



Brasil pode comprometer sua cultura se não criar proteção à chegada do conglomerado de Murdoch

Novos bárbaros do império

Há vagas
para leitores de
entrelinhas.

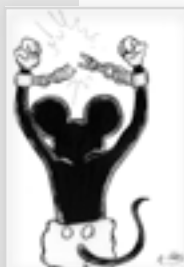


Ajude a fazer a revista do FNDC.

Escreva para imprensa@fndc.org.br

Novos bárbaros vêm pelo espaço

Parte significativa da possibilidade de se estruturar uma sociedade mais igualitária e democrática está na transmissão de conhecimento e na reflexão. Os meios de comunicação compreendem o canal mais diretamente implicado na difusão de idéias que podem auxiliar neste processo. Entretanto, cada vez mais, têm sido transformados em instrumentos de poder político e dominação cultural, inversamente ao seu potencial democrático. A concentração representada pelo conglomerado de mídia *News Corporation*, que desembarca no Brasil arrematando quase 100% dos serviços de TV paga por satélite, é uma destas barbaridades modernas que vai tratar de impor aos brasileiros a sua forma de negociar e de ver o mundo. Para o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, o *News Corporation* é muito mais do que uma ofensiva comercial, mas uma ameaça à soberania e à cultura nacional. Para refletir sobre o assunto, entrevistamos e transcrevemos pensadores que se debruçam em esmiuçar as características e conseqüências dos novos rumos e mercados da comunicação e da cultura mundiais. No papel de provocadora de debates que estimulem o pensamento crítico, a revista *MídiaComDemocracia* reporta ainda nesta edição os direitos à propriedade intelectual e a tendência ao compartilhamento; uma análise sobre as fragilidades que instituíram o sistema de TV Digital brasileiro; a escolha do rádio digital e iniciativas de caráter educativo e democrático, como o projeto *Educom.rádio*, em São Paulo. Em ano de eleições presidenciais, perguntamos aos candidatos considerados mais “elegíveis” como estão pensando a comunicação para o Brasil.



Cultura

4

Não à invasão cultural

Da primeira vez foram os portugueses, há 500 anos. Agora é a organização *News Corporation*, do magnata australiano Rupert Murdoch, que aporta no Brasil com sua cultura e modo de fazer política. Sem mecanismos de controle público, o país corre o risco de ser novamente colonizado.

Política

12

Presidenciáveis

A comunicação social tem sido uma área esquecida nos programas de governo, em qualquer instância, no Brasil. Faltam políticas públicas e aspirantes a criá-las. Alguns candidatos à Presidência da República, entretanto, aceitaram falar sobre o tema que tratam, aqui, sob a ótica da democratização.

Digitalização

16

Rádio Digital

Ao contrário da TV, a escolha de um padrão de rádio digital para o Brasil sequer prevê um processo de discussões com a participação da sociedade civil. Quatro padrões internacionais estão disponíveis, mas apenas um, o mais conservador e oneroso tem sido testado pelos radiodifusores.

Legislação

36

Direito Autoral

A proteção intelectual na era digital, quando as tecnologias da comunicação permitem copiar e reproduzir bens culturais em profusão, está sendo revista. Surgem novas formas de estruturar a cadeia produtiva, desafiando o mercado e as relações internacionais. O *Creative Commons* é uma delas.

Expediente



Apoio



Coordenação Executiva FNDC 2004-2006

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)

MídiaComDemocracia é uma publicação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação.
Editor Executivo: James Görgen (Reg.prof. nº 7742)
Editora: Ana Rita Marini

(Reg.prof. nº 10.909)
Redação: Julia Pitthan, Laura Schenkel, Francine de Souza
Reportagens: Adriano Floriani, Sílvia Ferreira, Renato Gianuca, Terlânia Bruno, Thiago Skárnio

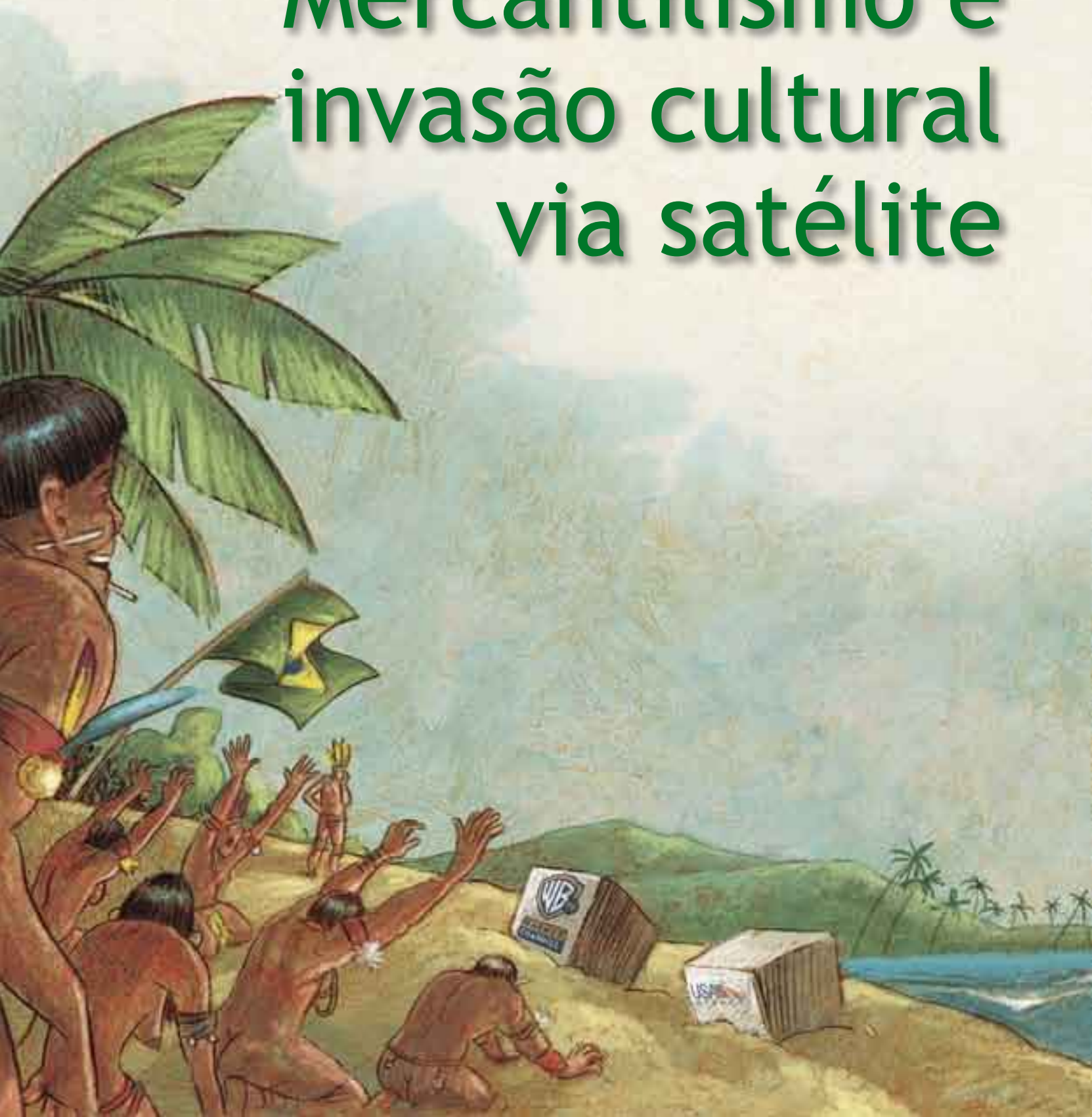
Conselho Deliberativo FNDC 2004-2006

Comitê pela Democratização da Comunicação da Bahia; Comitê pela Democratização da Comunicação de Camaçari; 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; **Antônio José Vale da Costa** – Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior (Andes-SN); **Juliano Maurício de Carvalho** – Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo (FNJP)

Editoração: Adriana Paim
Colaboraram nesta edição: Vera Canabrava, Geraldo Pereira dos Santos, José Guilherme Castro, Luis Carlos Bernardes, Gilmar Fraga
Impressão: Gráfica Trindade

Tiragem: 4.500 exemplares
As opiniões aqui expressas não representam necessariamente a posição das entidades sócias do FNDC. É livre a reprodução do conteúdo desde que citada a fonte.

Mercantilismo e invasão cultural via satélite



Da costa portuguesa, no ano de 1500, desbravadores partiram em treze naus a caminho das Índias e aportaram no Brasil. O encontro entre as duas civilizações, distantes léguas marinhas e séculos em evolução científica e tecnológica, fez iniciar, em seguida, um processo de colonização baseado na dominação, na exploração da riqueza natural e na conversão dos nativos brasileiros à religião cristã. O resultado da fusão entre essas duas sociedades foi a transculturação de hábitos e valores locais, com predominância da identidade europeia sobre a dos povos indígenas.

Passados cinco séculos, uma revolução industrial e outras de caráter transformador da humanidade, quem aporta em terras brasileiras em tempos de revolução produzida pela dita Sociedade da Informação é o grupo *News Corporation*, conglomerado de mídia do magnata anglo-australiano Rupert Murdoch. Representante de uma ideologia conservadora e sensacionalista, difundida em toda linha editorial de seus veículos, aplicada aos novos paradigmas mercadológicos, neoliberais, Murdoch vem desbravar a “Terra Brasilis” através da união das operadoras Sky e DirecTV numa nova empresa com cerca de 1,3 milhão de assinantes (equivalentes a um terço do mercado de TV paga do país) e dominando 97% dos serviços de TV por assinatura por satélite, o DTH. As empresas que compõem o conglomerado de Murdoch são a própria imagem da nova economia, cujas “verdadeiras alavancas não são nem o capital, nem o trabalho ou as matérias-primas, mas antes o modo como estes três elementos são manipulados pela informação, pela comunicação e pela administração”, a exemplo do que descreve Benjamin Barber em *Cultura McWorld* (Por uma outra comunicação, Ed. Record, 2004).

Sem propostas de mecanismos de controle público que garantam os interesses nacionais, nesse modelo globalizado de comunicação e economia, a presença concentrada da *News Corporation* no Brasil pode colocar o país, como há 500 anos, vulnerável à desapropriação da sua cultura e soberania.

Reportagem de **Ana Rita Marini**



A informação é instrumento de cultura e identidade, que através das tecnologias sofre um processo contínuo de evolução e disseminação muito característicos da sociedade atual. Por ser assim dinâmica e abrangente, engloba um conjunto de interesses tão amplos quanto complexos, que determinam a lógica dos seus veículos, os meios de comunicação, e sua estruturação enquanto instrumentos de fazer política e negócios. Assim, nas últimas décadas cresceram pelo mundo os grandes conglomerados de mídia. São verdadeiros impérios, cujos donos acumulam tanto dinheiro quanto poder.

No Brasil, foi aprovada recentemente a junção das operadoras de TV paga DirecTV e Sky, que prestam o serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e Áudio por Assinatura via Satélite (DTH). O novo negócio possibilita a formação de um monopólio, coordenado pelo grupo estrangeiro de mídia mais conservador e agressivo do planeta, o *News Corporation*. Permite aglutinar na mesma empresa 97% do mercado do serviço DTH no país. Mesmo assim, obteve autorização do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) para se estabelecer. O Cade é o órgão do Ministério da Fazenda que tem a finalidade de orientar, fiscalizar, prevenir e apurar abusos de poder econômico que possam ameaçar a integridade brasileira. Para o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), “o monopólio privado garantido com a anuência do Estado brasileiro é só o começo de uma ofensiva que vai muito além da questão comercial, atingindo diretamente a cultura e a soberania nacional”.

A concentração do mercado de DTH em uma única empresa, na avaliação do

FNDC, é facilitada por inadequações flagrantes na regulamentação do serviço (ver box), cujas impropriedades foram denunciadas por entidades da sociedade civil já na época do surgimento oficial do DTH, em 1996. Apesar das “consequências nefastas” que podem incidir sobre a cultura e a soberania nacional, este monopólio encontrou agora, 10 anos depois da implantação do serviço no país, a aprovação dos organismos competentes no governo federal para se constituir.

Cultura e mercado

Se no Século XX, o paradigma de mercado adotou critérios de lucro e competitividade, a comunicação não ficou fora desse novo modelo. “As tecnologias da informação, geradoras de uma ideologia da comunicação universal, adequam-se bem à fase em que os mercados financeiros constituem o principal modelo de funcionamento da vida social: velocidade, probabilidade e instabilidade ou caos tornam-se parâmetros de aferição do ‘mundo da vida’”, escreve Muniz Sodré, em *O globalismo como neobarbárie* (Por uma outra comunicação, Ed. Record, 2004). O monopólio privado consentido à empresa *News Corporation*, no Brasil, representa, segundo o FNDC, a permissão para uma verdadeira invasão cultural. “Quem impedirá que os noticiários da *Fox News*, uma das principais defensoras do avanço militar norte-americano sobre as demais democracias, passem a fazer parte do imaginário brasileiro?”, questiona o Fórum no manifesto *Brasil precisa dizer não à invasão cultural sobre 100% do território nacional*, publicado em junho, no qual descreve a expansão cultural e econômica do conglomerado *News Corporation* como uma “ofensiva ideológica”.

