



Por que  
precisamos  
da Conferência  
Nacional de  
Comunicação?

EUGÊNIO NEVES



**FNDC**

FÓRUM NACIONAL PELA  
DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO  
Cartilha n° 2



# Expediente

Cartilha FNDC n° 2

Por que precisamos da Conferência Nacional de Comunicação?

2ª edição

Textos: Equipe FNDC

Edição: Candice Cresqui (Reg. Prof. n° 12.933)

Ilustrações: Eugênio Neves

Projeto gráfico e diagramação: Thais Marques (Reg. Prof. n° 12.923)

Impressão: Ideograf

Tiragem: 3000 exemplares

Porto Alegre

Fevereiro de 2009



# O Brasil precisa de uma Conferência Nacional de Comunicação

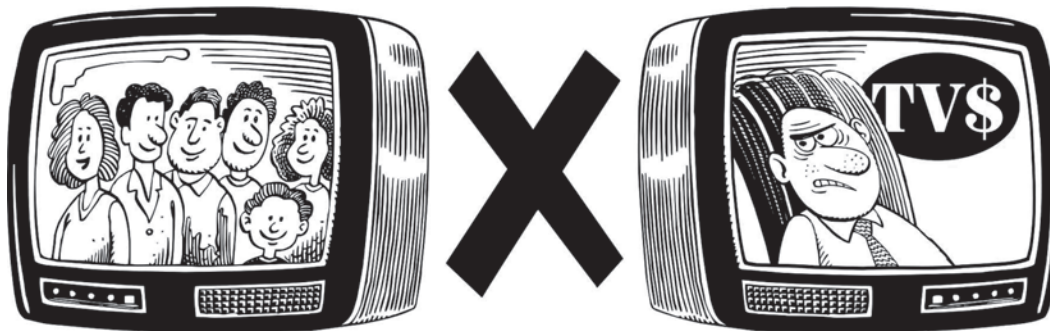
Não há sociedade democrática sem meios de comunicação social democráticos.

A Constituição Federal brasileira reconhece a natureza pública da área de comunicação e a sua importância vital para a nação. Embora ela vigore há duas décadas, os artigos constitucionais sobre a comunicação ainda não foram regulamentados.

Para complicar ainda mais, a comunicação ficou mais complexa. Passamos a conviver com a convergência tecnológica, acelerada pela digitalização.

Precisamos de novas leis que deem conta dos problemas históricos do setor, e das implicações sociais, econômicas, culturais e políticas produzidas pelas novas tecnologias. Precisamos de uma Conferência Nacional de Comunicação para debater e propor políticas públicas e fórmulas de controle público. E ela já tem data para acontecer: dias 1º, 2 e 3 de dezembro de 2009. Até lá, teremos as etapas municipais e estaduais.

Nesta cartilha, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) expõe as razões pelas quais defende que a Conferência Nacional de Comunicação seja plural e democrática e conclama a todos e todas para essa importante luta!



EUGÊNIO NEVES 210109

3



# Não há democracia na comunicação brasileira

Quando você abre uma torneira e sai água suja, o que você faz? Reclama para o órgão responsável pela qualidade da água. Você não permitirá que a sua família beba água suja. Quando você liga a televisão ou o rádio e recebe conteúdos “sujos”, de má qualidade, o que pode ser feito? Praticamente nada! Pois você e a sua família precisam dos meios de comunicação para se informar, tomar decisões... Você precisa mantê-los ligados!

Não adiantará reclamar para a empresa de comunicação, pois, na prática, ela não está submetida a nenhum controle! Quer dizer, você e a sua família são obrigados a conviver com muitos programas e notícias que deseducam!

Esse é um dos principais problemas: não há controle público sobre o conteúdo transmitido pelas empresas de comunicação! Para piorar, muitas famílias não conseguem perceber que suas vidas são invadidas por programas e notícias que deseducam! Como não há debate sobre a comunicação, é difícil perceber quando um determinado programa é prejudicial.

Os problemas não param por aí. Como as empresas de comunicação praticamente fazem o que bem entendem, elas tendem a se preocupar só com o lucro. Adotam novas tecnologias, por exemplo, de acordo com os seus interesses.

