

**TESES
DA**



Associação das Rádios Públicas do Brasil

**PARA
A
I CONFECOM**

A ARPUB E A I CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO

APRESENTAÇÃO DAS TESES

O Governo Federal convocou, em Decreto de 16 de abril de 2009, a I Conferência Nacional de Comunicação, a ser realizada em dezembro deste ano (inicialmente prevista para 01, 02 e 03, recentemente adiada para 14, 15, 16 e 17). A ARPUB entende que esta foi uma vitória da pressão da sociedade civil não empresarial, que há muitos anos defendia essa bandeira, e mais particularmente nos últimos 03 anos organizou-se numa Comissão Nacional Pró I Conferência de Comunicação CNPC) e, a partir daí ajudou a organizar inúmeras Comissões Estaduais, eventos multi-mídia, seminários, oficinas, audiências públicas, abaixo-assinados, manifestações, atos públicos, reuniões e debates, como forma de pressionar o Poder Público a convocar a I CONFECOM.

Não é à toa que, esta I CONFECOM é uma das últimas a ser convocada pelo atual Governo Federal. A resistência exercida pelo poder econômico, através dos empresários do setor, mostrou que esta é uma questão polêmica, um campo em disputa, e que os 'barões da mídia' fizeram de tudo para tentar impedir ou inviabilizar a iniciativa. A pressão do setor empresarial foi tanta (incluindo o abandono intempestivo da maioria das entidades empresariais dos trabalhos da Comissão Organizadora Nacional), que o próprio Governo Federal terminou aceitando parte dessa chantagem e impondo ao conjunto da sociedade civil não empresarial regras bastante desvantajosas e draconianas, ao apoiar um Regimento Interno que em muito limita e engessa as possibilidades dessa I CONFECOM, como o percentual de 40% de delegados para o setor empresarial (como se eles representassem a metade da sociedade civil), e a obrigatoriedade de que qualquer proposta para ser aprovada na I CONFECOM deve ter no mínimo 60% dos votos e pelo menos 01 voto de cada setor envolvido. Tudo isso nos levou a entender a I CONFECOM como mais uma etapa da nossa luta pela democratização da comunicação. É uma etapa importante, sem dúvida, mas ela não é o início de uma luta que começou muito antes, e tampouco será o fim, pois não acreditamos que ela seja a solução para todos os desafios que a comunicação tem em nosso país.

Apesar disso, a ARPUB não deixou de participar do processo de preparação e mobilização da I CONFECOM. Produzimos e divulgamos spots especiais em nossas emissoras filiadas, fizemos matérias jornalísticas e entrevistas, cobrindo os principais eventos de preparação da I CONFECOM, ao longo desses últimos 02 anos, produzimos programas de debate e radiodocumentários, criamos um link em nosso site para o tema, participamos das reuniões da CNPC, ajudamos a organizar o movimento em vários Estados, como BA, RJ, DF, SE, entre outros, e estivemos presentes em inúmeros eventos institucionais lutando pela I CONFECOM. Agora, quando se aproxima o momento decisivo, com as Conferências Estaduais já agendadas, e a própria I CONFECOM remarcada para 14 a 17 de dezembro, a ARPUB lança suas 10 teses para o debate, aprovadas recentemente no III Encontro Nacional das Rádios Públicas (22 e 23 de dezembro).

A ARPUB não tem a pretensão de inventar a roda, ao divulgar suas teses. Como todos poderão ver, nossa preocupação foi a de sistematizar um diagnóstico de alguns aspectos importantes do setor da comunicação, junto com algumas propostas que já são históricas do movimento pela democratização da comunicação em nosso país. Nosso espírito é de contribuir com propostas de conteúdo, buscando ajudar o movimento a sair de um debate muito organicista

que predominou nos últimos meses, onde privilegiamos nos debruçar sobre as minúcias das regras da I CONFECOM, ao invés de priorizar o debate de conteúdo. Ao fazermos isso, assim como muitas outras entidades passarão a fazê-lo a partir de agora, acreditamos que estaremos dando a nossa pequena contribuição para colocar a política no posto de comando desse processo. Nosso roteiro de teses, num primeiro momento, optou por focar nossa contribuição em 10 temas que consideramos essenciais de serem debatidos e aprofundados ao longo da I CONFECOM, a saber: 1) Comunicação pública; 2) Comunicação comunitária; 3) Oligopólio e política de concessões; 4) Conselhos e ferramentas de controle público; 5) Regionalização da produção cultural, artística e jornalística; 6) Lei de Imprensa; 7) Regulamentação da Internet; 8) Por uma publicidade mais cidadã; 9) Rádio digital; 10) Direitos autorais.

Ao lançarmos nossas teses queremos dialogar o mais profundamente com todos os setores da sociedade civil organizada, principalmente não empresarial, com o objetivo de irmos construindo, nos próximos 60 dias, amplos consensos em torno desses e de outros temas que sejam considerados importantes por estes setores, de tal forma a chegarmos às vésperas da I CONFECOM com um razoável grau de unidade interna entre o conjunta das entidades que representam estes setores.

Como já dissemos, não temos grandes ilusões quanto ao resultado a ser conquistado nesta I CONFECOM. Mas, acreditamos que, com um pouco de tenacidade, capacidade de organização e espírito de trabalho coletivo, podemos sim atingir alguns objetivos concretos ao longo desse processo: a) Popularizar o tema da comunicação, enraizando-o na sociedade, tornando-o parte da agenda política do país, principalmente a partir de 2010; b) Elevar o nível de consciência e de organização da nossa sociedade na luta pelo direito à comunicação; c) Sinalizar uma estratégia de construção de um novo marco regulatório sobre a comunicação social em nosso país. Isso dependerá da nossa capacidade de trabalho e mobilização nos próximos 45 dias. No mais, vamos à luta!

