional de Comunicação e a promoção de uma ação objetiva pela reformulação na lei 9.612/1998, que regulamenta a radiodifusão comunitária.

O novo coordenador executivo eleito da Abraco é José Luiz do Nascimento Sóter. A nova diretoria é formada por losé Luiz do Nascimento Sóter (DF) - Executiva; Josué Franco Lopes (RS) - Comunicação e Marketing; Rebeca de Oliveira (PE) - Formação e Inovação Tecnológica; Cícero Batista Araújo Rola (DF) - Financeira; João Carlos Santin (SC) - Jurídica e Estudos Socioeconômicos; Roberto Rômulo de Melo Gadelha (PA) - Relações Institucionais e Internacionais; Dulce Leite Fontes (BA) - Regionais; Raob Napoleão de Assunção (PE) - Organização e Mobilização.

FSM em diáspora

O Fórum Social Mundial (FSM), neste ano, foi realizado no dia 26 janeiro, em novo formato, descentralizado. Um Dia Mundial de Ação Global foi organizado em diversas localidades do mundo para marcar a 8^a Edição do FSM. O objetivo dessa diáspora é expandir e dar densidade ao processo



de construir a idéia de que "Um outro mundo é possível". As atividades, no Brasil, incluíram ações pela democratização da comunicação, destacando o papel do setor como instrumento político de formação e manutenção da cidadania. O Conselho Federal de Psicologia (CFP) - ligado ao Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) - lançou um manifesto pela democratização da comunicação durante o evento. A leitura do documento foi feita pelos Conselhos Regionais de Psicologia das cidades de Curitiba, Belo Horizonte, Brasília e Rio de Janeiro.

Cândido Grzybowski, diretor do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e integrante do Comitê Internacional do FSM, avaliou que o Dia de Ação Global foi fundamental para "o senso de que somos cidadãos do mundo, identificados com a luta, mesmo em dimensões diferentes, de que um outro mundo é possível", disse. Ao todo, participaram 72 países. No Brasil, 19 estados realizaram atividades. Segundo o escritório brasileiro do FSM, houve cerca de 800 manifestações ao redor do mundo, numa ação paralela ao Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça.

9° Fórum Internacional de Software Livre

O Fórum Internacional de Software Livre (Fisl), considerado um dos principais espaços para a discussão técnica, política e social sobre os programas em computação com o código aberto, chega a sua nona edição este ano. Ocorrerá entre os dias 17 a 19 de abril, no Centro de Eventos Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre. O evento propicia o encontro de criadores e usuários da tecnologia, em nível individual e institucional. As inscrições para o Fisl9.0 podem ser feitas no site: www.fisl.org.

br. Após o dia 11 de abril, as inscrições só serão aceitas na Secretaria do Fisl9.0, no Centro de Eventos PUCRS, em Porto Alegre. Alguns dos palestrantes confirmados: Randal Schwartz - administrador de Sistemas e escritor de diversos livros sobre Perl. É co-fundador da comunidade Perl Mongers. Bram Moolenaar - engenheiro de Software, trabalha para o Google, em Zurique. Criou o editor de textos VIM, um dos mais utilizados no sistema Unix no mundo inteiro. Ken Coar - um dos principais desenvolvedores do Apache, servidor http mais utilizado na internet. Trabalha para o Linux Technology Center, da IBM. Zaheda Bhorat - conhecida por seu trabalho na comunidade OpenOffice.org, trabalha para o Google. Rishab Ghosh - Diretor da Open Source Initiative. Fundador e gerente de edição do jornal First Monday e programme leader para Software Livre na UNU-MERIT.