CONHEÇA MURDOCH

O magnata Rupert Murdoch é um dos maiores empresários na área da comunicação e um dos avalistas da invasão do Iraque, por meio dos seus veículos de mídia espalhados pelos Estados Unidos, Europa e Oceania, pertencentes ao conglomerado *News Corporation*. O mega-empresário das comunicações possui empresas baseadas em 52 países, controla os canais da rede *Fox*, inclusive a *Fox News*, principal concorrente da americana *CNN*. Murdoch é dono ainda de uma infinidade de jornais, entre eles os popularescos britânicos *The Times* e *The Sun*, o novíssimo *The London Paper* e o norte-americano *New York Post*. Do império de mídia de Murdoch, fazem parte ainda os estúdios de cinema *20th Century Fox* e *Fox Searchlight Pictures* e a revista *Weekly Standard*, todos de perfil conservador.



COMO SURTIU O DTH NO BRASIL

O Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e Áudio por Assinatura via Satélite (DTH – do inglês *Direct to Home*) surgiu no Brasil de forma intempestiva, designado pela primeira vez nas Portarias de nº 87/96 e nº 88/96, que beneficiaram respectivamente os grupos Abril e Globo, antecipando-se à própria regulamentação e ignorando a Lei do Cabo. A regulamentação só ocorreu depois, de forma precária, através da Norma nº 008/97, baixada pela Portaria nº 321. As autorizações para a exploração do serviço foram outorgadas sem licitação e sem pagamento pelas outorgas, como é exigido nos demais serviços de comunicação social eletrônica.

As duas portarias basearam-se em outras, anteriores (230/91 e 281/95), com normas para “provimento de meios e serviços de Telecomunicações via Satélite”, de cunho liberalizante, que proporcionaram o equívoco conceitual de confundir “provimento de meios já autorizados” com “provimento de serviços através de meios já autorizados”, que passavam a dispensar especificação e regulamentação pelo Poder Executivo.

Em 1996, o FNDC e a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) moveram ação popular com pedido de liminar na Justiça Federal contra o ex-ministro Sérgio Motta. Apresentaram minutas e projetos de lei e de decreto legislativo para regulamentar o serviço DTH e cassar as permissões concedidas irregularmente e encaminharam denúncias ao Tribunal de Contas da União e ao Ministério Público Federal sobre a ilegalidade cometida pelo governo da época. O pedido foi julgado improcedente pela 3ª Vara Federal de Brasília, em 2004. Por apelação cível, o processo seguiu então para o TRF da 1ª Região, onde permanece em compasso de espera.

César Bolaño, professor da Universidade Federal de Sergipe, acredita que o processo de concentração de mercado no setor de comunicação não deveria ser entendido como um negócio qualquer, porque envolve a possibilidade de controlar a opinião pública e de monopolizar a produção de cultura, “algo que vai muito além do mero jogo de mercado”. Segundo Bolaño, os grandes conglomerados midiáticos internacionais articulam interesses hegemônicos em nível local e global, e deveriam ser combatidos pelo Estado. Esta é uma prática que já existe há bastante tempo na TV aberta e fechada, no rádio e em outras mídias, afirma. “O perigo é que as coisas se perpetuem como estão: uma democracia de fachada, em que nada que venha a ferir interesses dominantes pode ser sequer pronunciado; uma censura implacável, esvaziamento do potencial crítico do mundo da vida”, avalia.

Guilherme Mastrini, especialista em Políticas Públicas de Comunicação, professor de Ciências da Comunicação na Universidade de Buenos Aires, na Argentina, avalia que a tendência mundial de fusão das empresas de televisão paga por satélite excede, em muitos casos, a capacidade regulatória dos Estados. Para evitar que a soberania nacional seja seriamente afetada, Mastrini indica o “apoiar o estabelecimento de alternativas nacionais para resguardar o conjunto das culturas existentes no Brasil. E também regular fortemente as condições em que o grupo (Sky/DirecTV) deverá atuar no país, obrigando-o a distribuir um percentual de canais nacionais”.

As condições apontadas pelo especialista encontram-se abrigadas na Lei da TV a Cabo, (Lei 9877/95). Entretanto, não possuem referentes na regulamentação do DTH, mais flexível. Conforme Sodrê, “em nome da liberdade de mercado, a mídia cauciona a desregulamentação financeira e cambial que vem resultando, na América Latina, em verdadeiros paroxismos de ganância especulativa”.

Com políticas de comunicação formuladas a partir dos critérios de mercado, o que predomina no setor é uma forte tendência econômica de concentração, avalia Mastrini. “Uma das principais características do setor audiovisual são os altos custos fixos, que fazem com que somente os grandes produtores possam

suportar o alto risco econômico da produção audiovisual”, reflete. Segundo o especialista, o setor privado responde à lógica de obter vantagens, restringindo seus produtos aos que serão úteis para cumprir seus objetivos mercantis. “Para este mercado, é mais econômico produzir um só produto que seja distribuído em escala regional, com uma múltipla amortização dos custos, do que investir em muitos produtos de caráter local”, enfatiza. A crescente influência de organismos supranacionais, especialmente a Organização Mundial do Comércio (OMC), através de acordos comerciais, da enorme capacidade de lobby e o apoio de alguns grupos das elites nacionais, promove, segundo Mastrini, a eliminação de todo tipo de subsídio para a produção cultural. “Cabe ao Estado assegurar que o conjunto das expressões culturais de um povo encontrem reflexo”, defende.

A chamada “otimização da cadeia produtiva”, promovida pelos conglomerados de mídia, acarreta, segundo Assunção Hernandez, produtora audiovisual, a uniformização da produção, a queda de qualidade estética e da diversidade cultural, além da inviabilidade da produção independente. “Ao mesmo

“O perigo é que as coisas se perpetuem como estão: uma democracia de fachada, em que nada que venha a ferir interesses dominantes pode ser sequer pronunciado; uma censura implacável, esvaziamento do potencial crítico do mundo da vida”

César Bolaño



tempo em que concentra sua transmissão, empobrece a diversidade cultural, a existência de olhares diversos sobre a realidade e exclui tudo o que é diferente e contestatário”, interpreta Hernandez. Também Bolaño declara que a diversidade cultural do mundo deveria corresponder uma diversidade de vozes e de meios de expressão. Porém, “a resistência à invasão cultural, quando só se dispõe de uma fonte de informação, fica pautada pelo poder”, conclui.

Sem fronteiras, com identidade

O antropólogo Néstor Garcia Canclini, em *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização* (Ed. UFRJ, 2005), apresenta o fenômeno da globalização como um fracionamento articulado do mundo, um reordenamento das diferenças e desigualdades. Por isso, escreve, “a multiculturalidade é um tema indissociável dos movimentos globalizadores”. Canclini afirma que já não é possível pensar e agir deixando de lado os processos globalizadores, as tendências hegemônicas da urbanização e da industrialização da cultura. Porém, não considera isto o fim da diversidade ideológica, mas um horizonte “englobante e aberto”, em torno do qual precisam se organizar as identidades nacionais. Por multicultural, o autor entende a justaposição de etnias ou grupos de uma cidade ou nação.

Também para Jesús Martin-Barbero, pesquisador, escritor e professor do Departamento de Estudos Culturais do Instituto Tecnológico e de Estudos Superiores do Ocidente, no México, os fenômenos de globalização comunicativa não podem ser pensados como meros processos de homogeneização, mas como profunda mudança no sentido da diversidade. “Um movimento de poten-

cialização da diferença e de exposição constante de cada cultura às outras... um permanente exercício de reconhecimento daquilo que constitui a diferença dos outros como enriquecimento potencial da nossa cultura”, descreve Barbero no artigo *Globalização comunicacional e transformação cultural (Por uma outra comunicação, Ed. Record, 2004)*.

Ambas as premissas, a de Barbero e a de Canclini, sucumbem se submetidas ao poder opressivo de um monopólio. “A cultura local é alterada pelas fusões de mídia de maneira muito diferente do que as influências culturais saudáveis normalmente influenciam as nossas vidas. A cultura de massa nivela por baixo, é centralizadora, exploratória e não-autêntica. Além de não favorecer a criatividade de raiz, a ‘cultura’ corporativa é sintética e orientada para o consumo”, sentencia Normon Solomon, jornalista norte-americano, mentor do *Fair – Fairness&Accuracy in Media In Reporting*, organismo dedicado ao monitoramento e à crítica da mídia, na identificação de notícias tendenciosas.

No entender do FNDC, a aprovação da fusão das operadoras Sky e DirecTV não apenas legitimou um monopólio privado como deu aval para a invasão estrangeira da cultura nacional por um aliado íntimo da família Bush.

“O Estado cometeu um dos maiores atentados à soberania nacional do Brasil desde o caso Time-Life, ocorrido na década de 60”, declarou o Fórum em seu manifesto.

Segundo Canclini, em tempos de livre comércio, a integração ‘pluricultural’ da América Latina “requer reformas constitucionais e políticas que garantam os direitos dos diversos grupos”. Canclini designa aos órgãos públicos a responsabilidade de desenvolver programas que facilitem a informação e o conhecimento recíprocos nas indústrias culturais que comunicam intensamente os povos, como o rádio, a TV, o cinema, o vídeo e os sistemas eletrônicos interativos.

Recomendações foram ignoradas

Em dezembro de 2004, o Conselho de Comunicação Social (CCS), órgão auxiliar do Congresso Nacional, aprovou um parecer posicionando-se contrário à fusão das operadoras Sky e DirecTV. Um relatório produzido no âmbito do CCS apontava os problemas antecedentes, envolvendo o serviço DTH no Brasil, e fundamentou as recomendações apresentadas ao Congresso Nacional e aos demais poderes da República, na ocasião. Os conselheiros Antônio de Pádua Teles de Carvalho e Daniel Herz, relatores, entendiam que a submissão da televisão à política, à economia, a vontades contrárias ao interesse público e a interesses estranhos aos do país pode ser catastrófica, devido à extraordinária importância cultural que representa o veículo. “As ameaças à televisão, em todas as suas modalidades, constituem ameaças à unidade nacional, à consciência e à vontade da população que, majoritariamente, tem neste veículo sua única fonte de informação. Também são ameaças ao mercado e à economia nacional e, por conseguinte, configuram ameaça à soberania nacional”, relataram. E recomendaram ao Ministério das Comunicações, para evitar que se consolidasse o monopólio, que procedesse às correções necessárias na regulamentação do serviço DTH.

As recomendações do CCS foram ignoradas pelo Cade. O Conselho Administrativo de Desenvolvimento Econômico desconsiderou a temeridade da concentração dos serviços DTH. Ao aprovar a fusão das operadoras Sky e DirecTV, deixou de aproveitar a oportunidade para impor medidas de proteção à produção audiovisual independente, de veiculação dos canais comunitários, universitários e legislativos, como as que estão previstas na Lei da TV a Cabo. A exemplo da Fe-

deral Communication Commission (FCC) – agência reguladora americana – que no final de 2003 aprovou (com algumas limitações preventivas às práticas monopolistas) a compra de 34% da *Hughes Electronics* (controladora da DirecTV) pela *News Corporation (Sky)*, o órgão brasileiro do Ministério da Fazenda impôs ao negócio algumas restrições, dentre as quais: a nova empresa, durante um período de cinco anos, não poderá contratar exclusividade para transmissão de jogos de futebol dos quatro maiores campeonatos brasileiros e da *Copa Libertadores da América*; deverá praticar política de preços nacionais, oferecendo todos os pacotes de programação nacionalmente; durante três anos, deverá transmitir os canais pagos de conteúdo brasileiro disponíveis na DirecTV, garantindo aos programadores de conteúdo nacional no mínimo as mesmas receitas já alcançadas; retira contratos e cláusulas que dão ao grupo Globo (sócia de Murdoch na Sky Brasil) poder de veto ou decisão unilateral na contratação de conteúdo nacional. Apesar da tentativa do Cade, de inviabilizar exclusividades para conter a formação de monopólio, alguns setores da sociedade civil envolvidos com as questões da cultura e da comunicação social condenaram a fusão das operadoras, por considerá-la predatória.