Veja o caso da TV digital. Você foi consultado sobre essa nova tecnologia? Sabe as razões da sua escolha? Foi informado da existência de outros padrões da mesma tecnologia que poderiam ser úteis à população? Ficou sabendo que a digitalização permite a multiplicação de canais e que esses novos canais ficarão sob o controle dos atuais empresários? E que poderiam ser repassados, por exemplo, para entidades comunitárias e escolas?

São muitas as questões que envolvem a comunicação social e nos dizem respeito diretamente. Os empresários de comunicação nos ignoram porque são muito poderosos. No Brasil, os meios de comunicação estão nas mãos de poucos. Como poucas famílias mandam na maioria das rádios, televisões, jornais e portais de internet, elas impõem seus interesses sobre a população brasileira e sobre o governo. **Não há qualquer controle público sobre a comunicação.**



EUGÊNIO NEVES 170286-200109





# Vamos construir políticas públicas para a comunicação!

Você já percebeu que há políticas públicas para todas as áreas da sociedade, menos para a comunicação?

Existem políticas públicas para a educação, a agricultura, a saúde e assim por diante. O governo planejou as medidas necessárias para orientar as atividades dessas áreas, fazendo-as mais úteis ao povo e ao país. Em algumas áreas, como a saúde, as políticas públicas são definidas após muitos debates. Em outras, nem tanto. Mas as pessoas, entidades e movimentos sociais geralmente conseguem opinar. Há modos de participar e opinar já estabelecidos.

Mas, quando o assunto é comunicação, o povo brasileiro não é ouvido. Praticamente não existem canais de participação.

O Congresso Nacional mantém o Conselho de Comunicação Social (CCS), que é um órgão consultivo. Dele participam também representantes da sociedade. O CCS foi criado pela Constituição de 1988 e implantado só em 2003. Chegou a dar contribuições importantes para a formulação de políticas públicas de comunicação. Atualmente está desativado, pois incomodava aqueles que se consideram donos da comunicação no Brasil.

Conselhos e audiências também são usados para ouvir a sociedade sobre assuntos de interesse público. O Ministério das Comunicações (Minicom) e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), por exemplo, promovem audiências públicas. Nessas ocasiões, são convidados representantes das empresas e alguns da sociedade para se manifestarem sobre determinados assuntos da área.

Mas há uma diferença fundamental entre as audiências da área de comunicação e as audiências e conselhos das outras áreas. As outras áreas realizam conferências nacionais. Reúnem representantes das comunidades, das regiões, dos estados, das empresas, do governo. Nesses encontros, são debatidos os problemas a partir de uma visão geral e sempre são considerados os problemas das várias regiões.

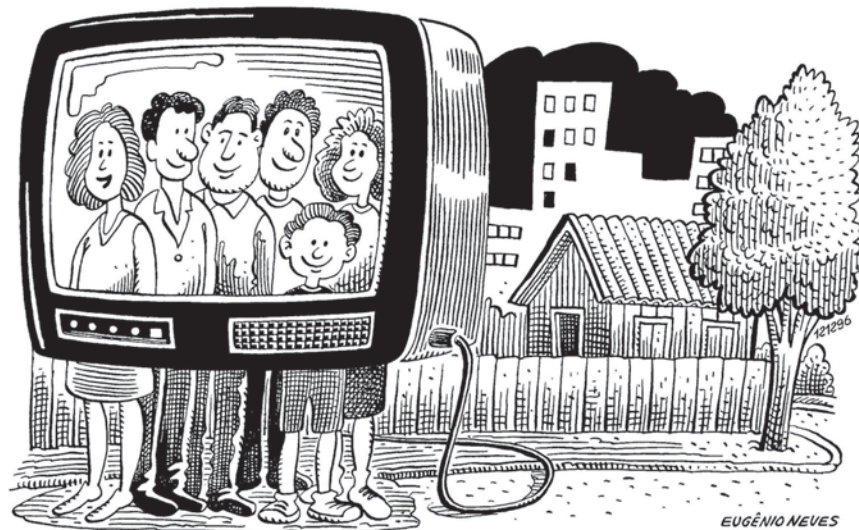


Quer dizer: nas conferências são definidas políticas públicas. Considerando as várias áreas, até hoje já foram realizadas mais de cem conferências nacionais! Na área da comunicação, até agora isso não aconteceu. O governo nunca fez um planejamento para todo o país. Por isso, não existem **políticas públicas** para a comunicação.