Abrços a todos.....!!!

Orlando Guilhon
Presidente da ARPUB

1. PELO FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Considerando que:

- A Constituição Federal estabelece, no caput de seu art. 223, o princípio da complementariedade dos sistemas privado, público e estatal no serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens...
- O sistema privado é amplamente predominante em nosso país, chegando a representar cerca de 95% do setor do serviço de radiodifusão, gerando uma hipertrofia desse setor em detrimento dos demais, configurando um verdadeiro quarto poder da República...
- O sistema público ainda se confunde com o sistema estatal em nosso país, carecendo de mecanismos que garantam a sua autonomia e independência, frente aos poderes públicos...
- A criação da EBC – Empresa Brasil de Comunicação, através da Lei 11.652/08, representou um avanço na construção de um verdadeiro sistema público de comunicação, e uma importante contribuição para um marco regulatório da comunicação pública...

Propomos:

- O fortalecimento das empresas de comunicação pública em nosso país, sejam federais, estaduais ou municipais, e em particular do projeto da EBC – Empresa Brasil de Comunicação, aperfeiçoando seu marco regulatório, no sentido de garantir cada vez mais controle público, e de dotar a EBC de uma estrutura organizacional mais ágil e eficiente, como forma de garantir um contraponto ao excessivo poder das empresas privadas do setor...
- A regulamentação do artigo 223 da Constituição Federal, que estabelece a complementariedade dos sistemas de comunicação, privado, estatal e público, no sentido de criar mecanismos que garantam um certo equilíbrio entre estes sistemas, e apontando um prazo de 10 anos para que este equilíbrio seja isonômico (33% para cada setor)...
- Maiores investimentos de recursos públicos no setor da comunicação pública, diversificando as alternativas no âmbito do modelo de investimento, de tal forma a garantir maior robustez ao setor, mas também maior independência e autonomia frente aos poderes públicos...
- O estabelecimento de percentuais mínimos de alocação de verbas de publicidade de entes públicos (federais, estaduais e municipais) nos meios públicos de comunicação, rompendo com a cultura perversa de priorizar o investimento dessas verbas públicas nos principais conglomerados privados de comunicação...
- Uma rápida e firme decisão do Poder Judiciário Federal no sentido de reconhecer a legalidade e a legitimidade da EBC utilizar os recursos públicos oriundos do FISTEL, e na regulamentação do Fundo de Fomento da Comunicação Pública, para com esses recursos poder repassar para as demais empresas públicas estaduais e municipais, incluindo aí as

autarquias e fundações, a partir de critérios regulamentados em Lei especial, e com isso alavancar a construção de um verdadeiro sistema público nacional...

- O aperfeiçoamento de mecanismos e ferramentas de controle público no âmbito das empresas de comunicação pública, sejam federais, estaduais ou municipais, tais como conselhos, audiências públicas, ombudsmans, ouvidorias, agências reguladoras, etc, como forma de aprofundar e consolidar em nossa sociedade uma cultura de maior controle social sobre os meios de comunicação públicos...
- A construção de um verdadeiro sistema público nacional de comunicação, de caráter horizontal, que, embora possa ter a EBC como sua coluna vertebral, garanta a diversidade de produção e conteúdo, reconhecendo a pluralidade de atores (nacionais, estaduais e municipais) envolvidos nesse processo...
- Uma maior agilidade e eficiência por parte do MiniCom no processo de concessões e renovações de outorgas para rádios e tv's educativas, com regras mais claras e transparentes, acompanhamento desses processos por comissão representativa da sociedade civil (com participação da ARPUB e da ABEPEC), e imediato recadastramento de todas as outorgas existentes de rádios e tv's educativas, com maior rigor na aplicação dessas regras...
- Ampliação do atual espectro da faixa de rádios AM de 1.660 para 1.720, dedicando esta ampliação a novos atores da comunicação pública...
- O fortalecimento das principais entidades associativas de empresas de comunicação pública, em particular da ABEPEC e da ARPUB, como forma de ajudar a consolidar a representação institucional das emissoras públicas de tv e de rádio em nosso país...
- A realização de novas versões do Fórum Nacional de TVs Públicas e do Fórum Nacional de Rádios Públicas, como espaço privilegiado de discussão e elaboração de políticas públicas para este setor...

◦
◦

2. PELO FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

Considerando que:

- A partir da última década de 90 fortaleceu-se em nosso país o movimento das rádios e tv's comunitárias, como expressão legítima de garantia do direito democrático à comunicação dos setores mais marginalizados da nossa sociedade...
- A Lei 9.612/98, que instituiu o Serviço de Radiodifusão Comunitária configura uma legislação restritiva e insuficiente, incapaz de dar conta do real cenário e da riqueza deste serviço das rádios comunitárias, impondo limites de potência, de altura de antena e de abrangência de frequência, além de criar restrições à formação de redes e a formas de financiamento ...
- Além da legislação restritiva, essas emissoras comunitárias são obrigadas a enfrentar um burocrático e demorado processo de legalização frente ao MiniCom, que por falta de estrutura e capacitação termina por levar anos para legalizar definitivamente essas emissoras...
- Inúmeras emissoras de rádios comunitárias continuam sofrendo os efeitos de uma política de repressão e intimidação, articulada a partir da ANATEL, com o apoio do MiniCom e da Polícia Federal, política essa que tem levado ao fechamento de centenas de rádios comunitárias pelo país a fora, com a apreensão de seus equipamentos e indiciamentos de seus militantes, enquanto centenas de emissoras privadas continuam funcionando com suas outorgas vencidas...
- As TV's comunitárias encontram-se confinadas ao espectro das TV's por Assinatura, não tendo acesso ao grande público telespectador, por meio de sinal aberto...