Os Davis e os Golias

Além do dilema intercultural ao qual o país se expõe, o novo negócio despreza iniciativas em produção independente de conteúdo nacional. Em entrevista concedida à revista *Tela Viva* (agosto de 2006), durante o Congresso da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), o dirigente da empresa que surge da fusão Sky/DirecTV, Luiz Eduardo Baptista, declarou que não acha que o programador nacional mereça qualquer privilégio em sua *line-up* só pelo fato de ser brasileiro. “O conteúdo tem que ser bom para ser carregado”, falou. Para Baptista, o único programador nacional que conta é o grupo Globo (acionista da empresa, associado à Sky Brasil). O diretor garantiu, na entrevista, que não vai comprar conteúdo latino por conta da cota regional. “Se os canais não estão entre os 30 mais assistidos, não faz a menor diferença”, declarou.

O canal CineBrasil TV é o único canal independente de veiculação de

conteúdo nacional na TV por Assinatura, concorrente do Canal Brasil, da Globosat. O CineBrasil TV alcança 3,5% do mercado, é recusado pelas operadoras Net e Sky/DirecTV e está ameaçado de desaparecer. Após a fusão da Sky e DirecTV, a diretora do CineBrasil TV, Tereza Trautman, enviou carta ao Ministro da Cultura, Gilberto Gil, na qual alertava sobre a situação anômala estabelecida no mercado brasileiro de TV por assinatura, cujo espaço disponível para o único canal obrigatório (segundo a Lei do Cabo) à exibição da produção nacional independente é ocupado pelo Canal Brasil, ligado economicamente à TV Globo. “É um contra-senso. Cabe a este Ministério corrigir”, pedia a diretora. Tereza aguarda também que a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) tome suas providências. “O dr. Ara Apkari Minassian, Superintendente de Serviços de Comunicação de Massa, no Congresso da ABTA, em agosto, disse que a Anatel vai criar uma portaria exigindo a exibição de produção independente nacional nos serviços DTH e MMDS”. Essa é uma reivindicação que o setor vem fazendo há seis anos. “Uma portaria interna basta”, explica Tereza.

Já a operadora Tecsat, um grupo brasileiro de capital 100% nacional, detentora dos restantes 3% do mercado DTH no Brasil, está otimista quanto ao futuro. Apesar do susto inicial, de ter seu negócio inviabilizado perante o gigante que nascia, Paulo Roberto Hisse de Castro, diretor de marketing da Tecsat, considera que as restrições impostas pelo Cade quanto à exclusividade na oferta de canais favorecem à operadora brasileira. “Começamos a tabular negociações com esses canais e acreditamos que em breve poderemos incluí-los em nosso *line-up*”, declara. Castro conta com a possibilidade de incluir os canais Globosat, HBO e SporTV, tornando a empresa mais competitiva, e, conseqüentemente, angariando uma parcela de clientes considerável. “Mais uma vez, Golias não derrubou Davi”, comparou.

Dois pesos

A legislação precária da comunicação, no Brasil, vem historicamente favorecendo os “Golias”. Assim, a mesma flexibilidade regulatória que possibilita a fusão das operadoras Sky e DirecTV, também pode licitar um terceiro negócio, que vai levantar outro gigante (nada

adormecido), o setor de Telecomunicações. Neste caso, entretanto, o representante brasileiro de Murdoch clama por regulamentação. “O governo tem obrigação de regular a entrada das teles no negócio de TV paga para garantir o negócio dos ‘pequenos’ e assegurar a competitividade”, declarou o dirigente da Sky/DirecTV à revista Tela Viva, colocando-se no lugar de um Davi.

Porém, a entrada das teles no mercado da TV por assinatura é iminente. A Telefônica, por exemplo, quer lançar até o final do ano seu serviço de TV paga, com transmissão por satélite, para o Estado de São Paulo. Como novos investidores, as empresas de telecomunicação abrem novas perspectivas em toda a cadeia produtiva do setor audiovisual, que ganhará mais um amplo espaço para colocação das suas obras e serviços. Já na posição de competidoras, as teles representam uma séria ameaça, pois chegam ao mercado com aporte financeiro muito maior nas áreas onde já atuam nos serviços de telefonia.

Segundo o presidente da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), Alexandre Annenberg, existem impedimentos legais para a constituição deste tipo de negócio com as teles, tanto na Lei do Cabo, quanto da Lei Geral de Telecomunicações e nos próprios contratos de concessão para serviços de telefonia fixa. “Empresas com características monopolísticas não podem desbalancear este mercado”, afirma. Annenberg argumenta que se as teles entrarem com serviços de TV por assinatura nas regiões onde já oferecem telefonia, e portanto já construíram toda

“A consolidação da mídia monopolizada faz parte de uma agenda neoliberal que abrange privatizações, globalização das corporações, acordos comerciais, desregulamentação, entre outras”

Norman Solomon

uma infra-estrutura, poderão praticar preços muito menores, inviabilizando qualquer competição. A ABTA entrou com processo na Anatel, no início do mês, pedindo que a Telefônica seja impedida de oferecer o DTH no Estado de São Paulo, onde domina o mercado de telefonia fixa.

Equilíbrio democrático

Em junho de 2004, o então presidente do CCS, José Paulo Cavalcanti Filho, durante debate no órgão auxiliar do Congresso Nacional falou da nova lógica do mercado dos meios de comunicação. “Especialmente em países como o nosso, de dimensões continentais, as relações se operam ao menos em dois níveis: um mais amplo, relacionado às questões institucionais; outro restrito, ligado aos micro-universos políticos de estados e municípios - no qual são menos sutis, inseridas em um quadro de interferência direta na própria legitimação da democracia representativa”, destacou. Cavalcanti afirmou que é nas pequenas e médias cidades brasileiras que a concentração dos meios de comunicação revela sua face mais preocupante em relação à democracia, porque, com frequência, atinge a própria legitimidade de representação política.

Norman Solomon lamenta a tendência de consolidação do controle sobre a mídia cada vez mais na mão de poucas corporações, que não levam em conta a participação da população na tomada de decisões, tornando o processo antidemocrático. “A consolidação da mídia monopolizada faz parte de uma agenda neoliberal que abrange mais áreas - privatizações, globalização das corporações, acordos comerciais em corporações dirigidas, desregulamentação, desmantelamento das aposentadorias, entre outras”, afirma Solomon.

No Brasil, é imprescindível equalizar a regulamentação de TV por assinatura “para tentar desfazer os efeitos desse tipo de transação absolutamente comercial, insustentável do ponto de vista da Constituição”, defende Celso Schröder, coordenador-geral do FNDC. Ele acredita que mesmo um grupo com as características de cartel, como este nascido da fusão das operadoras Sky e DirecTV, poderá causar danos menores à sociedade se submetido à idéia de controle público.

Datamídia acompanhou cobertura da mídia impressa nas eleições

Com o objetivo de acompanhar a produção da imprensa brasileira durante as eleições presidenciais 2006, surgiu o projeto Datamídia. “A idéia é catalogar e analisar todas as matérias jornalísticas publicadas em cinco jornais que citem os candidatos à Presidência da República e seus partidos ou coligações”, explica o coordenador-geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Celso Augusto Schröder, responsável pelo projeto. O trabalho nasceu de uma iniciativa de estudantes de jornalismo da Faculdade de Comunicação Social (Famecos) da PUCRS, e encontrou na Fundação Friedrich Ebert Stiftung (FES) e no Fórum o apoio para viabilizar a iniciativa.

Dos dias 5 de julho a 1º de outubro, os pesquisadores submeteram a produção dos cinco jornais de maior circulação do país – Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, O Globo, Zero Hora e Correio do Povo – aos métodos determinados pelo projeto “A Mídia nas Eleições - Metodologia para monitoração dos resultados da produção editorial da mídia sobre processos eleitorais”. O método foi desenvolvido em 1999, pelos pesquisadores Christa Berger, Daniel Herz, Fernando de Almeida Sá, Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Victor Gentilli para a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), a Federação Internacional dos Jornalistas (Fij) e o FNDC. Os critérios dão conta das dimensões das matérias, temas e da tonalização (positiva, negativa ou neutra) de cada um dos atores citados (os candidatos).

Desvendar a cobertura

Para Schröder, pesquisas desta natureza são importantes para o FNDC porque reúnem dados quantitativos que auxiliam no desvelamento da produção de comunicação do país. “Queremos identificar cientificamente os fenômenos de cobertura da nossa imprensa”, declarou a coordenadora do Curso de Jornalismo da Famecos, Cristiane Finger. A jornalista destaca a relevância de

investigar o comportamento da imprensa diante de um fenômeno tão importante para o país como a eleição presidencial, e cuja cobertura costuma ser motivo de grande polêmica. Diversos estudos já comprovaram a efetiva interferência da mídia no curso das eleições no Brasil. Embora a maioria deles se debruce sobre a produção da televisão alguns teóricos já investigaram a atuação dos veículos impressos. Fernando Lattman-Weltman,

um dos organizadores da obra *A imprensa faz e desfaz um presidente*, centra seus esforços de observação nos principais jornais brasileiros, estabelecendo umnexo entre a eleição de Collor e sua deposição. Nesse sentido, o projeto Datamídia estabelece parâmetros para acompanhar o papel desempenhado pela imprensa nestas Eleições 2006.

Primeiras impressões

Através da geração de gráficos, o Datamídia apresentou números interessantes já em início de setembro, um mês antes das eleições. O candidato Luís Inácio Lula da Silva despontava como o mais citado. “Lula Candidato” e “Lula Presidente” foram considerados atores diferentes para fins de análise mais qualificada, uma vez que a mesma figura ocupa as duas posições no processo eleitoral.

Os jornais analisados investiram em uma oposição Lula e Geraldo Alckmin no início do processo, seguido por Heloisa Helena versus Cristovam Buarque, levando em conta o espaço destinado a cada um dos candidatos. Outra constatação visível foi a adoção dos números



revelados por pesquisas de intenção de voto como critério para determinar ocupação de espaço nas páginas dos impressos. A ascensão da candidata do PSol nas pesquisas eleitorais ampliou seu espaço nos veículos significativamente. Em oposição, Cristovam Buarque teve seu espaço reduzido.

O projeto Datamídia propõe-se a organizar por categorias as matérias jornalísticas quanto aos seus temas, divididos em três eixos – Temas de Campanha, Temas Programáticos e Temas de Governo. Percebeu-se uma grande predominância dos Temas de Campanha no material analisado, o que significa uma redução no espaço para a discussão dos programas de governo e plataformas eleitorais. Notou-se também uma tendência negativa em relação aos partidos políticos, superior aos candidatos, num processo de descolamento das imagens de um e outro.

O acervo de jornais, assim como os gráficos e dados coletados e comentários, estão à disposição de qualquer interessado.

Para saber mais, é possível acessar www.datamidia.fndc.org.br.

Cultura como objetivo

Historicamente, a população é aliada do acesso à recepção e à produção cultural, fatores essenciais para o desenvolvimento da sociedade brasileira (e qualquer sociedade). Assim, a democratização da cultura – determinada majoritariamente pela comunicação de massa – é uma necessidade que está diretamente relacionada à democratização dos meios de comunicação.

Culturas populares não encontram espaço no âmbito nacional. Esse pressuposto foi uma das conclusões da *Primeira Conferência Nacional da Cultura* (CNC), realizada em Brasília, no final do ano passado, quando representantes do governo e diversas entidades reuniram-se para debater propostas para a questão. A primeira das 30 prioridades apontadas pela CNC revelou a preocupação do setor: regulamentar as leis dos meios de comunicação de massa (art.221 da CF/88), através de projeto de lei garantindo a veiculação e divulgação das produções e manifestações culturais regionais em rádio e televisão. “Se há um déficit na democratização da comunicação, ele se prolonga para a cultura. Por isso, atuamos na comunicação de massa. Para incidir na cultura”, revela o coordenador-geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Celso Schröder. O tema faz parte do quarto eixo de atuação do Fórum.

Néstor García Canclini, antropólogo e pesquisador mexicano, afirma que é uma questão teórica e um dilema-chave, nas políticas sociais e culturais, não só reconhecer as diferenças, como corrigir as desigualdades e conectar as maiorias às redes globalizadas. “Para definir cada um destes 3 termos, é necessário pensar nos modos pelos quais se complementam e desencontram. Nenhuma destas questões tem o formato de há 30 anos. Mudaram desde que a globalização tecnológica passou a interconectar simultaneamente quase todo o planeta e a criar novas diferenças e desigualdades”, escreve Canclini no livro *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização* (Ed.

UFRJ. 2005). Para Canclini, a expansão econômica e da mídia propiciada pelas indústrias culturais não beneficia equitativamente a todos os países, nem regiões. “As ações públicas em relação às indústrias eletrônicas se reduziram à privatização de rádios, de canais de televisão e de outros circuitos de difusão de massa, nos quais se tentaram sustentar – quase sempre com pouco êxito – programas artísticos e informativos que representassem a diversidade cultural”, escreve. Canclini destaca que os problemas agravam-se à medida que as grandes empresas privadas e transnacionais se dedicam aos meios de comunicação mais rentáveis e de maior influência. “Conseguem, assim, uma intensa penetração na vida familiar e se convertem nos principais organizadores do entretenimento e informação de massas”.