As políticas acabam sendo definidas pelas grandes empresas, que vão tomando decisões e oferecendo serviços de acordo unicamente com os seus interesses. Para complicar, a legislação brasileira é fragmentada. A lei que regula a telefonia não “conversa” com a lei que regula a televisão. Nem com a lei que regula o uso da internet. Se considerarmos, por exemplo, que os conteúdos audiovisuais podem ser recebidos pelos celulares, pela televisão e computadores, já temos uma boa idéia da confusão existente. Ou seja: da falta de controle público.

## Lei do Cabo: um exemplo de políticas públicas

A Lei nº 8977, de janeiro de 1995, conhecida como Lei do Cabo, é um bom exemplo de como é possível estabelecer políticas públicas no Brasil. Ela disciplinou os serviços de TV por assinatura a cabo, criando os canais comunitários, universitários, públicos e legislativos. Adotou os conceitos de universalização dos serviços, compartilhamento de infraestrutura e controle público. Resultou de um debate liderado pelo FNDC, entre a sociedade, empresários e governo.





## O que é uma Conferência?

Uma conferência é um espaço de participação popular e controle social. As conferências nacionais oferecem ao governo federal subsídios para a formulação de políticas públicas para diversas áreas, como saúde, cidades, segurança e juventude.

## Quem participa?

Participam das conferências delegados representantes da sociedade civil, empresários e governos, em números proporcionais.

## Como são organizadas?

São convocadas pelo Executivo federal, financiadas com recursos da União e presididas pelo ministério da área afim. Geralmente são realizadas em etapas municipais, estaduais, além da etapa nacional. Em alguns casos só há etapas regionais e a etapa nacional.

## Quais são os resultados de uma Conferência?

A pluralidade da participação e dos temas permite o debate coletivo de interesses diversos, e muitas vezes contraditórios.

As conferências promovem o exercício da democracia trazendo para o debate público temas geralmente restritos à esfera privada.

As posições e reivindicações dos grupos sociais participantes das conferências são encaminhadas ao governo, que as utiliza na definição de políticas públicas.

Esse processo aperfeiçoa ainda mais a democracia brasileira. A partir das conferências, foram instituídos conselhos municipais, estaduais e nacionais nas mais diversas áreas. Eles só não existem na área da comunicação, praticamente.



**E AGORA,  
CHEGOU O MOMENTO  
MAIS ESPERADO PELA  
TORCIDA DA CIDADANIA:  
A CONFERÊNCIA NACIONAL  
DE COMUNICAÇÃO!**



EUGÊNIO NEVES 210109





# Proposta do FNDC para a

A Conferência deverá tratar prioritariamente dos direitos fundamentais, dos temas que incidem sobre a soberania nacional, a liberdade de informação e expressão, a inclusão social, a universalização do acesso, a diversidade cultural e religiosa, as questões de gênero e étnico-raciais, a convergência tecnológica, as rádios e TVs comunitárias, a regionalização da produção e a produção independente.

## Uma conferência tripartite

O FNDC defende a realização de uma Conferência Nacional de Comunicação convocada pelo Governo Federal, com a participação da sociedade e movimentos sociais, das empresas e do Executivo.

Nenhum setor pode impor aos demais suas vontades exclusivas. É preciso promover um debate nacional onde todos possam apresentar e defender seus pontos de vista.





## Três eixos para facilitar o debate

Os debates serão organizados em torno de três eixos: a) meios de comunicação; b) cadeia produtiva; c) sistemas de comunicação.