Propomos:

- Uma nova legislação para o Serviço de Radiodifusão Comunitária, que não apenas discriminalize essa prática, como aumente os limites de potência, altura de antena e abrangência da área de cobertura, e minimize as restrições às formas de financiamento e à formação em rede dessas emissoras, além de aumento de canais dedicados à radiodifusão comunitária...
- A criação de um Fundo Público Especial de Fomento à Radiodifusão Comunitária, que garanta inclusive a migração do padrão analógico para o padrão digital neste segmento, como forma clara e inequívoca do poder público fortalecer a democratização da comunicação em nosso país, reconhecendo a comunicação comunitária como parte do campo público da comunicação...
- O fortalecimento das entidades associativas da comunicação comunitária, em particular da ABCCOM, ABRAÇO e AMARC, e outras entidades estaduais, como forma de consolidar o espaço institucional conquistado por estas entidades como verdadeiras interlocutoras

deste campo...

- O acesso das TV's comunitárias a um canal aberto de TV, o canal da cidadania previsto no projeto de TV digital do país, e em fase de regulamentação através do PL 483/08, de autoria do Senador Renato Casagrande (PSB-ES), buscando oferecer tal serviço para a grande maioria dos municípios brasileiros, e garantindo ao menos um canal comunitário entre os 04 canais públicos previstos na TV digital brasileira...
- O fim imediato da política de repressão e intimidação às rádios comunitárias, comandada por órgãos federais como a ANATEL, MiniCom e Polícia Federal, com imediata anistia aos indiciados, devolução dos equipamentos ilegalmente apreendidos, ou indenização por equipamentos danificados...
- Maior rapidez e eficiência no processo de legalização das emissoras comunitárias, diminuindo a burocratização e aumentando a capacidade de atendimento por parte do MiniCom, mas garantindo também um maior rigor e controle sobre essas concessões, e a criação de uma Secretaria Nacional da Mídia Comunitária, com o acompanhamento de entidades da sociedade civil, como ABRAÇO, AMARC, ABCCOM, e pelos Conselhos Estaduais e Municipais de Comunicação, como forma de garantir maior controle público sobre essas concessões...

3. COMBATER O OLIGOPÓLIO NA RADIODIFUSÃO E GARANTIR MAIS TRANSPARÊNCIA E RIGOR NOS PROCESSOS DE CONCESSÕES DE CANAIS DE RÁDIOS E TV'S.

Considerando que:

- Embora o art. 223 da Constituição Federal determine que "...compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão...", e que o Congresso Nacional deverá aprovar ou cancelar tais atos, na prática o Congresso Nacional se omite desse papel de fiscalizador desses processos, limitando-se a agir de maneira formal e burocrática, terminando por favorecer a grupos políticos, conglomerados de radiodifusão e a grupos religiosos...
- Embora o inciso 5º. do art. 220 da Constituição Federal determine que "...os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio...", tal inciso não foi até hoje regulamentado, e a prática da política de concessões e outorgas em nosso país, assim como a da política de redes, levou à concentração e hipertrofia deste setor, configurando um verdadeiro oligopólio, onde poucos grupos econômicos dominam nacionalmente o espectro eletromagnético da radiodifusão...
- Embora o artigo 54 da Constituição Federal proíba que detentores de cargos públicos tenham concessões de rádio e TV, cerca de 36% dos atuais Senadores e 12% dos atuais Deputados Federais têm concessões de rádio e TV (sob a alegação de que a Constituição Federal não é taxativa quanto a esta proibição), sem contar os casos daqueles que têm empresas de radiodifusão em nome de familiares ou de 'laranjas' ou 'testas de ferro'...

Propomos:

- A aprovação imediata da PEC (Proposta de Emenda Constitucional) elaborada pela Subcomissão de Outorgas da CTCL da Câmara de Deputados, coordenada pela Deputada Federal Luiza Erundina (PSB-SP), que não apenas proíbe taxativamente que parlamentares e ocupantes de cargos públicos sejam proprietários de empresas de rádio e TV, mas também propõe mudanças nos critérios e processos de concessões das outorgas de rádio e TV, estabelecendo mecanismos de transparência, participação popular e controle público, e maior rigor no processo de venda ou transferência de concessões de outorgas...
- A regulamentação do inciso 5º. do art. 220 da Constituição Federal, estabelecendo regras claras no sentido de coibir o monopólio e o oligopólio no setor da radiodifusão, incluindo aí o conceito de 'propriedade cruzada' dos meios de comunicação...
- O estabelecimento de contrapartidas sociais às empresas privadas/comerciais de radiodifusão, como por exemplo, a constituição de um fundo de financiamento e apoio à radiodifusão pública e comunitária...
- A obrigatoriedade de que todos os processos de avaliação das outorgas sejam avaliados

no âmbito do Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional, e pelos Conselhos Estaduais e Municipais de Comunicação...

- Recadastramento pelo MiniCom de todas as rádios e tv's educativas, com maior controle público da sociedade civil organizada...
- Reconstrução dos escritórios regionais do MiniCom, para facilitar o monitoramento dos processos de concessões e renovações de outorgas...
- Estabelecimento de procedimentos mais ágeis e rigorosos, por parte do MiniCom, na fiscalização de procedimentos de 'locação' de espaços nas emissoras de rádio e TV, terceirizando parte da programação sem nenhum critério de qualidade ou respeito à missão da comunicação social...

4. REATIVAR E FORTALECER O CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL; CONSOLIDAR E CONSTRUIR OUTRAS FERRAMENTAS DE CONTROLE PÚBLICO.