Global ou exótica

Para o professor de Comunicação Rural da Universidade Federal de Pernambuco e presidente da Comissão Pernambucana de Folclore, Roberto Benjamin, não se pode negar o grande e devastador impacto dos meios de comunicação de massa, principalmente a televisão, sobre as culturas regionais. “Em nossos dias, a globalização da comunicação de massas deixou de ser uma ameaça para se converter em uma realidade que se vai completando com a globalização da economia”, escreve Benjamin, no artigo *Culturas regionais: permanências e mudanças*, publicado no livro *Globalização e regionalização das comunicações*, organizado por César Bolaño (Ed. EDUC - UFS / São Paulo, 1999).

Benjamin destaca que o fascínio que os meios de comunicação de massa causam nos portadores da cultura tradicional não encontra equivalente no sentido inverso, ou seja, dos meios de comunicação de massa ante a tradição popular, porque o caráter particular das manifestações populares é incompatível com a pretensão globalizadora do mercado. “Somente quando tomada como um adereço exótico

é que a cultura tradicional vem a ser apresentada nos *mass media*, passando ainda por um processo de decupagem, que diríamos mesmo de edulcoração”, escreve.

Berenice Mendes, produtora audiovisual, ressalta que para a promoção do acesso à cultura é preciso regulamentar os sistemas públicos de tevê e pensar o modo de viabilizar os canais públicos. “É necessário haver um desenvolvimento humano, com acesso amplo à educação e à cultura. Democratizar o acesso à cultura faz parte dos novos paradigmas que a sociedade brasileira precisa adotar.” A cineasta pondera que o atual governo provocou um grande avanço nesse sentido e na mobilização da sociedade. “Com a Conferência Nacional da Cultura, tivemos um diagnóstico do que a sociedade precisa e deseja. Resta saber se num segundo mandato haverá a ampliação das instâncias de participação da sociedade para execução dessas políticas ensaiadas até aqui”, questiona.

A tarefa não é fácil. É preciso promover uma descentralização da produção cultural, valorizar a cultura e destinar mais verbas para a preservação do patrimônio cultural brasileiro. Os indicadores sobre o acesso à cultura, no Brasil, não são animadores. Cerca de 10% da população brasileira, apenas, vai ao cinema. O índice de leitura anual é de 1,8 livros por habitante. A atuação do governo é condição *sine qua non* para reverter a visão da cultura como algo secundário. A formulação das políticas públicas baseiam-se em três objetivos, segundo descreve o secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, Ranulfo Alfredo Manevy de Pereira Mendes. São eles: universalizar o acesso da população aos bens culturais; fortalecer a diversidade cultural brasileira e reconhecer a cultura como um direito do cidadão. “A comunicação é fundamental para que a cultura seja conhecida e praticada pela população”. Segundo o secretário, comunicação e cultura são como irmãos siameses. Os dois só podem atingir a democratização juntos.

Candidatos à Presidência pensam a área das comunicações

Independentemente do resultado das eleições, o que as principais lideranças políticas do Brasil têm a dizer sobre comunicação é uma notícia sempre atual. **MídiaComDemocracia** insistiu por semanas e conseguiu apresentar nesta e nas próximas três páginas a posição dos quatro principais candidatos às eleições presidenciais de 2006, sobre diversas questões relativas à área. É um documento para ler, refletir e servir como base para futuras reivindicações da sociedade.

Tema quase sempre ausente dos programas de governo e do horário eleitoral, ou relegado às últimas linhas dos cadernos que trazem os compromissos públicos, a comunicação é uma área que os candidatos tocam com luvas de pelica. A maioria dos marqueteiros de plantão entende que propor qualquer avanço nesta área, ou mesmo um simples detalhamento das ações em caso de vitória, poderia indispor o futuro mandatário da Nação com os “donos da mídia”, o que poderia trazer danos à imagem do concorrente junto à opinião pública. Só este fato já ilustra como o Brasil vive distante “anos-luz” da democracia nas comunicações.

Com exceção de alguns partidos de oposição, raramente o assunto ganha alguma visibilidade na corrida presidencial. Por isso, foi difícil à *MídiaComDemocracia* obter respostas de Geraldo Alckmin, Heloísa Helena e Cristóvam Buarque sobre questões que envolvem desde o processo de digitalização das comunicações até a repressão às rádios comunitárias, passando por re-

gionalização da produção audiovisual, coronelismo eletrônico, software livre e marco regulatório das comunicações.

A produção desta matéria teve uma ausência reveladora. Liderando as pesquisas de intenção de voto até o final de setembro, o atual presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, preferiu não se posicionar sobre o assunto de forma mais aprofundada.

O silêncio de Lula pode ter diversos significados. Mas semanas antes do programa de governo do candidato ser divulgado, a imprensa teve acesso ao rascunho do que seria o Caderno Setorial Comunicação e Democracia. A publicação, elaborada por uma das 32 comissões temáticas formadas pela Coligação *A Força do Povo*, teria o objetivo de detalhar as ações do programa de governo do segundo mandato.

A reação foi imediata. O texto vazado para a imprensa sofreu ataques previsíveis e que ainda surtem efeito. Repetindo uma argumentação frágil exercida em 2004 contra as propostas de criação da *Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual* e o *Conselho Federal de Jornalismo*, as notícias tacharam as propostas que previam uma maior

regulação para a área como ataque à liberdade de expressão ou intervencionismo estatal. O resultado disso foi a condensação das 12 páginas do caderno a uma elaboração tímida e genérica de três linhas na versão final do programa (reproduzidas no quadro abaixo).

Analizadas à luz da razão e não da reação corporativista e conservadora, as propostas apenas estabelecem uma série de políticas públicas para a área das comunicações, de cunho democratizante. Muitas delas, já previstas na contribuição que o FNDC apresentou aos candidatos a presidente no pleito de 2002 e que, depois de aprovada pelo Partido dos Trabalhadores, ficou de fora do programa de governo do primeiro mandato.

A falta das palavras de Lula nesta edição da revista *MídiaComDemocracia* também revela outro fato emblemático: como será difícil para a sociedade brasileira mudar o *status quo* da comunicação enquanto os “donos da mídia” usarem como chantagem na relação com os políticos o combate a qualquer medida que vise o controle público da sua área de atuação. Quebrar este “vício de origem” é a maior promessa que um candidato poderia oferecer a seus eleitores.



Ricardo Stuckert/PR

Luis Inácio Lula da Silva - PT

O Programa de Governo 2007/2010, lançado no dia 29 de agosto, inclui tópico especial para a Comunicação. O texto da coligação *A Força do Povo* (PT/PC do B) assume o compromisso de:

- ▶ Construir um novo modelo institucional para as comunicações, com caráter democratizante e voltado ao processo de convergência tecnológica.
- ▶ Incentivar a criação de sistemas democráticos de comunicação, favorecendo a democratização da produção, da circulação e do acesso aos conteúdos pela população.
- ▶ Fortalecer a radiodifusão pública e comunitária, a inclusão digital, as produções regional e independente e a competição no setor.

Heloísa Helena - P-SOL

“A propriedade privada e centrada nos interesses pessoais de políticos é uma antítese do que defendemos”

Programa de governo em Comunicações

Nosso objetivo é a democratização da informação, que, em uma sociedade de massas, determina a formação de opiniões e valores, desempenhando assim um papel central na organização social e política. Na maior parte do Brasil, a situação mais comum é a de monopólios regionais que associam em uma mesma família, ou grupo, a propriedade de praticamente toda comunicação de massas, o controle da política local e os cargos de representação nos níveis estadual e federal. Para libertar o potencial criador da sociedade, estabelecer autenticidade na comunicação, garantir o pluralismo e difundir valores construtivos do processo civilizatório, as redes de televisões e de rádios devem ser reorganizadas na forma predominante de um espaço público, nem governamental, nem privado.

Digitalização das comunicações

Para o desenvolvimento econômico, a digitalização pode representar um impulso formidável para a incorporação de uma nova tecnologia com efeitos multiplicadores importantes em vários setores, particularmente na área do audiovisual. Oportunidades que podem ser abertas à ampliação da produção audiovisual independente e a sua veiculação. Mas, para tanto, a regulação deverá ser estabelecida permitindo um redimensionamento do chamado espectro eletromagnético, por onde são transmitidos os sinais de radiodifusão, viabilizando a entrada em cena de um conjunto de novos agentes, muito além dos restritos beneficiários atuais.

Marco regulatório

O atual Código Brasileiro de Telecomunicações, além de absolutamente ultrapassado e inadequado para responder a um conjunto de novas exigências (ele é de 1962), desde o seu nascedouro já incorporou uma série de deformações – sob o ponto de vista da democracia – visando atender aos interesses corporativos dos grandes empresários do ramo de TV e rádio.

É grave a situação atual – decorrente de decisão tomada no governo FHC – onde a parte referente às telecomunicações foi retirada do corpo legal da regulamentação atinente ao Código. Precisamos de um novo Código, que trabalhe com a realidade tecnológica atual e regule a convergência entre os meios de comunicação, amparando legalmente a introdução da digitalização da TV e rádio. Como norte geral, deveremos atender aos princípios explicitados no artigo 221, da Constituição Federal: finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promoção da cultura nacional e regional; produção independente; regionalização da produção cultural, artística e jornalística; respeito aos valores éticos e sociais.

Radiodifusão comunitária

Na perspectiva da democratização dos meios de comunicação, a estrutura de radiodifusão comunitária deve ser objeto de incentivo e amparo, particularmente com a sua clara defesa na nova regulação a ser elaborada.

Coronelismo eletrônico

Defendemos preferencialmente a propriedade social dos meios de comunicação. Essa é a natureza pública que terá de ser privilegiada na nova conformação que pretendemos estimular para o setor. A propriedade privada e centrada nos interesses pessoais de políticos é uma antítese do que defendemos e aprofunda as possibilidades de apropriação privada e anti-social dos meios de comunicação.

Produção regional e independente

Temos a intenção de estimular a produção regional e independente e garantir que a regulação da TV digital contemple o aproveitamento democrático das possibilidades de estender ao maior número possível de interessados o acesso aos novos canais, através do uso adequado do espectro eletromagnético. Essa é inclusive a questão mais importante a ser definida nessa fase de implantação da TV digital no país: a mudança qualitativa e quanti-



tativa dos conteúdos audiovisuais que estarão sendo veiculados por essa mídia. Assim, garantiremos uma pluralidade significativa da produção audiovisual.

Implantação da TV digital

Iremos rever todo o processo recente, onde a escolha do padrão japonês foi fortemente influenciada pelos interesses das redes nacionais de televisão. Sob o ponto de vista do padrão tecnológico mais adequado para o país, recuperaremos todo o trabalho desenvolvido pelo Sistema Brasileiro de TV Digital. Contudo, o mais importante será a prévia definição do novo marco regulatório.

Debate Rádio Digital

Temos a mesma perspectiva de trabalho que explicitamos anteriormente. Cabe destacar que, em todo esse novo processo que reabriremos, será de vital importância para uma efetiva democratização dos meios de comunicação no Brasil, a participação da sociedade civil nos debates com os segmentos interessados e com o Congresso Nacional.

Software livre

Com relação à adoção de software livre por parte dos órgãos da administração federal, temos não somente interesse como criaremos as melhores condições para a sua plena utilização, superando os impasses da tímida iniciativa que até agora marcou as experiências do gênero no âmbito dos programas do governo federal.

Geraldo Alckmin - PSDB

“É imprescindível que se estabeleça um amplo diálogo, envolvendo todas as partes interessadas, para se construir um novo modelo capaz de servir ao país nos anos por vir”



Divulgação

Programa de governo em Comunicações

No Brasil, onde as diferenças econômicas e sociais são tão grandes, a área de comunicações reveste-se de fundamental importância para o desenvolvimento e consolidação da cidadania. Temos que pensar comunicações como um instrumento efetivo, eficiente e eficaz de promoção da informação, da educação e da cultura, além de disseminador do entretenimento.

Digitalização das comunicações

A digitalização não pode ser vista unicamente como um fenômeno tecnológico. É, principalmente, uma ferramenta que amplia os meios para relacionamento entre as pessoas e com as organizações, especialmente dos cidadãos com o governo, e um fator de desenvolvimento para o País. Por isso, pode e deve ser utilizada pelo Estado como um moderno e poderoso veículo para o crescimento econômico e o desenvolvimento social.

Marco regulatório

O Brasil, no final dos anos 90, empreendeu um dos mais arrojados projetos de modernização das suas telecomunicações. Os profissionais e as instituições brasileiras estão aptos a completar esse projeto, interrompido nos últimos anos, criando

para o segmento de mídia eletrônica um marco regulatório que recepcione os princípios e conceitos mais modernos de regulação das comunicações, sem descuidar da importância dos empreendimentos que tornaram o país um dos mais destacados no mundo nesse segmento.