Olhos e ouvidos atentos - 147 emissoras devem renovar outorga neste ano





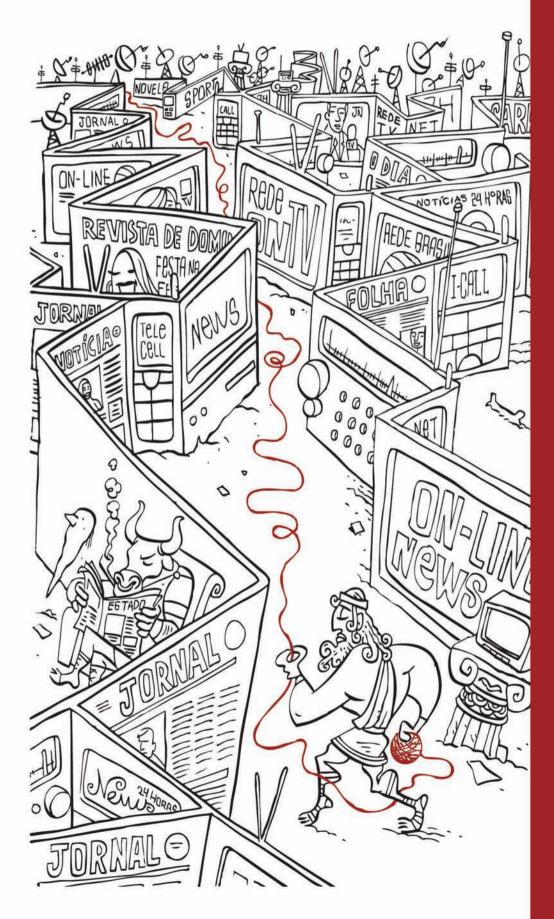






SERVIÇO	ENTIDADE	LOCALIDADE	VALIDADE		SERVIÇO	ENTIDADE	LOCALIDADE	VALIDA
	TV JUIZ DE FORA LTDA	Juiz de Fora/MG	26/03/2008			RADIO DIFUSORA DE FERNANDOPOLIS LTDA	Fernandópolis/SP	
	TELEVISAO CHAPECO S/A		17/08/2008			FUNDAÇÃO PADRE KOLBE DE RADIO ETELEVISÃO	Mauá/SP	04/10/20
	RADIO JUTANOPOLIS DE MANACAPURU LTDA		22/12/2008		OM	RADIO PRINCESA MONTE AZUL LTDA	Monte Azul Paulista/SP	04/10/20
	RADIO SUBAE LTDA	Feira de Santana/BA	19/09/2008		OM	RADIO DIARIO DE PRESIDENTE PRUDENTE LTDA	Presidente Prudente/SP	20/01/20
	RADIO BAHIANA DE ITABERABA LTDA	Itaberaba/BA	31/07/2008			RADIO VALE DO TIETE DE SALTO LTDA	Salto/SP	15/09/20
	RADIO VALE DO COREAU LTDA		05/10/2008	100		CENTRAL SAO CARLOS DE COMUNICACAO LIDA	São Carlos/SP	08/09/20
	RADIO MACAMBIRA LTDA	lpueiras/CE	05/10/2008		OM	RADIO COSTA AZUL ETDA	Ubatuba/SP	19/06/20
OM	FUNDAÇÃO RAINHA DA PAZ	Brasilia/DF	03/10/2008		OM	RADIO ARAGUAIA LTDA	Araguaina/T0	05/04/20
	RADIO BRASILIA LTDA		04/10/2008			ALAGOAS RADIO ETELEVISAO LTDA	Maceió/AL	19/09/20
OM	FUNDAÇÃO SANTA TEREZINHA	Cachoeiro de Itapemirim/ES			FM	PENEDO COMUNICACOES LIDA	Penedo/AL	05/09/20
OM	CULTURA COMUNICACOES LTDA	Linhares/ES	11/08/2008		FM FM	REDE DE RADIODIFUSAO NOVIDADE TECNICA LIDA	Manaus/AM	25/08/20
OM	RADIO ELDORADO DE MINEIROS LTDA RADIO POUSO ALTO LTDA	Mineiros/GO	16/06/2008		FM FM	TROPICAL RADIODIFUSAO LIDA	Macapá/AP	25/08/20
OM	FUNDAÇÃO CULTURAL SANTA HELENA	Piracanjuba/G0 Santa Helena de Goiás/G0	06/04/2008 10/08/2008			SISTEMA MINEIRO DE RADIODIFUSAO LTDA RADIO FM DO SUDOESTE LTDA	Itanhém/BA Vitória da Conquista/BA	05/09/20
OM	RADIO PEROLA DO TURI LIDA	Santa Helena/MA	19/07/2008			FM MAIOR DE ARACATI LTDA	Aracati/CE	13/09/20 18/05/20
OM	RADIO VITORIA LTDA	Vitória do Mearim/MA	08/08/2008			FM JANGADEIRO LTDA	Fortaleza/CE	30/06/20
OM	SOCIEDADE DIFUSORA DE CORINTO LTDA	Corinto/MG	09/02/2008		FM	CAMARA DOS DEPUTADOS	Brasilia/DF	23/01/20
OM	RADIO JURITI DE PARACATU LTDA	Paracatu/MG	06/05/2008			CSR - CENTRAL SISTEMA DE RADIODIFUSAO LIDA	Formosa/GO	31/08/20