Considerando que:

- A construção de ferramentas de controle público é um dos eixos centrais da luta pela democratização da comunicação em nosso país, entendendo que tal controle público não significa censura, mas sim a construção de uma rede de relações democráticas capaz de viabilizar iniciativas da sociedade diante do Estado e do setor privado, e também de fiscalizar Estado e setor privado para que cumpram com a missão institucional da comunicação social definida na Constituição Federal...
- O Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar e consultivo do Congresso Nacional, previsto no art. 224 da Constituição Federal, e regulamentado pela Lei 8389-91, e instalado pela primeira vez apenas em 2002, está desativado desde final de 2006, por omissão das últimas gestões do Senado Federal...
- Apenas 08 estados brasileiros têm Conselhos Estaduais de Comunicação previstos em suas Constituições Estaduais, mas destes o único a sair do papel foi o de Alagoas, que não está em funcionamento, no momento... O mesmo cenário se repete no plano municipal, onde nos 77 municípios brasileiros com mais de 200 mil eleitores, apenas três fixam em suas Constituições a criação de Conselhos Municipais de Comunicação, sendo que apenas dois chegaram a ter experiências concretas de implantação desses Conselhos (Porto Alegre e Goiânia), estando ambos desativados...
- No âmbito das empresas públicas de comunicação, existem experiências importantes de construção e implantação de Conselhos (Curadores ou Consultivos), como é o caso da experiência recente do Conselho Curador da EBC – Empresa Brasil de Comunicação, ou das experiências mais antigas dos Conselhos Consultivos da Fundação Piratini (RS) ou da Fundação Padre Anchieta (SP), experiências essas que necessitam ainda uma profunda sistematização e socialização...
- Ao longo dos últimos anos, o Brasil tem desenvolvido outras ferramentas de controle público e social sobre as empresas de comunicação ou políticas públicas de comunicação, como as Audiências Públicas, os Fóruns Nacionais, as Agências Reguladoras, as Ouvidorias ou Ombudsmans, as Campanhas Nacionais (como a Campanha contra a Baixaria na TV) e as Conferências Nacionais...

Propomos:

- A reativação imediata e o fortalecimento do Conselho de Comunicação Social (CCS), órgão auxiliar do Congresso Nacional, com verdadeira participação de representantes da sociedade civil, não permitindo que os setores empresariais ampliem seu espaço no interior do mesmo, utilizando-se do artificialismo de indicarem prepostos como parte da representação da sociedade civil, e reafirmando o CCS como espaço de debate de

políticas públicas para o setor...

- A implementação de Conselhos de Comunicação no âmbito estadual e municipal, após amplo processo de discussão e consulta da sociedade organizada, com o objetivo de fazer desses Conselhos verdadeiras ferramentas de controle público e de implementação de políticas públicas de comunicação em nível local...
- A implementação de Conselhos Curadores ou Consultivos nas empresas públicas de comunicação (de âmbito federal, estadual ou municipal), com ampla participação das entidades da sociedade civil organizada, buscando aperfeiçoar essas experiências, no sentido de dotar tais Conselhos de mecanismos de maior controle público e autonomia, não apenas com o foco no conteúdo da programação mas também na gestão administrativa dessas empresas...
- A criação e implementação de Ouvidorias e de Serviços de Atendimento ao Público, em todas as empresas de comunicação social, como forma de estabelecer canais mais ágeis de contato entre as empresas de comunicação social e seus respectivos públicos usuários...
- A disseminação e ampliação da experiência das Audiências Públicas nas mais diferentes esferas de ação dos Poderes Públicos, em particular do Executivo e do Legislativo (federal, estadual e municipal), como forma de ouvir constantemente a sociedade civil organizada, sobre os mais diferentes projetos de políticas públicas para o setor...
- A realização periódica (anual ou bienal) de Fóruns Nacionais como o das TVs Públicas, o das Rádios Públicas, o da Democratização da Comunicação, o da Cultura Digital Brasileira, como espaços de debate e construção de políticas públicas para o setor...
- O fortalecimento de iniciativas como a da Campanha Contra a Baixaria na TV, que tem ajudado a desenvolver na população uma visão crítica dos meios de comunicação, com uma maior preocupação em relação ao conteúdo da programação das TVs brasileiras, e sua extensão para o rádio e outras mídias...
- A realização da II Conferência Nacional de Comunicação (II CONFECOM), com um caráter mais democrático e mais participativo do que esta I CONFECOM, sem uma representação exagerada do setor empresarial, e com um Regimento Interno que garanta uma maior participação da sociedade civil organizada, levando em consideração critérios de gênero e étnicos, e que não engesse as deliberações da II CONFECOM...

5. GARANTIR A REGIONALIZAÇÃO E DIVERSIDADE DA PRODUÇÃO CULTURAL, ARTÍSTICA E JORNALÍSTICA NA RADIODIFUSÃO.

Considerando que:

- O inciso III do Art. 221 da Constituição Federal, que garante o princípio da “...regionalização da produção cultural, artística e jornalística conforme percentuais estabelecidos em lei...” não está regulamentado até hoje, apesar de existirem PLs tramitando no Congresso Nacional sobre o tema, há mais de 21 anos...
- Nosso país tem uma dimensão continental e o povo brasileiro apresenta uma produção cultural e artística extremamente rica e diversificada, fruto das contribuições dos vários povos, raças e etnias que historicamente constituíram a nossa população...
- O modelo de rede de comunicação predominante na radiodifusão, imposto pelo setor comercial privado, principalmente nas redes de TV, e que começa a ser adotado também em algumas redes de rádio (por satélite), baseado num caráter excessivamente vertical, que prioriza a política de 'cabeça de rede', que impõe um processo de produção cultural, artística e jornalística concentrada no eixo Rio-S.Paulo, pausterizando o conteúdo da programação dessas emissoras, inclusive sob o ponto de vista estético...