### a) Meios de comunicação:

Nesse eixo estão a telefonia fixa e móvel, televisão aberta, rádio, internet, telecomunicações por assinatura, produção audiovisual, mídia impressa, mercado editorial e outras formas de produção e circulação de conteúdo.

### b) Cadeia produtiva:

Abrange os processos de produção, provimento, distribuição e recepção.

### c) Sistemas de Comunicação:

Abrangem os sistemas público, estatal e privado.

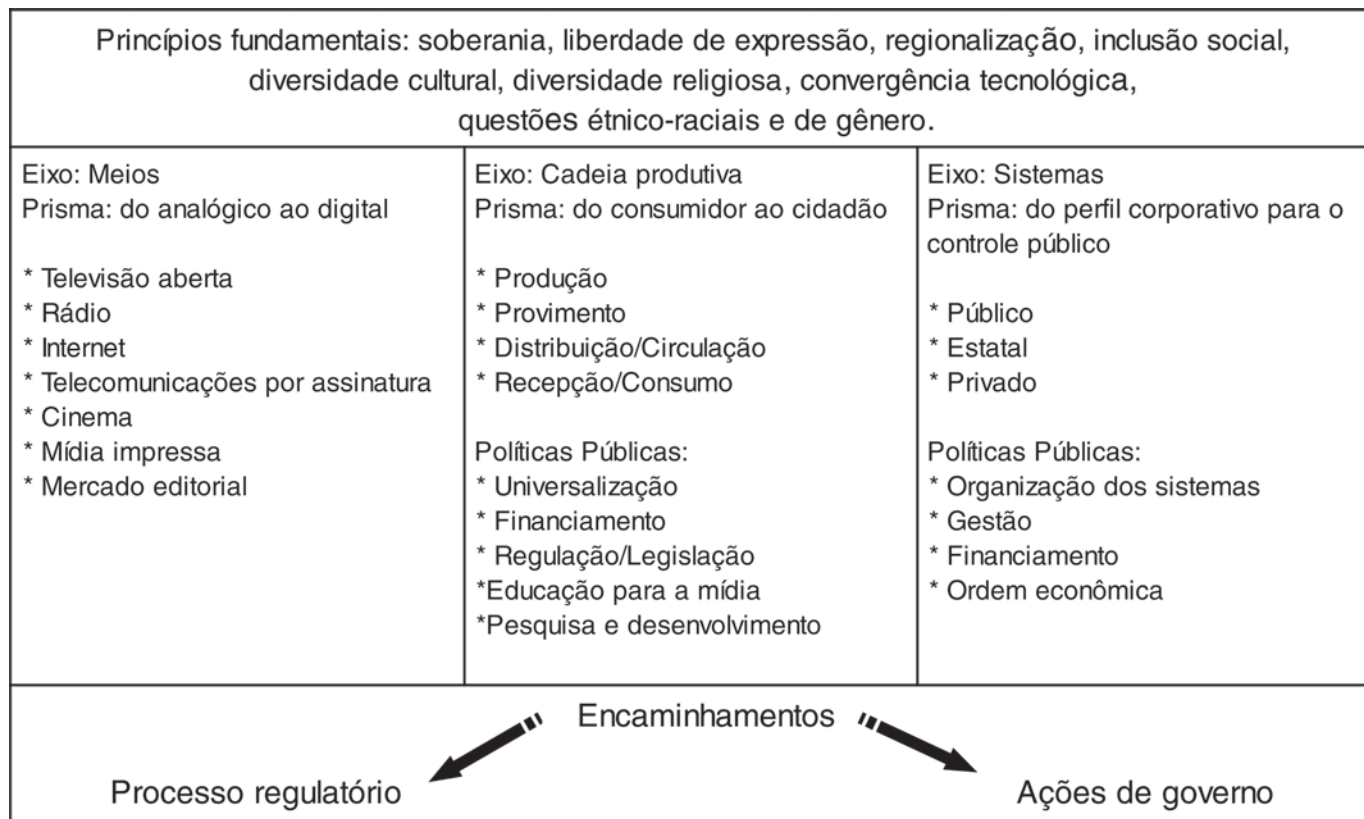
## Que formato deve ter a Conferência?