OM	RIMA COMUNICACOES LTDA	Várzea da Palma/MG	31/10/2008			FENIX RADIO FM LTDA	Ipameri/GO	30/09/20
OM	RADIO METROPOLITANA DE VESPESIANO LTDA	Vespasiano/MG	19/08/2008		FM	EXPRESSO FM E RADIODIFUSAO LTDA	Campos Altos/MG	14/09/20
OM	RADIO BELA VISTA LIDA	Bela Vista/MS	20/09/2008		FM	RADIO COLONIAL LIDA	Congonhas/MG	31/08/20
OM	RADIO PRINCESA DO VALE DE CAMAPUA S/C LTDA	Carnapua/MS	12/08/2008		FM	RADIO TROPICAL DE DIONISIO LTDA	Dionisio/MG	09/08/20
	SOCIEDADE CAMPOGRANDENSE DE RADIODIFUSAO LIMITADA		14/03/2008			RADIO CENTENARIO FM LTDA	Frutal/MG	19/09/20
OM	EMPRESA DE RADIODIFUSAO TUPINAMBAS LTDA	Dourados/MS	04/10/2008			RADIO DIFUSORA DE POCOS DE CALDAS LTDA	Poços de Caldas/ MG	27/06/20
OM	REDE GUALCURUS DE RADIO E TELEVISAO LIDA	Fátima do Sul/MS	13/07/2008			FUNDAÇÃO RADIO EDUCATIVA UBERABA	Uberaba/MG	12/01/20
OM	RADIO REGIONAL DE FATIMA DO SUL LIDA	Fátima do Sul/MS	02/10/2008	100	FM:	SUPER SOM UBERABA FM LTDA	Uberaba/MG	02/09/20
OM	RADIO DIFUSORA PARANAIBENSE LTDA	Paranaiba/MS	10/01/2008		FM:	RADIO FM CONCORDIA LIDA	Três Lagoas/MS	04/02/20
OM	RADIO CAMPO ALEGRE LTDA	Rio Verde de Mato Grosso/MS		100	FM	SOM TRES RADIODIFUSÃO LTDA	Três Lagoas/MS	11/02/20
OM	SOCIEDADE RADIO PINDORAMA LTDA	Sidrolandia/MS	01/03/2008		FM.	RADIO PEROLA FM LTDA	Bragança/PA	13/09/20
OM	SOCIEDADE RADIO VILA REAL LIDA	Cuiabá/MT	08/11/2008		FM	RADIO ETELEVISAO JARANA LIDA	Paragominas/PA	12/08/20
OM	SOCIEDADE RADIO EDUCADORA DE JUINA LTDA	Juina/MT	26/09/2008			RADIO DIFUSORA FM DE PARAGOMINAS LTDA	Paragominas/PA	31/08/20
OM	RADIO SORRISO LTDA	Sorriso/MT	14/01/2008		FM	RADIO FM TURQUESA LTDA	Astorga/PR	28/01/20
	RADIO MORENO BRAGA LTDA	Vigia/PA	30/09/2008		FM	RADIO YARA LTDA	Bandeirantes/PR	28/04/20
	RADIO CULTURA DOS PALMARES S/A	Palmares/PE	13/09/2008			RADIO FRONTEIRA OESTE LTDA	Barracão/PR	29/09/20
	RADIO CULTURA DE CANDIDO DE ABREU LTDA.	Cándido de Abreu/PR	27/01/2008			GUIMARAES, AGOSTINHO & CIA LTDA	Cianorte/PR	30/09/20
	RADIO DIFUSORA AMERICA DE CHOPINZINHO LTDA	Chopinzinho/PR	20/01/2008		FM	FM RADIO PEROLA DO SUL LIDA	Irati/PR	14/06/20
	FUNDAÇÃO NOSSA SENHORA DE FATIMA	Cianorte/PR	07/08/2008			RADIO DIFUSORA DO PARANA LTDA	Marechal Cândido Rondon/PR	