Propomos:

- A imediata regulamentação do inciso III do Art. 221 da Constituição Federal, com a aprovação do PL 59/03, de autoria da ex-Deputada Federal Jandira Feghali (PCdoB-RJ), parado há três anos no Senado Federal, após ter tramitado por 12 anos na Câmara Federal (originalmente como PL 256/91), projeto este que estabelece a obrigatoriedade de 30% de produção local para as emissoras de rádio e TV, no tocante à produção cultural, artística e jornalística, entendendo que a aprovação deste PL é apenas um primeiro passo desta luta pela regionalização, que poderá ter outras etapas e aperfeiçoamentos posteriores...
- Uma política de fomento e incentivo à produção independente local e regional, através de editais públicos voltados para a produção de novos gêneros e formatos, como forma de garantir a diversidade não só de conteúdos mas também de padrões estéticos na produção de áudio e vídeo...
- Uma política de incentivo de trocas de conteúdo de programação regional, principalmente no âmbito das redes públicas de rádio e de TV, como forma de permitir que o cidadão em cada localidade tenha acesso ao que é produzido no resto do Brasil...
- Uma produção de conteúdo local que respeite não apenas as características regionais, mas também a diversidade de gênero, étnica, étnico-racial, de opção sexual, religiosa, etc...
- A incorporação de tais parâmetros de regionalização da produção aos critérios de análise

de renovação das concessões de outorgas para emissoras de rádio e TV, pelos Poderes Executivo e Legislativo...

6. POR UMA LEI DA INFORMAÇÃO DEMOCRÁTICA

Considerando que:

- Em 30 de abril de 2009 o Supremo Tribunal Federal (STF) extinguiu a Lei 5.250/67, a chamada Lei de Imprensa, acabando assim com um dos últimos entulhos autoritários da ditadura militar... Ao não colocar nada em seu lugar, o STF terminou desarmando a sociedade de qualquer garantia contra os excessos cometidos pelos meios de comunicação, e fazendo coro com os 'barões da mídia', que sempre defenderam a tese de que não deve haver lei nenhuma regulando ou regulamentando as relações entre os veículos de comunicação e a sociedade...
- A concentração oligopólica dos meios de comunicação em nosso país gerou uma cultura de impunidade, permitindo que as grandes empresas de comunicação desrespeitem a missão institucional para a qual foram criadas, e facilitando constantes práticas de manipulação da informação, em suas mais variadas formas, de ofensa moral, injúria, calúnia e difamação, de invasão da privacidade, de omissão ou deturpação do fato noticioso, de criminalização dos movimentos sociais, intolerância religiosa, discriminação de gênero, de orientação sexual, étnico-racial, etc...
- A também recente decisão do STF de extinguir com a obrigatoriedade da exigência do diploma para o exercício profissional de jornalismo, configura um claro e direto ataque do Judiciário ao direito de regulamentação de todas as profissões, abrindo um perigoso precedente rumo a um mercado cada vez mais 'desregulamentado' e permissivo, onde a questão da responsabilidade ética dos diversos profissionais envolvidos com as atividades de comunicação social parece ser cada vez mais minimizada...
- Os empresários da mídia sempre defenderam o conceito de 'liberdade de imprensa' baseados de fato em sua visão liberal sobre a 'liberdade (direito) de empresa', ou seja, o direito das empresas de comunicação social de escreverem e divulgarem o que bem entenderem, da forma que bem entenderem, como se tivessem um intrínscio compromisso com a verdade, e entendendo qualquer tentativa de 'regulamentar' as atividades de comunicação social como uma tentativa de censura e restrição à liberdade de imprensa, e este enfoque tem sido hegemônico em nossa sociedade...
- A inexistência de legislação específica sobre o tema tem permitido o crescimento de uma cultura de excessiva subjetividade no âmbito do poder Judiciário, permitindo que juízes estipulem penas desproporcionais e absurdas para profissionais e empresas do setor, sem critérios claros e objetivos...

Propomos:

- A elaboração e aprovação de uma verdadeira Lei da Informação Democrática, tendo como ponto de partida o substitutivo do ex-Deputado Federal Vilmar Rocha (então PFL-GO), apresentado em 1997, calcado no PL 3.239/92 de autoria do ex Deputado Federal Zaire Rezende (PMDB-MG), garantindo seus aspectos fundamentais, tais como: a) rito sumário

para o direito de resposta; b) pluralidade de versões em matérias controversas; c) direito de não assinatura de matéria pelo jornalista, quando a matéria tiver sofrido modificação que altere sua essência original; d) obrigatoriedade do serviço de atendimento ao público; e) não impedimento à veiculação de publicidade e matéria paga, em emissoras comerciais; f) publicidade à pena moral dos veículos condenados; g) regras de transparência, identificando os verdadeiros proprietários dos veículos; h) penas de prestação de serviço à sociedade, e penas de prisão nos casos em que o condenado deixar de cumprir as penas de prestação de serviço à sociedade; i) responsabilidade civil das empresas, solidariamente, mesmo quando o erro for cometido pelo profissional; j) delimitação de pena financeira, respeitando a solvibilidade das empresas...

- A criação de juizados especiais para julgar os chamados 'crimes' de mídia, dada a especificidade desta questão e a necessidade de criarmos uma cultura jurídica própria no tratamento responsável da mídia...
- A pressão para que o Congresso Nacional assuma o seu papel como Poder Legislativo, e se pronuncie no sentido de reafirmar a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalismo, através de projeto de Lei específico...