Para que a Conferência aconteça é preciso que o Governo Federal crie um Grupo de Trabalho (GT). Desse Grupo participarão representantes do governo, da sociedade civil e dos empresários, designados pelos respectivos setores.

Caberá ao Grupo, ouvindo as representações da sociedade, definir a metodologia, a estrutura, a organização, o calendário e os temas da Conferência, firmando-os em um Regimento Interno, que será elaborado e aprovado pelo referido GT.

# Conferência Nacional de Comunicação

# Proposta temática





## Como surgiu a mobilização?

O FNDC defende a realização de uma conferência ampla e plural sobre as comunicações há muito tempo. Em 2006, durante a realização da sua XIII Plenária Nacional, o FNDC formalizou como uma das suas diretrizes a realização da Conferência. A partir daí buscou apoios. No ano seguinte, em 2007, participou da criação da Comissão Nacional Pró-Conferência. Hoje, compõem o movimento mais de 30 entidades da sociedade civil de âmbito nacional.

O movimento é apoiado ainda pelas Comissões de Direitos Humanos e Minorias (CDHM), de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) e de Legislação Participativa (CLP) da Câmara dos Deputados e pela Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão do Ministério Público Federal.

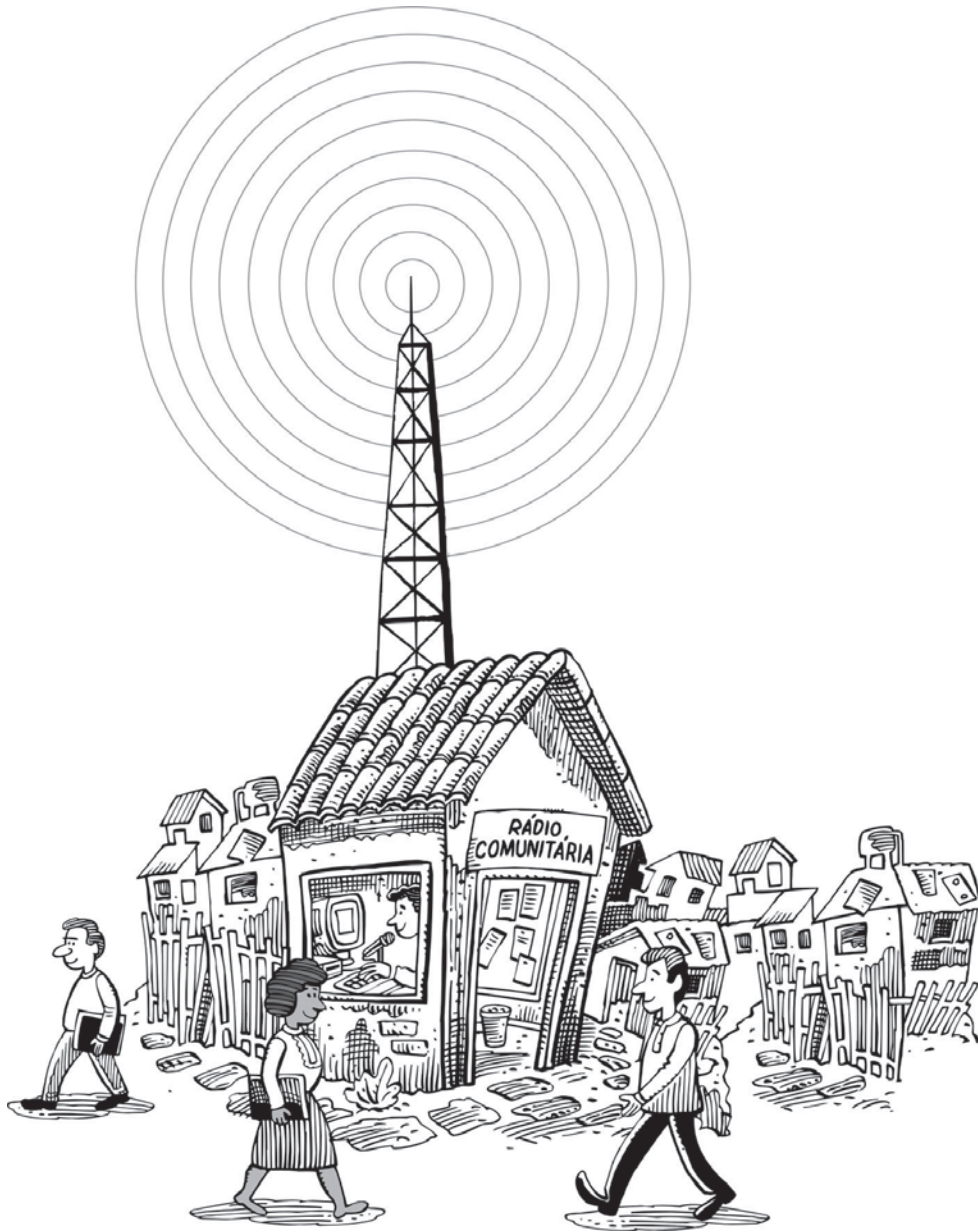
Durante o Fórum Social Mundial 2009, realizado em Belém (PA), o presidente Lula confirmou a realização da Conferência, atendendo ao apelo dos movimentos sociais. A organização já começou. As etapas municipais devem ocorrer até junho e as estaduais até setembro. A etapa nacional será nos dias 1º, 2 e 3 de dezembro deste ano.