Ainda que a presença do Estado seja necessária, principalmente na esfera regulatória, é muito importante preservar a liberdade de expressão e de informação e o direito do cidadão de ser informado. Embora o marco legal, quanto ao conteúdo eletrônico, esteja obsoleto, é imprescindível que se estabeleça um amplo diálogo, envolvendo todas as partes interessadas, para se construir um novo modelo capaz de servir ao país nos anos por vir.

Radiodifusão Comunitária

A Lei nº. 9.612/98, que instituiu a Rádio Comunitária no Brasil, decorre de um Projeto encaminhado ao Congresso pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso. Isso deixa claro o compromisso do PSDB com esse serviço, de especial importância para o desenvolvimento da comunicação social. Ainda no governo do PSDB, foram criados canais para rádios comunitárias em praticamente todos os mais de 5.500 municípios brasileiros e foram autorizadas mais de 1.600 rádios. Trataremos a Radiodifusão Comunitária com estímulo ao desenvolvimento do serviço e não com morosidade, perseguição política e fechamento arbitrário como, pelo que se depreende da questão, faz o atual governo.

Coronelismo eletrônico

A legislação brasileira não impede que pessoas que gozem de foro especial sejam concessionários ou permissionários de serviços de radiodifusão, aí incluídos a rádio e a TV, vedando apenas a sua participação na gestão da emissora. O que temos que fazer é cumprir a Lei. Isso é que se exige dos cidadãos e dos governantes num regime democrático.

Produção regional e independente

O Brasil tem se mostrado um qualificado centro de produção de conteúdo

de qualidade técnica, artística e de criatividade dos nossos autores. Estamos entre os mais capacitados produtores de conteúdo e temos que aproveitar esse diferencial, que pode transformar o país num dos centros de referência. Isso exige a disseminação da produção no Brasil todo, sem que deixemos de valorizar os grandes centros hoje já estabelecidos.

Implantação da TV digital

A condução se dará com ênfase nos benefícios que não só a digitalização do sinal de televisão trará, mas, especialmente, os que a transição poderá proporcionar para a sociedade, com a ampliação das opções de conteúdo. Isso exigirá também níveis mais avançados de profissionalização para a produção de programas com transmissão em tecnologia digital, inclusive em alta definição, ampliando a geração de empregos no setor.

Debate Rádio Digital

O debate é estimulador de definições mais corretas e tudo faremos para promovê-lo. A definição do rádio digital foi encoberta pelo destaque que se deu à TV digital. Mas na minha visão, o rádio digital também é de vital importância, pois, tão ou mais rapidamente que a televisão, a radiodifusão sonora precisa se modernizar para enfrentar os desafios da convergência tecnológica nos diversos segmentos de comunicações.

Software livre

O software livre (SL) pode ampliar a capacidade de inovação, reduzir a remessa de *royalties* para o exterior e ampliar o nível geral de informatização, com economia de recursos, otimizando os gastos com as Tecnologias de Informação e Comunicação. O código aberto assegura independência de fornecedor e viabiliza a compatibilidade de novos desenvolvimentos. Pode impulsionar programas de inclusão digital, profissionalizar jovens para desenvolver ferramentas e conteúdos inovadores. Entretanto, a adoção do SL não pode ser feita em detrimento de outros meios importantes nos sistemas de informatização do governo.

Cristovam Buarque - PDT

“Não se pode generalizar o conceito de déficit regulatório e a tendência à contemplação do que é privado. As inovações tecnológicas exigem legislação cada vez mais complexa”

Programa de governo em Comunicações

Visando à democratização dos meios de comunicação, procurando dar conteúdo à regra constitucional que determina a complementaridade dos programas público, estatal e privado, por meio de três propostas: 1. concessão de maior espaço para o desenvolvimento tecnológico, com inclusão digital; 2. consolidação e fortalecimento dos instrumentos do marco regulatório da área de telecomunicações e das estruturas de proteção ao consumidor desse serviço; 3. percepção sensível dos interesses que norteiam a comunicação de massa focada no aspecto do desenvolvimento social e democrático da informação.

Digitalização das comunicações

A tecnologia digital pode tornar-se um instrumento formidável de inclusão social, permitindo a entrada de novos agentes no contexto da comunicação. Num aparelho de TV, o cidadão vai poder ter acesso à internet, serviços de interação direta com os organismos do Estado, receber conteúdos de natureza pedagógica à distância e estudar. Como em nosso país, mesmo os mais pobres têm acesso à televisão, à medida que esse processo avança, naturalmente induz a um processo de inclusão de setores hoje totalmente marginalizados.

Marco regulatório

Não se pode generalizar o conceito de déficit regulatório e a tendência à contemplação do que é privado. As inovações tecnológicas exigem legislação cada vez mais complexa. Nas telecomunicações, na tecnologia da informação, especialmente no caso recente da TV digital, o marco regulatório é adequado, mas o Brasil ainda carece de uma lei de comunicação de massa. A radiodifusão precisa de instrumentos contemporâneos, adequados à convergência das mídias. Esse deve ser um dos assuntos mais importantes da próxima legislatura no Congresso Nacional. Deve haver uma distinção entre fiscalização e controle dos instrumentos.

Radiodifusão comunitária

É preciso a revisão imediata da legislação, mudar os paradigmas existentes, preservando o espaço para o desempenho das emissoras comerciais, sem prejuízo para a ampliação das rádios comunitárias. É preciso também assegurar a exploração comercial, que naturalmente sente-se insegura. Enviar ao Congresso Nacional um projeto de lei descriminalizando a existência das comunitárias e criando um novo conceito para seu funcionamento, criar mecanismos de anistia. A disseminação de emissoras comunitárias favorece a democratização dos meios de comunicação. Do ponto de vista técnico, cuidar para que não interfiram nos sinais de emissoras comerciais e de serviços essenciais. Há, no entanto, que se evitar o clientelismo.

Coronelismo eletrônico

É uma deformação da realidade, que infelizmente vem de muito tempo. Assistimos em diferentes governos a uma verdadeira farra de concessões e boa parte da mídia regional é controlada por políticos. Há que se tomar uma decisão política, lutar contra esse estado de coisa. É um assunto delicado, envolve interesses já cristalizados, muito bem representados no Congresso, que nós vamos ter de enfrentar.

Produção regional e independente

A regionalização da produção cultural, artística e jornalística é uma norma inscrita na Constituição de 1988 e que não ganhou efetividade na nossa realidade. O povo brasileiro é tão rico culturalmente que esse deve ser um objetivo estratégico da nação. O Congresso precisa achar a melhor maneira de regulamentar o artigo da Constituição específico sobre esse capítulo e dar-lhe efetividade.

Implantação da TV digital

De forma democrática, auscultando todos os setores envolvidos e ampliando ao máximo essa discussão. Deve-se lembrar que existe um decreto prevendo as novas fases de avanço da implementação da televisão digital. Já existe uma seqüência planejada de iniciativas que não se limita



Divulgação

a um mandato de um governo. É projeto de longo prazo, que envolve desenvolvimento tecnológico e aperfeiçoamento constante. Temos que examinar cada etapa e contemplar a opção que envolveu um apurado debate.

Debate Rádio Digital

Vamos procurar estabelecer um amplo foro de debate em torno do rádio digital, com participação dos setores interessados e da sociedade civil brasileira. Entendo que a Lei de Comunicação de Massa deva ser compatível com inovações tecnológicas, aberta às ponderações das diferentes visões da questão. Em alguns aspectos, exige-se pressa; em outros, é aconselhável uma abordagem paciente.

Software livre

Pretendo reforçar a utilização do software livre. A possibilidade de utilização ampla dos recursos da internet e de softwares, especialmente por países pobres e em desenvolvimento, é uma questão crucial. O SL traz inegáveis benefícios, especialmente quando se trata do pagamento de *royalties*. Mas esses investimentos demandam adaptação por parte da sociedade e a adesão dos operadores das novas ferramentas. É interessante examinar a entrada nesse processo.

Rádio digital: decisão antes da hora?

A tecnologia digital tem potencial para transformar o mais popular meio de comunicação do Brasil, o rádio. Áudio de melhor qualidade, serviços interativos, economia de potência na transmissão e a ampliação do número de emissoras são algumas das possibilidades futuras permitidas com a digitalização do setor.

Porém, no que depender apenas dos interesses comerciais e de mercado, como vem ocorrendo até agora, o país poderá perder a oportunidade de democratizar o sistema de radiodifusão sonora. Está em jogo um mercado de bilhões de reais, que promete gerar novas oportunidades de negócios e movimentar a indústria de componentes eletroeletrônicos. Quatro consórcios internacionais disputam a preferência dos radiodifusores brasileiros para implantação da tecnologia digital sonora: o norte-americano Iboc (*In-Band On-Channel*), os europeus DAB Eureka (*Digital Audio Broadcasting*) e DRM (*Digital Radio Mondiale*) e o japonês ISDB-TSB (*Integrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial*). A preocupação de entidades da sociedade civil é que, sem uma discussão pública, o Ministério das Comunicações e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) tem deixado a definição, ainda que em caráter experimental, a cargo dos interessados na manutenção do *status quo* da radiodifusão sonora.

Desde setembro do ano passado, a Anatel já autorizou 15 emissoras a realizarem testes com padrões digitais. Destas, 13 optaram pelo norte-americano Iboc. Apenas a Radiobrás e a Faculdade de Tecnologia da Universidade de Brasília (UnB) estão testando o padrão europeu DRM, e ninguém demonstrou interesse pelo DAB Eureka e pelo ISDB-T. As transmissões experimentais estão

sendo realizadas em nove cidades e no Distrito Federal (ver quadro).

No final de agosto deste ano, o ministro das Comunicações, Hélio Costa, afirmou, em sua fala na abertura do Congresso da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão e Telecomunicações (SET), em São Paulo, que o decreto de transição do sistema analógico para o digital poderá ser publicado até dezembro. O material de divulgação dos principais representantes do mercado radiofônico brasileiro na Feira Broadcast & Cable, paralela ao evento da SET, confirma que o assunto está mais do que decidido para algumas autoridades do governo e para o empresariado.

Relevância social

No entendimento de entidades da sociedade civil, as autorizações da Anatel podem criar uma situação de difícil reversibilidade, uma vez que as emissoras participantes dos testes estão importando equipamentos e configurando seus estúdios e estações de acordo com as especificações de um determinado padrão tecnológico – seja ele Iboc ou DRM. Procurada, a assessoria de imprensa da Anatel informou que a agência não se manifestaria sobre a questão. Segundo a assessoria, tudo o que há para ser informado está disponível no site www.anatel.gov.br. No Ministério das Comunicações, a solicitação de informações sobre a posição do governo a respeito do rádio digital no Brasil também não foi atendida.

Mais de cem entidades da sociedade civil organizada formaram, em abril deste ano, a Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital, que reivindica junto ao governo federal a criação do Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD), para discutir a definição de um padrão tecnológico a ser adotado no país, que leve em conta o interesse social e a democratização da comunicação.

Opção conservadora

Para quem defende a ampliação do número de canais como caminho para a democratização, o Iboc é considerado o padrão mais conservador. Além do alto custo de equipamentos para migrar para o digital (em torno de US\$ 100 mil), a empresa iBiquity, detentora dos direitos de exploração da tecnologia, cobra licença no valor de US\$ 5 mil, o que pode inviabilizar as pequenas emissoras e as rádios comunitárias. Por outro lado, a vantagem do Iboc, apontada pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), está no fato de que permite a convivência dos canais AM e FM analógicos com o novo digital, sem que haja necessidade de mudar a frequência no dial.

“Nossos radiodifusores são conservadores. A opção pelo Iboc é a preservação do status adquirido ao longo dos anos, não muda nada”, avalia a doutora em Comunicação Nélia Del Bianco, professora da Universidade de Brasília (UnB), para quem a forma como está se configurando o rádio digital o torna aquém do seu potencial inovador. “O Iboc não serve para as rádios comunitárias, e sem uma política governamental, dificilmente elas poderão se integrar ao modelo. Além disso, ninguém vai pagar US\$ 5 mil por uma tecnologia proprietária”, afirma a professora.

“O Iboc é o padrão que as grandes emissoras querem e tentam impor”, critica o coordenador de comunicação da Associação Brasileira de Radiodifusão

são Comunitária no Rio Grande do Sul (Abraço/RS), Josué Franco Lopes. “Se isso ocorrer, excluirá as rádios comunitárias e as pequenas rádios comerciais”, assegura. Para Lopes, surpreende a forma como está sendo definido o padrão digital para o rádio, por ser ainda menos democrática do que o processo da TV Digital. “Tínhamos a expectativa de que esse processo servisse para incluir e não para excluir a sociedade”, destaca.