7. POR UMA REGULAMENTAÇÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DA INTERNET BRASILEIRA.

Considerando que:

- A partir da década iniciada em 1990 o acesso à Internet em nosso país passou a ganhar contornos de massificação, e que esta nova tecnologia não estava prevista nos marcos regulatórios que até então vinham norteando a regulamentação da comunicação, e que, ao contrário de outros países, o Brasil ainda não tem dispositivos legislativos específicos sobre esta questão...
- Apesar de terem existido inúmeras iniciativas neste sentido na década de 1990, no âmbito do Congresso Nacional, na última década tem prevalecido uma abordagem meramente criminal do tema, com a tipificação de condutas e criação de penas, o que, embora seja também necessário, traz inúmeros riscos consideráveis, pois não está precedido da criação de um amplo marco civil e técnico regulatório, que permita ter regras claras, segurança e previsibilidade no uso da rede...
- Após 10 anos de tramitação no Congresso Nacional, aproxima-se da fase final de aprovação o PL 89/03 (numeração do Senado Federal) ou PL 84/99 (numeração da Câmara de Deputados), que tendo recebido substitutivos dos Senadores Eduardo Azeredo e Aloísio Mercadante, foi aprovado em julho de 2009, e retornou à Câmara de Deputados, e contém, além de inconsistências técnicas no âmbito do direito penal, artigos muito questionáveis: o Art. 22 (viola a privacidade dos usuários), e o Art. 285 (acesso não autorizado à rede só é tipificado quando há violação de segurança ou expressa restrição de acesso)...
- O Ministério da Justiça estará lançando, no dia 29 de outubro, um processo de Consulta Pública, com o objetivo de elaboração futura de um marco civil para a Internet no Brasil...

Propomos:

- Lutar para impedir que vá adiante na Câmara Federal o PL 84/89, em função da sua inconsistência jurídica e dos equívocos de conteúdo...
- Após um amplo processo de debate e de consultas no âmbito da sociedade civil organizada, tendo como principal referência a Consulta Pública a ser lançada pelo Ministério da Justiça em 29 de outubro, elaborar um amplo marco civil regulatório para a Internet brasileira, que dê conta de aspectos como privacidade, responsabilidade de provedores, relações de consumo on-line, proteção de dados, guarda de informações dos usuários, proteção de direitos constitucionais na rede, criação de mecanismos legais de investigação, segurança na rede, universalidade do acesso à banda larga (ou banda larga pública), software livre, entre outros...
- Fortalecer o Comitê Gestor da Internet no Brasil, instância máxima e democrática de elaboração e monitoramento de políticas públicas para a Internet em nosso país, e



- ferramenta de controle público para o setor...
- Apoio dos Poderes Públicos para a adoção de políticas de TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação – nas empresas públicas de comunicação (rádios, tv's, agências de notícias), no sentido de dotarem tais empresas de condições de competitividade e inserção no atual contexto de convergência de mídias...

8. POR UMA PUBLICIDADE E PROPAGANDA MAIS CIDADÃS.

Considerando que:

- Da forma como vem sendo utilizada no atual modelo capitalista comercial, a serviço dos grandes grupos econômicos, a publicidade trabalha mais na lógica do consumo, e não na perspectiva das reais necessidades do desenvolvimento humano, e termina contribuindo para uma cultura universal de consumo desenfreado da nossa sociedade, gerando expectativas que não conseguem ser supridas na sua integralidade, causando frustrações, conflitos, desvirtuamento de valores sociais...
- A publicidade especialmente voltada para o consumo infantil, é ainda mais perniciosa, em muitos casos induzindo para o consumo de alimentos inadequados e prejudiciais, ou para práticas anti-sociais, estimulando a violência, a obesidade, a erotização precoce, o consumo de álcool e tabaco, ou a cultura consumista desenfreada...
- O parágrafo único do Art. 1 da Lei 9.249/96, que dispõe sobre as restrições ao uso e propaganda de fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos..., estabeleceu que "... consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 13 graus...", o que na prática significa liberar a publicidade e propaganda de cervejas, vinhos e espumantes, e que a publicidade procura veicular a propaganda destes produtos sempre associada a momentos de alegria e glamour, fingindo desconhecer o consumo abusivo ou problemático desses produtos, principalmente para crianças e adolescentes...
- A publicidade de automóveis estimula a violência no trânsito (velocidade, poder), fingindo desconhecer que em nosso país existem mais de 40 mil mortes no trânsito por ano (mais de 01 milhão no mundo), além de milhares de mutilados e paraplégicos decorrentes de acidentes no trânsito, escamoteando a perigosa ligação entre bebidas alcoólicas e mortes no trânsito, além de estimular o consumo de transporte individual, em detrimento de soluções coletivas de transporte de massa nos grandes centros urbanos...
- Em muitas ocasiões, a publicidade abusa da exploração da imagem de homens, mulheres, crianças e adolescentes na mídia, quando insiste em apresentar a imagem da mulher associada ao prazer sexual para vender produtos diversos, igualando-a a um objeto comum, ou utiliza a imagem de crianças e adolescentes também para vender produtos, desenvolvendo um caráter assediante e desorganizador no pensamento crítico do público infantil e jovem...
- A publicidade do sistema financeiro nacional (privado e público) induz o cidadão a um processo de endividamento crescente, sem alertar para a necessidade de compatibilizar necessidades e possibilidades, criando a ilusão de um verdadeiro 'paraíso na terra', com resultados dramáticos para a vida de milhões de brasileiros...
- Existem inúmeros casos de programas e produtos em nossas emissoras de tv e rádio, principalmente comerciais/privadas, que estimulam valores e práticas anti-sociais, que

atentam contra a moral e a ética, que banalizam a violência e o sexo, estimulam o preconceito, e pausterizam a estética cultural, de baixíssima qualidade tanto na forma quanto no conteúdo, e que continuam sendo patrocinados pela publicidade comercial e mesmo estatal...