## O que posso fazer para reforçar a luta?

Para fazer parte dessa luta pela efetiva realização da Conferência, você pode procurar os Comitês Regionais do FNDC. Eles estão em permanente sintonia com as ações do Movimento Nacional Pró-Conferência de Comunicação. Você também pode acompanhar as discussões no sítio do FNDC ([www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)).

### **Pensar a comunicação é o primeiro passo**

Mas o mais importante é você começar a pensar a mídia, conversar com a sua família, seus amigos, com as associações de bairro, com os sindicatos dos quais você participa. Debater a importância da comunicação e se preparar para esse grande espaço democrático que será a Conferência.





## O que é política pública?

Uma política pública é um conjunto de conceitos, decisões e planos que orientam as ações do Estado e dos governos. No caso da educação, por exemplo, o País precisa definir qual o tipo de educação que lhe interessa, como ela vai ser implantada e quando isso será feito. A população tem o direito de participar dessa decisão.

O mesmo vale para a comunicação. Qual é a comunicação que desejamos? Que tipo de programação vamos estimular nas televisões e rádios? Quais audiovisuais o Estado financiará? Qual é o papel da comunicação comunitária? Como viabilizá-la? Como tratar a convergência digital? Quais as tecnologias que são mais favoráveis ao desenvolvimento da cultura e da cidadania? Como pode se exercer o controle público sobre a comunicação?

E assim por diante... É preciso conceituar cada tema (há muitíssimos outros), decidir como tratá-los e como abordá-los. Se o Estado não fizer isso, valendo-se do apoio e da participação popular, os empresários tratarão de fazê-lo.

## O que é controle público?

Controle público significa dar aos cidadãos as condições de escolher, opinar, acompanhar, monitorar um bem que é público: a comunicação.

Para o FNDC, controle público é a possibilidade de incidência democrática da sociedade sobre o conteúdo dos veículos de comunicação.

Para que haja controle público, também são necessários critérios que atendam o interesse da população no caso das concessões de rádio e televisão. Além disso, o interesse público deve ser respeitado pelas empresas de telecomunicações, de internet, pelos donos dos jornais e revistas.

Controle público não tem nada a ver com cercear a liberdade de expressão ou de informação, como pregam os donos da mídia. Tem a ver com a possibilidade de o povo brasileiro saber o que ocorre na comunicação brasileira e opinar sobre ela.



# Conheça o FNDC

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) é uma associação civil que luta pelo controle público das comunicações. Defende a comunicação como um direito de todo o cidadão, e organiza-se em comitês. É integrado por mais de cem entidades nacionais e regionais, de diversas áreas profissionais.