OM	RADIO VOZ DO SUDOESTE LTDA	Coronel Vivida/PR	14/06/2008			RADIO INTEGRACAO CIDADE DE MEDIANEIRA FM LTDA	Medianeira/PR	30/03/20
OM	RADIO ETELEVISAO EDUCATIVA DO PARANA TVE	Curitiba/PR	23/11/2008			RADIO FM 95 STEREO LTDA	União da Vitória/PR	14/06/20
OM	RADIO COMUNICADORA DE FOZ DO IGUACU LTDA	Foz do Iguaçu/PR	17/06/2008			FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DOM PEDRO FELIPAK	Wenceslau Braz/PR	23/02/20
OM	RADIO GUARANIACU LTDA	Guaraniacu/PR	06/12/2008	100		RADIO O DIA FM LTDA	Rio de Janeiro/RJ	25/08/20
	RADIO EDUCADORA DE LARANJEIRAS DO SUL LTDA	Laranjeiras do Sul/PR	10/12/2008	100		RADIO SOCIEDADE DE VOLTA REDONDA LTDA	Volta Redonda/RJ	25/08/20
	FUNDACAO CULTURAL NOSSA SENHORA			100		RADIO FM TRAMPOLIM DA VITORIA LTDA	Pamamirim/RN	25/08/20
	DA GLORIA DE MARINGA	Mandaguaçu/PR	04/11/2008			LAGOA RADIODIFUSAO LTDA	Barra do Ribeiro/RS	08/09/20
	RADIO INDEPENDENCIA DE MEDIANEIRA LTDA	Medianeira/PR	03/03/2008			RADIO DIFUSAO SUL RIOGRANDENSE LIDA	Erechim/RS	17/03/20
	RADIO PLACAR LTDA	Ortiqueira/PR	07/07/2008			MASTER RADIODIFUSAO LTDA	Guaiba/RS	05/09/20
	RADIO POEMA DE PITANGA LTDA	Pitanga/PR	12/05/2008			RADIO EDUCADORA DE GUAIBA LTDA	Guaíba/RS	03/10/20
	RADIO BROTENSE LTDA	Porecatu/PR	19/06/2008			RADIO CULTURA DO VALE LTDA	Montenegro/RS	06/09/20
	RADIO PRINCESA DE RONCADOR LTDA	Roncador/PR	05/10/2008			DIGITAL RADIODIFUSAO LTDA	Porto Alegre/RS	13/07/20
	RADIO DIFUSORA DE SAO JORGE DO OESTE LTDA	São Jorge d'Oeste/PR	20/10/2008			RADIO SANANDUVA LTDA	Sananduva/RS	25/03/20
	SOCIEDADE DE RADIODIFUSÃO PADRE EDUARDO LTDA	Terra Rica/PR	14/06/2008			RADIO PAMPA CENTRO LIDA	Santa Maria/RS	
	RADIO EDUCADORA INCONFIDENCIA DE UMUARAMA LTDA.					RADIO QUERENCIA FM LTDA	São Gabriel/RS	12/02/20
	SISTEMA RESENDENSE DE COMUNICAÇÃO LTDA	Resende/RJ				RADIO UMBU FM LTDA	Sobradinho/RS	
	RADIO CONTEMPORANEA LTDA	Rio de Janeiro/RJ	04/10/2008	100		RADIO ATLANTIDA FM DETRAMANDAI LTDA	Tramandai/RS	09/02/20
OM	SOCIEDADE STEREOSUL DE RADIODIFUSAO LTDA	Volta Redonda/RJ	11/10/2008			RADIO MENINA TROPICAL FM LTDA	Blumenau/SC	18/09/20
	RADIO PRINCESA DO VALE LTDA	Açu/RN	29/08/2008			RADIO DIPLOMATA DE BRUSQUE LTDA	Brusque/SC	05/09/20