- O único órgão que se propõe a regular a publicidade no país é uma instituição privada, o Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária (CONAR), organizada por publicitários e para publicitários, com o financiamento de anunciantes, portanto sem a necessária neutralidade, por estar diretamente envolvido com os interesses econômicos em jogo...

Propomos:

- Aprovação imediata do PL 5.921/01, em tramitação há mais de 08 anos no Congresso Nacional, cujo foco é a rigorosa restrição à publicidade infantil...
- Uma nova legislação que crie rigorosas restrições à publicidade, em particular à publicidade de bebidas e tabaco, à publicidade que estimule a violência em geral e à violência no trânsito, e a publicidade que, de uma forma ou de outra, utilize de forma indevida a imagem de mulheres, homens, crianças e adolescentes em nosso país, para fins de exploração comercial, assim como a publicidade que incentive o endividamento irresponsável, legislação essa que crie mecanismos de controle público sobre o conteúdo da publicidade...
- Apoio à 'Campanha contra a Baixaria na TV', entendendo esta iniciativa como mais uma ferramenta de controle público e social sobre a qualidade da programação de nossas TVs (e que deveria se estender também para as rádios e outras mídias), aperfeiçoando os mecanismos de monitoramento dessa programação e aprofundando a capacidade de pressão da sociedade organizada sobre o conjunto dos meios de comunicação, e cobrando uma postura mais ética e cidadã da publicidade...
- Mudança na política de distribuição de verbas publicitárias públicas, no sentido de vetar toda e qualquer alocação de verba publicitária estatal em programas que ferem princípios mínimos de respeito à ética, à economia e bem-estar públicos, ou aos princípios que devem orientar a programação dos meios de comunicação, conforme determinado na Constituição Federal, e garantindo um compromisso da publicidade pública fomentar a comunicação pública e comunitária, sem se ater ao critério único da audiência...
- Políticas públicas de incentivo à publicidade e propaganda cidadãs, reorientando a cultura de investimentos da publicidade pública oficial no sentido de alavancar as emissoras públicas de comunicação, estabelecendo percentuais mínimos obrigatórios, tomando como critérios não apenas o critério da audiência, mas outros como responsabilidade social e compromisso ético, e invertendo a lógica de investir verbas públicas quase que exclusivamente nas mídias comerciais...

9. POR UM PADRÃO DE RÁDIO DIGITAL QUE DEMOCRATIZE O ESPECTRO.

Considerando que:

- Em todo o mundo está acontecendo uma migração no padrão de transmissão de TV e rádio, do padrão analógico para o padrão digital... No Brasil, essa mudança já teve início em 2006, com a definição do padrão digital para a TV Brasileira, que terminou por optar por um padrão nipo-brasileiro, baseado na tecnologia japonesa ISDB, agregando aspectos de tecnologia nacional...
- A mídia rádio também está migrando do sistema analógico para o digital, em todo o mundo. O rádio digital já está presente em 35 países e tende a se alastrar, já atingindo um universo superior a 280 milhões de pessoas. Mais de 400 emissoras de rádio em todo o mundo já adotaram esse sistema, e já existem receptores de rádio sendo fabricados por 22 empresas diferentes. Existem vários padrões de rádio digital no mundo, como o DAB, o ISDB, o IBOC e o DRM...
- No caso do rádio, o Brasil vem discutindo há mais de três anos qual deve ser o padrão a ser adotado em nosso país...Dois padrões tem sido analisados pelas autoridades, empresários e profissionais do setor: o IBOC – In Band on Chanel (norte-americano) e o DRM – Digital Radio Mondiale (europeu), mas a decisão ainda não foi tomada e vem sendo adiada constantemente... A tecnologia digital permitirá algumas melhorias importantes na mídia rádio: melhorar a qualidade do sinal (no caso das emissoras em AM e OC isso é fundamental), agregar valor ao serviço (permitindo a transmissão de dados e textos, junto ao áudio), além de permitir também a multiprogramação...
- Durante esses três anos o MiniCom, responsável pela tomada de decisão e futura implementação do rádio digital em nosso país, defendeu abertamente a opção pelo padrão IBOC (norte-americano), influenciado pela ABERT, entidade que representa os radiodifusores do setor privado/comercial. O padrão IBOC (HD Radio) já vem realizando testes no Brasil, há mais de dois anos, e os resultados deixaram a desejar. Há problemas técnicos claros: um atraso (delay) de 08 segundos entre o sinal analógico e o digital, dificuldades para utilizar o mesmo canal para as duas transmissões (analógica e digital), impossibilidade de utilização de receptores portáteis (baterias descarregam com rapidez, pois consumo de energia é elevado), entre outras questões. Além disso, é um sistema caro, pois trata-se de um sistema proprietário (pertence à Ibiquity) e não altera a oferta de espectro para os radiodifusores, mantendo o atual modelo de concentração da propriedade... A própria Universidade Mackenzie, que monitorou os testes do IBOC no Brasil, terminou por recomendar ao Governo Federal a não adoção desse padrão para o Brasil... Apenas para lembrar, nos EUA, onde o IBOC foi implantado, só 10% das emissoras aderiram ao novo padrão tecnológico e só 0,15% dos consumidores chegaram a adquirir um novo receptor digital...
- Finalmente, mais recentemente, o MiniCom abriu-se para a possibilidade de estudar e analisar o padrão DRM, dando melhores condições para que o consórcio europeu venha a realizar seus testes no Brasil, nos próximos meses. Há 02 anos atrás, na primeira

tentativa, o DRM encontrou condições desfavoráveis (processo de importação dos equipamentos para testes moroso e caro), além de pane técnica no transmissor de AM utilizado para os testes. O DRM, que num primeiro momento só tinha protótipo para as modalidades de AM e OC, recentemente conseguiu desenvolver o DRM +, pretendendo com isso resolver a modalidade de FM. Seus representantes têm afirmado o interesse em garantir a transferência de tecnologia para o Brasil, e fortalecer a indústria nacional de equipamentos. Enquanto isso, o MiniCom publicou o Aviso de Chamamento Público n. 01/2009, que iria apenas até 22 de novembro de 2009, para ouvir rádios e detentores de tecnologia de rádio digital, a partir dos testes realizados, para depois tomar uma decisão mais definitiva...