Acesse nosso sítio ([www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)) e conheça nossa história e nosso trabalho. Inscreva-se para receber nosso clipping diário e o boletim semanal e-Fórum! Publicamos também a revista MidiaComDemocracia de circulação quadrimestral, disponível em pdf.

## O que são os Comitês do FNDC?

O FNDC é representado nos estados e municípios por grupos regionais chamados de Comitês pela Democratização da Comunicação. São formados por, no mínimo, cinco entidades da sociedade civil, movimentos sociais e ativistas, que podem se associar como pessoas físicas.

Participe da luta por uma comunicação democrática! Acesse nosso sítio e saiba como organizar um comitê na sua região!



# Comitês do FNDC

## **Comitê pela Democratização da Comunicação da Bahia**

Salvador | Bahia

Contato: Jonicael Cedraz | Telefone: (71) 9984-6991

Internet: jonicael@ufba.br | <http://www.fndc-ba.ufba.br>

## **Comitê pela Democratização da Comunicação da Região Sisaleira da Bahia**

Feira de Santana | Bahia

Contato: Klaus Minihuber | Telefone: (75) 3322-4428

Internet: comunica@moc.org.br

## **Comitê pela Democratização da Comunicação de Bauru**

Bauru | São Paulo

Contato: Sandra Elena Sposito | Telefone: (14) 9785-7770

Internet: sandrelena@uol.com.br

## **Comitê pela Democratização da Comunicação de Minas Gerais**

Belo Horizonte | Minas Gerais

Contato: Lidiane Ponciano | Telefone: (31) 9905-5730

Internet: lidianeponciano@yahoo.com.br

## **Comitê pela Democratização da Comunicação de Santa Catarina**

Florianópolis | Santa Catarina

Contato: Natércia Magaldi | Telefone: (48) 3244-4826

Internet: natercia\_magaldi@yahoo.com.br



### **Comitê pela Democratização da Comunicação do Ceará**

Fortaleza | Ceará

Contato: Cristiane Bonfim | Telefone: (85) 3272-2966

Internet: crisbonfim@hotmail.com

### **Comitê pela Democratização da Comunicação do Distrito Federal**

Brasília | Distrito Federal

Contato: Joaquim Carlos Carvalho | Telefone: (61) 8163-6474

Internet: adv.joaquim@gmail.com

### **Comitê pela Democratização da Comunicação do Mato Grosso**

Cuiabá | Mato Grosso

Contato: Marisa Helena Batista | Telefone: (65) 3627-7188

Internet: marisahelena@hotmail.com

### **Comitê pela Democratização da Comunicação do Mato Grosso do Sul**

Campo Grande | Mato Grosso do Sul

Contato: Marco Aurélio Naveira | Telefone: (67) 3382-4801

Internet: corelazul2000@yahoo.com.br

### **Comitê pela Democratização da Comunicação da Paraíba**

João Pessoa | Paraíba

Contato: José Moreira Silva | Telefone: (83) 3241-4997

Internet: jsmmoreira@yahoo.com.br

### **Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio Grande do Sul**

Porto Alegre | Rio Grande do Sul

Contato: Claudia Cardoso | Telefone: (51) 8457-0727

Internet: clcard@portoweb.com.br

### **Comitê pela Democratização da Comunicação do Vale do Sinos e do Paranhana**

Sapiranga | Rio Grande do Sul

Contato: Cléber Antonio do Nascimento | Telefone: (51)9701-8161

Internet: cleber@sapiranga.rs.gov.br

## Coordenação Executiva FNDC

**Celso Schröder** – Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); **Roseli Goffman** – Conselho Federal de Psicologia (CFP); **José Luiz Nascimento Sóter** – 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 de Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert).



Apoio



FORD FOUNDATION

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

Secretaria Executiva

Av. Borges de Medeiros, 1224 / 1303 - Porto Alegre, RS - CEP 90020-025

(51) 3213-4020 / 3307-4023 / 3307-4024

secretaria@fndc.org.br

FND C

HIGS-707, Bloco R - Casa 54 - Brasília, DF - CEP 70351-718

(61) 3244-0650