	SOCIEDADE RADIO DIFUSORA ALEGRETENSE LTDA	Alegrete/RS	06/07/2008			RADIO CACADOR LTDA	Caçador/SC	
	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOM JESUS	Bom Jesus/RS				SOCIEDADE RADIO FUMACENSE LTDA	Morro da Furnaça/SC	
	EMPRESA CAPONENSE DE RADIODIFUSAO AM LTDA	Capão da Canoa/RS	25/02/2008			FUNDAÇÃO RADIO FM LUZ EVIDA	Orleans/SC	20/09/20
	RADIO ATLANTICA DE CONSTANTINA LIDA	Constantina/RS	25/08/2008			PREFEITURA MUNICIPAL DE ADAMANTINA	Adamantina/SP	
	RADIO GUARITA LIMITADA	Coronel Bicaco/RS	16/06/2008			RADIO CLUBE DE BOTUCATU LTDA	Botucatu/SP	15/09/20
	RADIO PLANETARIO LTDA	Espumoso/RS	23/02/2008			REDE CENTRAL DE COMUNICAÇÃO LTDA	Campinas/SP	
			17/02/2008			RADIO LIBERAL FM LTDA	Dracena/SP	15/09/20
	RADIO PITANGUEIRA LTDA	Itaqui/RS	05/10/2008			VIP RADIO E TELEVISAO LTDA	Itanhaém/SP	15/09/20
	GAZETA COMUNICACOES LTDA	Santa Cruz do Sul/RS	28/04/2008			RADIO FM CIDADE ITIRAPINA LTDA	Itirapina/SP	14/09/20
	RADIO QUERENCIA DE SANTO AUGUSTO LTDA	Santo Augusto/RS				RADIO REGENCIA FM LTDA	Lins/SP	30/09/20
	EMPRESA JORNALISTICA					RADIO INDEPENDENCIA FM LUCELIA LTDA		25/08/20
	E DE RADIODIFUSAO ACORIANA - EJORA	Taquari/RS	01/09/2008			RADIO STUDIO 1 FM LTDA	Mirassol/SP	
	FUNDAÇÃO EDUCACIONAL UNIÃO DA SERRA	Veranópolis/RS	30/01/2008			DIFUSORA MOGIANA COMUNICAÇÃO LTDA	Ribeirão Preto/SP	30/09/20
	RADIO CAIBI LTDA	Caibi/SC	19/09/2008			RADIO DO LESTE PAULISTA LTDA	São João da Boa Vista/SP	15/09/20
	RADIO BARRIGA VERDE CAPINZAL LTDA	Capinzal/SC	25/10/2008	100		SISTEMA MERIDIONAL DE RADIODIFUSAO LTDA	Sorocaba/SP	30/06/20
	RADIO CIDADE LTDA	São Miguel do Oeste/SC	04/10/2008			RADIO TAQUARA BRANCA LTDA	Taquaritinga/SP	12/02/20
	RADIO EDUCADORA DE TAIO LTDA	Taió/SC	10/02/2008			RADIO PADRE LUSO LTDA.	Porto Nacional/TO	28/04/20
	RADIO IORNAL DE RARRETOS OM LTDA	Rarretos/SP	22/02/2008			IMPERIAL COMUNICACOES LTDA	Porto Nacional/TO	01/07/20

PARA NÃO PERDER O FIO DA MEADA NESTE LABIRINTO



Conheça como são elaboradas as políticas públicas que regem o setor da comunicação no Brasil. Quem sai ganhando com o esvaziamento do potencial crítico à informação? Se a comunicação 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