Propomos:

- Um amplo processo de debate, de testes e de consultas públicas, envolvendo todos os interessados da sociedade brasileira, antes de qualquer tomada de decisão sobre qual o padrão a ser adotado no Brasil, obedecendo critérios importantes como: a) a manutenção da gratuidade do acesso ao rádio; b) a transmissão de áudio com qualidade em qualquer situação de recepção; c) adaptabilidade do padrão ao parque técnico instalado; d) coevolução e coexistência do sistema digital com o analógico; e) aparelhos receptores de baixo custo; f) tecnologia não proprietária; g) tecnologia que potencialize a integração com outras mídias; h) operar de maneira satisfatória em todos os serviços (OM, OC, OT e FM); i) possibilitar a transmissão noturna também em digital; j) área de cobertura do sinal digital igual da do analógico atual; k) transmissão de dados; l) interatividade real time; m) multiprogramação...
- Que seja levado em conta a questão da convergência de mídia, uma vez que o rádio parece ser um dos veículos de melhor aderência à plataforma multimídia, pois os conteúdos de áudio tendem a ser facilmente transportados por um número cada vez maior de pessoas, em distintas plataformas (celulares, MP3, internet móvel, TV a cabo, etc)...
- Que sejam dadas todas as condições e garantias ao consórcio europeu DRM para que façam seus testes definitivos no Brasil. Sem dúvida, todos as informações vindas dos especialistas apontam para o fato de que o padrão DRM é muito mais interessante para o Brasil, principalmente nas modalidades de OC e AM, do que o padrão IBOC. Entretanto, o protótipo desenvolvido pelo DRM para a modalidade FM (DRM +) é ainda recente, e pouco testado, inclusive na Europa. É cedo para decidir se o Brasil deve adotar o padrão DRM, mas seria irresponsabilidade descartar essa possibilidade sem antes realizar todos os testes necessários...
- Não podemos descartar a possibilidade do Brasil vir a optar por um SBRD – Sistema Brasileiro de Rádio Digital, ocupando uma frequência consignada, nova, livre, para poder fazer a migração sem utilização da transmissão simultânea, e garantir também a democratização do espectro radiofônico, ou de caminhar para uma combinação híbrida de utilizarmos o padrão DRM, mas agregando a ele alguma tecnologia nacional, como aconteceu no caso do padrão nipo-brasileiro da TV Digital...
- Políticas públicas de fomento e custeio à migração da radiofonia do padrão analógico para o padrão digital, em particular para as rádios públicas e comunitárias, mas também para emissoras comerciais de pequeno porte, no sentido de viabilizar os custos operacionais

iniciais dessa migração...

- Socializar amplamente na sociedade brasileira a discussão sobre como será feito o aproveitamento do espectro eletromagnético após o término das transmissões em padrão analógico, tanto das televisões quanto das rádios, em nosso país, garantindo que as tvs e rádios públicas e comunitárias poderão ampliar seu espaço...

10. POR UMA REVISÃO NAS LEIS DE DIREITO AUTORAL BRASILEIRAS

Considerando que:

- Existem novos paradigmas de reprodutibilidade técnica e circulação das obras artísticas no mundo digital através da internet...
- Os aspectos de democratização do acesso à produção artística elevados a um patamar nunca antes esperado, dando possibilidade a qualquer indivíduo de divulgar seu trabalho livremente...
- As novas possibilidades de flexibilização do registro de direitos autorais...
- A necessidade de reflexão sobre os novos modelos de negócio no mundo digitalizado em diversas cadeias produtivas, e aqui em especial a da música e do audiovisual....
- Que o ECAD é hoje uma instituição que trabalha sob uma lei desatualizada e não consegue exercer de forma abrangente o trabalho que se propõe, e que a redistribuição devida aos artistas, especialmente os independentes, não vem acontecendo de forma satisfatória...
- Que o serviço de Radiodifusão Pública é um serviço de disseminação da cultura brasileira nos seus mais diversos formatos e sem quaisquer fim lucrativo ou exploratório da criatividade artística, e apesar disso o ECAD continua atuando junto às emissoras públicas de TV e rádio com os mesmos critérios que atuam em relação às emissoras comerciais...

Propomos:

- A criação de fóruns democráticos para discussão das alterações da atual Lei de Direitos Autorais, que contemplem as transformações advindas da internet e das tecnologias digitais, que regulamentem os conceitos de *remix* e “sampleagem”, que possibilite ao autor liberar seu trabalho para execução livre nos espaços que lhe forem interessantes (*Creative Commons* e *Copy Left*)...
- A elaboração de uma nova política de arrecadação de direitos autorais, que reposicione a prática atual do ECAD e sua postura executiva, e que leve em conta a opinião pública e especialmente dos artistas envolvidos mais diretamente...
- A criação de ações de formação sobre Direito Autoral para a população como um todo e em especial os artistas e agentes envolvidos mais diretamente...



Que se crie uma regulamentação especial do direito de veiculação para os meios de comunicação que prestam um serviço público sem fins lucrativos de



disseminação da cultura brasileira, que fortaleça o trabalho de emissoras públicas e comunitárias.

ARPUB – ASSOCIAÇÃO DAS RÁDIOS PÚBLICAS DO BRASIL