Enquanto os radiodifusores comerciais antecipam-se à decisão do governo importando equipamentos e criando até consórcio para financiar a importação de equipamentos, a maioria das emissoras pequenas, públicas e comunitárias está marginalizada deste processo. Quase a totalidade delas não sabe como irá financiar sua transição para o mundo digital se o governo resolver implantar no Brasil a tecnologia norte-americana, mais cara que as demais, sem considerar outras opções e sem fazer um debate mais aprofundado sobre o futuro do rádio no País. Com base nas estimativas dos preços de mercado dos equipamentos o FNDC estima que a transição desta nova tecnologia com a adoção do padrão proprietário IboC poderá custar R\$ 15,7 bilhões ao cidadão e mais de R\$ 1,3 bilhão às emissoras.

Mais de um terço desta conta será paga pelas 2.548 rádios comunitárias que operam hoje com licença provisória ou definitiva. Atualmente, uma rádio de baixa potência pode ser constituída por menos de R\$ 5 mil em equipamentos. O custo para uma rádio migrar para o padrão IBOC parte de R\$ 60 mil. Isso se for trocado apenas o modulador, no caso de ser uma emissora ultra-moderna, que já opere com equipamentos compatíveis à tecnologia digital. Se tiver que instalar todos os equipamentos, a migração para o padrão digital IBOC parte de um mínimo de U\$ 100 mil.

Casa de ferreiro...

Uma das alegadas vantagens técnicas do padrão americano de rádio digital – permitir que a transmissão digital seja feita dentro da mesma faixa de frequência analógica – foi seriamente arranhada nas últimas semanas. A empresa Ibiquity, proprietária do padrão IBOC, pediu à Comissão Federal de Comunicações, agência reguladora dos setores de radiodifusão e telecomunicações nos

EUA, a ampliação do uso de espectro de 200kHz para 250kHz. A avanço de frequência pode significar uma redução de cerca de 30% no total de canais FM hoje disponíveis naquele país.

O custo da transição para o rádio digital no padrão IboC é tão alto que nos Estados Unidos existe um fundo exclusivo para financiar a migração das rádios públicas. A linha é mantida pela *Corporation for Public Broadcasting* (CPB), uma entidade não-governamental sem fins lucrativos criada em 1967 que recebe recursos do orçamento federal para apoiar as despesas operacionais de mais de mil estações de rádio e televisão de caráter público em diversas localidades do país. A ela estão ligadas as três principais redes públicas dos EUA: a *Public Radio International* (PRI), a *National Public Radio* (NPR) e o *Public Broadcasting Service* (PBS).


Padrão nacional

A atual ineficiência na utilização do espectro de radiofrequência, caracterizado como bem público e limitado, deve ser levada em conta na avaliação dos padrões digitais disponíveis, de acordo com Marcus Manhães, diretor


do Sindicato dos Trabalhadores em Pesquisa, Ciência e Tecnologia de São Paulo (SinTPq). Inúmeras solicitações de concessão não podem ser atendidas devido ao limite de canais admitidos no planejamento atual. A ampliação do número de emissoras, segundo Manhães, é fundamental para que novos atores possam informar e discutir temas de interesse público. “A concentração de emissoras nas mãos de políticos, grupos familiares e igrejas, muitas vezes sem compromisso com a função social da comunicação, prejudica a diversidade de visões de mundo, necessária para o desenvolvimento social no país”, avalia. Manhães acha possível desenvolver tecnologia digital no Brasil. O SinTPq defende o desenvolvimento de tecnologia nacional para adoção nas faixas de frequência de alcance regional. Para faixa internacional, Manhães propõe a adoção do padrão DRM como a melhor alternativa, “por ser um padrão aberto e que poderia ser desenvolvido com a ajuda do Brasil”.

Para o diretor de rádio da SET, Ronald Siqueira Barbosa, até pode haver condições técnicas para o desenvolvimento de um padrão digital brasileiro,

CONTA SALGADA

PARA O CIDADÃO			
	Número lares com rádios	Desembolso médio/lar	Desembolso em 10 anos
I receptor/lar	45.430.369	R\$ 200	R\$ 9,086 bi
Financiamento indireto via publicidade	45.430.369	R\$ 14,70/ano	R\$ 6,678 bi
TOTAL Consumidor			R\$ 15,764 bi

Fonte: ANATEL, Sistema de Controle de Radiodifusão. Acesso em 2/8/2006
IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio, 2004
Projeto Inter-Meios, 2005

PARA AS EMISSORAS			
	Número emissoras	Custo médio por estação	Despesas em 10 anos
FMs Comerciais	2.435	R\$ 200 mil	R\$ 487 mi
AMs Comerciais	1.709	R\$ 200 mil	R\$ 341,80 mi
Comunitárias	2.548	R\$ 200 mil	R\$ 509,60 mi
TOTAL Emissoras	6.692		R\$ 1,338 bilhão

Fonte: ANATEL, Sistema de Controle de Radiodifusão. Acesso em 2/8/2006
IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio, 2004
Projeto Inter-Meios, 2005

mas a questão esbarraria nos custos elevados. “Temos US\$ 500 milhões para investir em pesquisa e desenvolvimento? Não me parece que o governo esteja disposto a investir isso, até porque existem outras prioridades”, argumenta, tomando como referência os valores que teriam sido gastos para o desenvolvimento do Iboc nos Estados Unidos.

Ondas médias em VHF

O Brasil pode estar definindo de forma apressada a transição do serviço de radiodifusão sonora, contribuindo para tornar os canais inacessíveis à entrada de novos atores, acredita o engenheiro eletrônico Higino Germani, diretor técnico da TV Educativa do Rio Grande do Sul. “O radiodifusor está sendo iludido. Existe muito interesse comercial envolvido e está se forçando a coisa”, diz. Germani critica a opção da digitalização *in band* para o AM e defende que é possível a inserção de centenas de canais digitais no VHF da TV, eliminando antigas limitações técnicas da onda média e ampliando o número de emissoras em operação. “O plano da TV Digital não contempla os canais de 2 a 6 do VHF, que ficariam livres. Estamos nos precipitando na adoção do *in band*, uma vez que naturalmente abrirão novos canais”, afirma. A proposta de Germani para a

digitalização não contempla o FM, pois ele não acredita em melhorias significativas para esta faixa de frequência.

Futuro vem do espaço

Definir o padrão de rádio de forma apressada, para garantir seus interesses imediatos, não irá livrar os radiodifusores comerciais dos riscos da transição tecnológica. Quanto menos debate houver em torno do tema, menos garantias terão as atuais emissoras sobre inovações que possam trazer perdas tão grandes quanto o valor da migração pelo padrão norte-americano.

Os serviços de canais de áudio por assinatura via satélite já são uma realidade e em breve deverão cobrir a totalidade do território brasileiro com ofertas de pacotes de emissoras por uma mensalidade mínima. Assim como ocorre com o DTH na TV por assinatura, esta novidade que vem do espaço já é um fato nos países que fizeram a transição sem uma regulação mais efetiva que pudesse controlar este tipo de manobra para fugir do ordenamento jurídico da radiodifusão.

A partir de acordos feitos com montadoras de automóveis, caminhões, aeronaves e barcos, cujos modelos saem da fábrica já equipados com receptores de cada operadora, pelo menos três

serviços globais estão disputando mercado com emissoras convencionais nos Estados Unidos e na Europa.

Instalado no *Rockefeller Center*, em Nova Iorque, e com três satélites dedicados às transmissões, o *Sirius Satellite Radio* oferece 125 canais digitais – sendo que em 67 não são veiculados comerciais – a quem puder pagar a partir de US\$ 12,95 por mês (o valor cai pela metade se o usuário possui mais de um receptor). Pelo mesmo valor, seu concorrente, *XM Satellite Radio*, oferece mais de 170 canais com programação que vai de música a esportes, passando por notícias e previsão do tempo. Neste caso, a operadora preserva a sintonia das emissoras locais, apesar de garantir uma programação própria que pode ser captada de costa a costa, nos EUA.

O principal provedor da Europa chama-se *WorldSpace*, está baseado em Washington e oferece serviços também para a Ásia, Oriente Médio e África. O serviço alcança 130 países e oferece 40 canais com programas em 17 línguas por US\$ 6,99. Um receptor de rádio por satélite tem um preço que gira em torno de US\$ 200, mas já pode ser encontrado pela metade do valor, graças a descontos bancados pelas próprias operadoras dos serviços. Ignorar estas tendências é atitude temerária dos radiodifusores.

CONHEÇA OS PADRÕES INTERNACIONAIS DE TECNOLOGIA DIGITAL DISPONÍVEIS



Digital Radio Mondiale – DRM

Na formação do consórcio DRM participaram alguns dos maiores radiodifusores e fabricantes de equipamentos internacionais, dentre eles: Radio France Internationale, TéléDiffusion de France, Deutsche Welle, Voice of America e a Thomcast. O consórcio DRM objetiva desenvolver um sistema de transmissão digital com adoção mundial em padrão não-proprietário para substituir os sistemas AM até 30 MHz, admitindo evolução tecnológica e orientado ao mercado.



In Band On Channel – Iboc (HD Radio)

Padrão desenvolvido pela iBiquity Digital Corporation é totalmente elaborado em tecnologia proprietária. Faz transmissão simultânea dos sinais analógicos e digitais no mesmo canal, mas ainda não tem resultados conclusivos quanto à interferência em canais vizinhos. Os investimentos no Iboc têm suporte em bancos de investimento, indústria de componentes, equipamentos e fábricas de automóveis. O sistema está protegido por cerca de 40 patentes internacionais.



DAB Eureka 147 –

Digital Audio Broadcasting

O padrão permite que diversos provedores de conteúdo possam gerar suas programações e encaminhá-las para um operador de rede que providencia o empacotamento dos diversos programas em um único trem de bits e os transmite aos usuários. Embora a transmissão deva ser feita via satélite, o sistema admite uma retransmissão terrestre do sinal, na mesma frequência, para melhorar a cobertura em áreas deficientes.



ISDB-Tsb – Integrated Services Digital

Broadcasting – Terrestrial Segmented Band

Padrão desenvolvido no Japão pode operar em conjunto com a televisão digital, se a modulação for o ISDB japonês. Foi concebido para ser robusto e flexível, inclusive para a recepção móvel. Tal como no DAB Eureka 147, o ISDB-Tsb sugere a transmissão de diversos programas por um único operador de rede, neste caso, vinculado ao transmissor que atende também o sistema de televisão.

Rede Abraço, espaço da pluralidade

As rádios comunitárias estão expandindo suas transmissões para muito além das favelas, vilas e periferias das cidades brasileiras. Com o auxílio da internet, as emissoras têm viabilizado transmissões ao vivo e programação compartilhada, articulando a comunicação local com alcance global. Tudo começou com a parceria entre a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço) e a Rádio FaE – um projeto experimental da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) –, baseada na web. A iniciativa resultou na Rede Abraço de Rádios Comunitárias, que vem contribuindo com a organização dos movimentos sociais e com o intercâmbio entre as diversas emissoras espalhadas pelo país.

A Rede Abraço, via Rádio FaE (<http://www.radio.fae.ufmg.br>) – que funciona como uma espécie de cabeça de rede virtual, já realizou diversos programas e coberturas de atividades políticas e culturais transmitidas para centenas de emissoras comunitárias do Brasil e também do exterior. Em 2003, a comemoração do dia de Portugal, Camões e das Comunidades de Língua Portuguesa, realizada no Brasil, foi transmitida ao vivo, do auditório da Faculdade de Educação para rádios em Macau, Angola, Venezuela, Moçambique e Portugal. “A Rádio FaE busca estabelecer uma relação dialógica entre universidade, sociedade civil e movimentos sociais”, afirma o professor Wemerson de Amorim, idealizador e coordenador da Rádio FaE. Amorim trabalha agora para buscar a institucionalização da rádio, e tem a expectativa de que, cada vez mais, as rádios comunitárias se organizem e os movimentos sociais se apropriem da tecnologia. “O que a gente faz é absolutamente legal, no sentido de dar voz, de democratizar a comunicação”, destaca.

Além de disponibilizar áudio ao vivo na internet, a Rede Abraço também

pretende gerar, atualizar e disponibilizar banco de dados com programação gravada de boletins, reportagens, entrevistas, vinhetas de campanhas públicas, músicas e cobertura de atividades políticas e culturais. “Estamos construindo uma grande rede de comunicação de massa dos movimentos populares”, afirma o dirigente da Abraço/MG, José Guilherme Castro, um dos idealizadores do projeto. “Com a tecnologia digital, o estúdio é algo cada vez menos importante, pois até um telefone público pode ser cabeça de rede”, diz Castro. Assim, é possível aos movimentos sociais se comunicarem de forma simples e sem custos. Atualmente, entre duzentas e trezentas rádios formam a rede, que envolve 200 municípios brasileiros e só não se expandiu mais, porque encontra, ainda, limitações na Anatel, a Polícia Federal e o acesso limitado à banda larga.

Além das transmissões em rede nacional, a Abraço também vai produzir conteúdos regionais e estaduais. De acordo com o coordenador da Rede Abraço no RS, Josué Franco Lopes, as emissoras do Estado poderão contar com cinco equipes regionais, responsáveis pela produção do conteúdo, que será disponibilizado em áudio e também em texto para as rádios e jornais comunitários. “No Rio Grande, vamos iniciar o projeto com 55 rádios espalhadas por 47 municípios”, conta Lopes.

Para Castro, a Rede Abraço de Rádios também serve como um instrumento de denúncia contra a Lei 9.612, da radiodifusão comunitária, que ele considera uma violência contra o movimento, porque proíbe a formação de rede. “No Brasil, quase tudo na comunicação está à margem da lei, como a própria concentração da propriedade no setor. É aquela história: para os amigos, tudo, para os inimigos, nada”, compara Castro.

Conforme Jerry de Oliveira, da coordenação nacional da Abraço, essa rede vem possibilitando ainda lutar contra a repressão. Em Campinas (SP), por exemplo, foi possível chegar a 40 emissoras conectadas durante atividades de protesto contra o fechamento de rádios na cidade. “A Rede Abraço quer transmitir a visão dos movimentos, quer ser resistência contra a repressão e mostrar a diversidade cultural a partir da realidade local”, diz.

Para a Abraço, qualquer proposta democratizante e descentralizada de comunicação popular é contrária aos interesses dominantes no mundo contemporâneo, em que a construção da identidade social e a própria luta política se dão, mais do que nunca, pela mídia. Por isso, acredita que cabe aos movimentos populares ocupar os espaços disponíveis para a disputa de versões sobre essa mesma realidade.

Arquivo Abraço



Regulamentação pode ser o último campo de batalha

Enquanto governo e empresas correm para implantar a TV digital sem uma sustentação legal, configurando a política do fato consumado, o Ministério Público Federal e o Congresso Nacional chamaram a si a tarefa de estabelecer limites e um novo arcabouço regulatório que não seja determinado apenas pelo modelo de negócios da televisão digital.

No final do mês de agosto, um grupo de procuradores do Ministério Público Federal colocou à prova a frágil unanimidade com que o governo federal envolveu a instituição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), criado pelo decreto 5.820, assinado pelo presidente Lula em 29 de junho deste ano. Por meio de uma ação civil pública, o grupo de trabalho de Comunicação Social da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão questionou diversos pontos do decreto.

A decisão da 20ª Vara da Justiça Federal de Minas Gerais veio em menos de dez dias, depois que o magistrado que julgou a ação recebeu o ministro das Comunicações, Hélio Costa, para uma audiência. Curiosamente, poucos dias depois, o juiz Lincoln Pinheiro Costa indeferiu o pedido dos procuradores, sem, entretanto, julgar o mérito da ação. Com isso, a Procuradoria estuda um novo caminho para dar prosseguimento ao questionamento jurídico, onde se destacam as fragilidades regulatórias e legislatórias na definição do processo do SBTVD.

Em entrevista exclusiva ao e-Fórum, boletim semanal do FNDC, o procurador da República, Fernando Martins, que assinou a ação civil pública, demonstrou surpresa com o teor da decisão do juiz Lincoln Pinheiro Costa, da 20ª Vara da Seção Judiciária do Estado de Minas Gerais, e também com a forma como o magistrado deu o assunto por encerrado. Costa entendeu que a ação civil pública

não apresentava um pedido principal, mas apenas solicitava a anulação do decreto 5.820/06 por sua inconstitucionalidade, o que não poderia ser “apreciado por este Juízo, pois o controle abstrato é de competência exclusiva do STF”. Além disso, o juiz registrou que não foram apresentados “documentos comprobatórios dos fatos alegados”.

Decisão *sui generis*

Com oito anos de Procuradoria, Martins afirma que não é praxe processos desta natureza serem negados de forma tão peremptória. “Pela magnitude do interesse social envolvido nesta ação, e pela falta de base legal para a implementação do decreto, é extremamente lamentável que o juiz tenha julgado a ação com tamanha rapidez e de forma tão definitiva”, analisou o procurador, minutos após ter acesso ao inteiro teor da decisão.

Na leitura da sentença, também se destaca a forma como o magistrado acatou as informações apresentadas pela Advocacia-Geral da União (AGU) sem refutá-las, qualificá-las ou procurar mais informações para contraditá-las. Desta forma, o magistrado evitou entrar no mérito da ação, permitindo que a mesma tivesse continuidade. “Lamentoso que a ação do Ministério Público, com os cuidados com que foi feita, seja descredenciada do ponto de vista jurídico. Denota que é mais uma decisão política”, avalia o coordenador-geral do FNDC, Celso Schröder.

Schröder também estranhou o juiz não ter citado em uma linha de sua decisão o fato de o governo não ter ouvido o Comitê Consultivo do SBTVD antes de tomar a decisão conforme previa o artigo 5º do decreto 4.901/03. A esta instância da sociedade civil cabia a proposição de ações e diretrizes fundamentais em relação ao sistema de televisão digital. Na semana que a ação estava sendo apreciada, vários membros do Comitê revelaram que sequer receberam os relatórios finais encomendados pelo governo. Procurado pela reportagem do e-Fórum antes e depois da decisão, o juiz Lincoln Costa informou, por meio da assessoria de seu gabinete, que não poderia se manifestar sobre ação ou processo pendente de julgamento definitivo.

Relativização inócua

Em um seminário realizado pelo FNDC, a PUC-RS e a Câmara de Vereadores de Porto Alegre, poucos dias antes da ação civil vir a público, o ministro da Coordenação Política, Tarso Genro, garantiu que a decisão pelo padrão japonês teria sido técnica, e sem levar em conta a questão vital do conteúdo. Ele ainda não está plenamente convencido de que a escolha tenha sido ruim para o Brasil. Mas, conforme destaca o coordenador-geral do FNDC, Celso Schröder, o ministro compreendeu o desconforto de vários setores da sociedade civil, à exceção dos radiodifusores. Genro manifestou que desejaria ser o mediador da questão, para tentar aproximar o decreto das metas originais do SBTVD-T. No evento, ele chegou a admitir que, se iniciou pela premissa errada, o processo deveria ser revisto, ou seja, se a escolha tecnológica foi colocada antes de definições mais importantes para a sociedade brasileira, deveria ser avaliada novamente. Porém, dentro do governo o ministro Genro é voz solitária neste pensamento. Neste momento, as eleições de outubro é que são balizadoras dessas decisões.

Agora é com o Congresso

Se o padrão tecnológico da TV digital brasileira já foi escolhido pelo Palácio do Planalto, os desdobramentos desta escolha ainda estão por vir. Para a sociedade civil, restam dois caminhos: o primeiro é retomar o debate, em outro patamar, a partir da definição pelo padrão japonês, garantindo que o SBTV-D-T não será implantado de forma irregular, sem a anuência do Congresso Nacional. O segundo é continuar pressionando, politicamente e juridicamente, o governo federal para incorporar de fato ao SBTVD-T todas as inovações brasileiras, criadas por mais de mil pesquisadores e cientistas nacionais, em um curtíssimo espaço de tempo.

O secretário de Serviços de Telecomunicações do Ministério das Comunicações, Roberto Pinto Martins, garante: “não haverá atrasos” no cronograma, “pelo menos no que diz respeito às primeiras obrigações estabelecidas pelo Governo”. Agora é tudo com o Fórum da TV Digital, que será composto por representantes da indústria eletroeletrônica, dos radiodifusores e da academia. Caberá ao Fórum propor ao Comitê de Desenvolvimento do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTV-D-T) as incorporações das novidades que buscam aperfeiçoar o padrão nipônico.

Muitos obstáculos existem nessa caminhada. Faltam definir no Decreto 5.820/06 várias tarefas que cabem ao próprio governo. Entre elas, qual o critério para negar a consignação de canais de transição em função de eventuais irregularidades das emissoras? Outro exemplo: como serão estabelecidas as políticas de fomento e de incentivos fiscais à produção de equipamentos digitais? Para preencher essas e outras lacunas, tramitam no Congresso Nacional seis projetos de lei (ver quadro).

Entre os projetos de lei em debate na Câmara dos Deputados, figuram pontos destacados: o aumento do número das prestadoras de serviços de sons e imagens, com o conseqüente aumento do número de empregos, além da questão vital que é a contribuição para desenvolver melhores conteúdos de programação; e, por fim, a produção no Brasil de aparelhos de televisão já com a nova tecnologia digital. Assim, buscam-se objetivos como: 1) tentar melhorar



Lula assinou decreto que agradou Hélio Costa e os radiodifusores mas não levou em conta demandas sociais

PROJETOS TRAMITANDO NO CONGRESSO NACIONAL

NO SENADO

Projeto de Lei do Senado - PLS
PLS 189, de 20/06/2006

Disciplina a utilização do espectro de radiofrequências destinado aos serviços de televisão.

Autor: Senador Flávio Arns

NA CÂMARA

Projetos de Lei - PLS
Sistema brasileiro de televisão digital - SBTVD / Outorga de canais
PL nº 7.096, de 2006.

Dispõe sobre a outorga de canais de televisão no Sistema Brasileiro de Televisão Digital para as entidades que menciona.

- Autor: Dep. Inocêncio de Oliveira

Radiodifusão / Tecnologia digital
PL nº 6.915, de 2006.

Estabelece diretrizes para a introdução e operação do Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens (televisão) com tecnologia digital e dá outras providências.

- Autor: Dep. Eduardo Sciarra

Sistema digital / Televisão brasileira
PL nº 6.774, de 2006.

Dispõe sobre o estabelecimento de condições para adoção do sistema digital na televisão brasileira e dá outras providências.

- Autor: Dep. João Paulo Gomes da Silva

Televisão digital / Rádio digital /
Período de transição / Analógico-digital
PL nº 6.525, de 2006.

Dispõe sobre a evolução dos serviços de radiodifusão, altera a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962.

- Autor: Dep. Walter Pinheiro

Comunicação social eletrônica
PL nº 4.209, de 2004.

Dispõe sobre a propriedade e o gerenciamento da produção, programação e provimento de conteúdo nacional de comunicação social eletrônica e dá outras providências.

- Autor: Dep. Luiz Piauhlyno

Projetos de Decreto
Legislativo - PDCs

Sistema Brasileiro de Televisão Digital - SBTVD
PDC nº 2.138, de 2006.

Susta a aplicação do disposto no parágrafo único do art. 3º e no parágrafo único do art. 8º do Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003, da Presidência da República, com redação dada pelo Decreto nº 5.393, de 2005, que institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital - SBTVD, e dá outras providências.

- Autor: Dep. Walter Pinheiro



Especialistas debateram em Porto Alegre com Tarso Genro, que defendeu escolha do governo para o SBTVD

a atual programação das redes abertas de televisão; e 2) abrir um novo campo à indústria nacional eletroeletrônica na fabricação dos receptores digitais.

Com o PL do deputado Pinheiro, a velha lei de agosto de 1962 passará por mudanças fundamentais. Uma delas, por exemplo: “O serviço de radiodifusão, destinado a ser recebido direta e livremente pelo público em geral, compreendendo a radiodifusão sonora e de sons e imagens”. Outra novidade do projeto: “Os serviços de radiodifusão podem contemplar a transmissão de dados”.

Desta forma, este PL, a par de atualizar a velha lei dos anos 60, contempla – em princípio – a interatividade. E estimula a inclusão social, atendendo assim algumas das reivindicações da sociedade civil, excluída da decisão final sobre o padrão japonês de TV digital. Resta saber como o governo irá encaminhar esta questão para o Congresso Nacional. E caso não o faça em tempo hábil, como o Congresso poderá desfazer os estragos de uma decisão açodada.

Reversão de expectativas

Agora que o debate chegou a um outro patamar passou a ser mantido em suspenso, ameaçado por uma tensão que ainda não foi tornada pública: até que ponto os japoneses estão dispostos a cumprir os termos do acordo assinado com o Brasil? Já se sabe que

“Quando se discute tecnologia, pode-se fazer considerações objetivas, dizer o que é melhor do ponto de vista técnico... mas quando se discute o que é melhor para as pessoas, tem que chamar as pessoas pra discussão”

Marcus Manhães

o intercâmbio entre os pesquisadores dos dois países não ocorrerá em uma via de mão-dupla. “Eles até aceitam vir ao Brasil, mas não querem saber de brasileiros por lá”, diz um dos funcionários do governo que está envolvido nas negociações com o Japão. Trocando em miúdos: o Brasil terá pouca ou nenhuma incidência nos fóruns de desenvolvimento do padrão ISDB. Por isso mesmo, terá que criar seu próprio Fórum, o que estava prometido para o início de setembro e já foi adiado.

Para Marcus Manhães, diretor do Sindicato dos Trabalhadores em Pesquisa, Ciência e Tecnologia de São Paulo (SintPq), que participou das pesquisas brasileiras do SBTVD, do ponto de vista técnico o debate é elitista e segregador.

“Quando se discute tecnologia, pode-se fazer considerações objetivas, dizer o que é melhor do ponto de vista técnico. Deste ângulo, a defesa do padrão ISDB parece tão simples. Mas quando se discute o que é melhor para as pessoas, tem que chamar as pessoas pra discussão”, defendeu.

Outra promessa que pode não passar de argumento de venda é a incorporação de demandas com o *middleware* brasileiro e a interatividade da TV digital. Muitos dos especialistas presentes ao seminário de Porto Alegre mostraram-se bastante céticos quanto à real incorporação das inovações desenvolvidas pelos pesquisadores e cientistas nacionais. Uma coisa é certa: a inclusão social e a inclusão digital não virão meramente por decreto. “A interatividade é possível. Mas persiste o fosso entre o discurso e o desejo, de um lado, e a realidade, do outro”, disse o diretor técnico do Centro de Excelência em Tecnologia Eletrônica Avançada (CEITEC), Sérgio Bampi, um dos representantes da academia brasileira no Fórum de Transição da TV Digital. Bampi informou que os japoneses não devem incorporar a tecnologia desenvolvida pelos consórcios nacionais na implementação da TV digital brasileira. “Os japoneses deram um nó na gente”, admitiu.

É fato que centros de ponta, como a empresa onde Bampi trabalha, já estão em condições de participar da arrancada de implantação do novo padrão digital. Já existe massa crítica na academia para apresentar o chamado “valor agregado” no processo de digitalização em conjunto com os japoneses. A dúvida que paira no ar é o poder real de convencimento embutido em uma simples folha de papel de um país que depende da tecnologia japonesa mais do que o país do ISDB depende do mercado brasileiro de equipamentos eletroeletrônicos.

Com tantas indefinições pairando no ar, o processo de implantação do sistema digital pode não ter data para terminar. “Após a definição do padrão de transmissão é hora de debater as outras questões que ficaram para trás. A sociedade está inquieta. A impressão é que o atual governo capitulou à pressão da Rede Globo, até porque o decreto não reorganiza o sistema de comunicação social brasileiro”, afirma o coordenador geral do FNDC, Celso Schröder.

Entre o discurso e o conceito, a subjetividade

Sem dúvida, no mundo contemporâneo o par “ciência e tecnologia” produz avanços rápidos, que de tão rápidos a imaginação não pode acompanhar. Os meios de comunicação constituídos pela força técnico-científica tornam-se maravilhosos prolongamentos do próprio corpo do homem. E é em um mundo penetrado por máquinas que até mesmo podem “pensar” que constituímos o campo social, a ética e a estética.

Todavia, a experiência dos arranjos sensíveis pelos quais se constitui a arte, ou os arranjos das relações entre os homens com os quais se constitui a ética, independem das funções científicas. Tocam-se, ressoam uns nos outros, sem perda de autonomia, mas com o poder e influência. A arte, a ciência e a ética são aqui expressões de pensamento, dobram as forças da matéria por linhas que se diferem e se aproximam, como em discursos estéticos e conceitos filosóficos.

Assim, é necessário discernimento entre moral e ética. A moral, segundo a filosofia kantiana, pretende dar ao homem uma independência em relação às leis da natureza, criando conceitos que submetem o homem às leis ditadas pela razão. O “ser” submete-se ao “dever ser” e a lei moral se impõe como forma vazia de conteúdo, tornando-se ela mesma uma noção vazia. A esse propósito, observa François Chatelet em *O Iluminismo*, que o juridicismo enraíza-se na função essencial da razão que é a legislação. Diferentemente do mundo grego, em que a lei emergiu do Bem, a ela submetendo os não virtuosos, a moral Kantiana implica no esvaziamento da lei de seu conteúdo.

Pensar a Ética é tornar explícito o que diz Espinoza, com o sonhador da ética e da liberdade humana, e também Borges, o inspirado da beleza, pensador dos labirintos no tempo. Ética e estética são traçados infinitos que retornam sempre, se conjugam e sempre têm em suas conjugações virtuais os Borges e os Espinosas.

O ideal de realidade do mundo tem sido a constituição de um todo acabado com características morais que se compõem em sistemas invariáveis, fechados, de universalidade e de inflexibilidade absoluta que não podem devir da natureza, da qual é própria a *variabilidade contínua*. Justamente aí, encontramos uma região clara para pensar a formação social como o exercício e a experimentação que forcem a criação artificial de instituições que impliquem a superação dos individualismos para fundar outros mo-

Arquivo pessoal



dos de vida, uma ética, e propô-la como exercício para a conquista de uma estética da existência.

A constituição de um campo social, já não sob o regime das obrigações e dos deveres, dos méritos e das faltas, das punições e das recompensas é o que traduz o pensamento e a liberdade. As lutas travadas por este Fórum operam no sentido de conceber a formação de um corpo social no qual pensar e ser livre é um exercício permanente da vida. Cabe aos equipamentos coletivos de comunicação se agenciarem em maior ou menor grau com este pensamento. Eles em si, como o próprio nome diz, são apenas meios. Nossas perspectivas associam-se a um modo de vida que se distende como um arco passando a recobrir o conjunto das tensões que animam a vida cotidiana.

Avançando, podemos supor que as imagens, os textos, os sons, as novas tecnologias cheguem ao público através de um apresentador que de forma alguma procuraria simular uma isenção em relação à matéria. As imagens mostrando-se em toda os seus discursos: musicais, escritos, vocais ou plásticos, teriam como objetivo convidar o público a experimentar novos *processos existenciais*. Nada mais explícito do que a apropriação da cultura por agentes que pretendem promover a formação da subjetividade submetendo-a às necessidades de uma estrutura econômica e política ditadas por necessidades da ordem internacional ou internacionalizantes.

A questão está em saber como produzir modalidades de subjetividade não arcaicas, conservadoras, reacionárias, com hegemonia das pulsões retrógradas. Ou se com diferentes articulações das novas tecnologias podemos criar novas possibilidades de expressão utilizando a diversidade tecnológica. O Conselho Federal de Psicologia soma-se aos demais profissionais disputando a cena democrática.

“A constituição de um campo social, já não sob o regime das obrigações e dos deveres, dos méritos e das faltas, das punições e das recompensas é o que traduz o pensamento e a liberdade. Pensar e ser livre é um exercício permanente da vida”

Vera Canabrava é mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ e Doutora em Psicologia Social pela UERJ, psicanalista e conselheira do Conselho Federal de Psicologia, membro da Coordenação Executiva do FNDC.

No caminho da educomunicação

Carlos Mendes

As escolas da Rede Municipal de Ensino Fundamental da cidade de São Paulo estão dando importantes passos na direção da democratização do acesso aos meios de comunicação. Através do Programa Educom – Educomunicação pelas ondas do rádio, as 455 escolas do município foram capacitadas para inserir o rádio e a linguagem radiofônica nas práticas do seu dia-a-dia.

O programa capacitou, de 2001 a 2004, cerca de 12 mil professores, estudantes e membros de comunidades em atividades educomunicativas, com ações voltadas para a construção da cidadania, tendo como ponto de partida o direito de todos à liberdade de expressão e à comunicação. Um Comitê Gestor foi nomeado para implantar e acompanhar a aplicação do programa nas escolas e definir diretrizes. “Já visitamos, do início do ano até agora, mais de 150 escolas que receberam equipamentos e cerca de 90% já estão desenvolvendo as atividades”, comemora o professor Carlos Alberto Mendes, presidente do Comitê. Mendes avalia que até outubro terá feito a inspeção técnica no conjunto das escolas, o que ajudará a planejar as próximas ações. As escolas recebem um kit contendo mesa de som, transmissor, caixas receptoras, antena, microfones, headphones, CD Player, tape deck e gravadores para implantar o programa.

Futuras rádios comunitárias?

Cabe ainda ao Comitê sugerir às Secretarias e demais órgãos municipais ações na área da educomunicação, o credenciamento de instituições prestadoras de serviço ou universidades candidatas às atividades de formação e acompanhar os programas desenvolvidos pelas Secretarias. Outra tarefa prevista é buscar contato com o Ministério das Comunicações. Isto porque o secretário da Educação à época da regulamentação da lei, José Aristodemo Pinotti, via no Educom o embrião de futuras emissoras comunitárias.

Nessa perspectiva, foi realizado em fevereiro, com o patrocínio do Itaú Cul-



Estudantes que participam do Educom entrevistam o jornalista Paulo Henrique Amorim

tural, o seminário “Rádio nas Escolas”, cujo objetivo era avaliar a viabilidade jurídica e técnica para a implantação de rádios nas escolas públicas municipais da cidade de São Paulo. Do encontro, resultou um relatório técnico com parecer favorável ao projeto do então secretário Pinotti. O evento reuniu uma equipe com jornalistas, engenheiros, pedagogos e advogados. Com a saída de Pinotti da secretaria, em março, o relatório técnico e um dossiê contendo a documentação que subsidiou a mesa redonda no seminário foi entregue ao atual secretário da Educação, Alexandre Alves Schneider, que ainda não se pronunciou sobre o projeto. Se decidir por avançar na idéia do antecessor, Schneider encontrará novidades que podem facilitar a tarefa. Uma delas é o Plano Diretor de Radio-

difusão Comunitária, que deverá organizar as rádios existentes no município. A criação deste plano ainda em 2006 foi determinada no Plano Diretor da Capital de São Paulo, Lei 13.885. Outra, é que as rádios comunitárias, que em São Paulo não tinham faixa de sintonia específica, podem ocupar o canal 198, de acordo com as resoluções 355 e 356 da Agência nacional de Telecomunicações (Anatel).

Têm assento no Comitê as Secretarias Municipais de Educação, da Saúde, de Cultura, de Esportes, Lazer e Recreação, do Verde e do Meio Ambiente, além de um representante da USP, dos grêmios estudantis das escolas municipais, dos professores da Rede Pública Municipal de Ensino, dos sindicatos dos Jornalistas e dos Radialistas de São Paulo e do Senac.

COMO NASCEU O PROGRAMA EDUCOM

O Programa Educom – Educomunicação pelas ondas do rádio tem origem no projeto de lei 556/02, do então vereador Carlos Neder (PT). Desenvolvido entre 2001 e 2004, pela Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, em parceria com o Núcleo de Comunicação e Educação da ECA/USP, a proposta é combater a violência e favorecer a cultura de paz nas escolas. Visa ainda incentivar a radiodifusão de interesse público – rádio e televisão comunitárias – e ampliar o acesso às tecnologias da informação e da comunicação, estimulando a população a colaborar com o Poder Público na difusão de informações sobre educação, saúde, esporte, cultura e meio ambiente, entre outras. Foi sancionado em dezembro de 2004 e tornou-se a lei nº 13.941/04, regulamentada pelo decreto nº 46.211, de 15 de agosto de 2005.

WiMAX: ninguém quer ficar fora

A tecnologia WiMAX vem sendo muito disputada no Brasil e não é por acaso. O acesso à internet sem-fio em alta velocidade possui muitas vantagens para determinadas aplicações em relação aos sistemas a cabo ou fibra ótica. Principalmente no que se refere ao acesso público às novas tecnologias de informação e comunicação. Até pouco tempo, a melhor opção disponível era o padrão Wi-Fi, baseado na transmissão de um sinal por meio de pontos de acesso instalados pela cidade. O WiMAX funciona de forma similar, porém, permite um alcance de até 50 quilômetros por estação. Em boas condições climáticas, a velocidade de transmissão pode chegar a 75 Mbps, enquanto o padrão Wi-Fi ficava no limite de 54 Mbps e uma cobertura média de 100 metros. Como não exige a instalação de tantas torres, o custo de instalação e manutenção da nova tecnologia é bem menor. Em síntese, é uma solução ideal para levar internet a cidades inteiras, por baixo custo, o que abre a trilha da inclusão digital.

Por esse potencial de abrangência que aponta o WiMAX como a próxima grande tecnologia das comunicações, ninguém quer ficar de fora da disputa pela banda larga sem-fio. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) lançou em fevereiro um edital para o leilão das frequências de 3,5GHz e 10,5GHz, que incluíam a exploração de serviço WiMAX. Nas regras, estava determinado que as operadoras de telefonia só poderiam participar do leilão em regiões onde não possuem concessão, para promover a concorrência e dar oportunidade a empresas menores.

Em agosto, o ministro das Comunicações, Hélio Costa, tentou suspender a licitação, mas não obteve sucesso. Costa justificou que o edital precisaria ser reformulado para contemplar a inclusão digital. Outra necessidade, segundo a opinião do ministro, seria o cancelamento do novo regulamento do MMDS (tecnologia usada na televisão por assinatura), que tornava possível a redução da faixa das frequências das empresas na renovação de seus contratos, em razão da eficiência da digitalização. As opera-



doras de MMDS são fortes concorrentes das operadoras fixas e móveis de telefonia, porque estão autorizadas a usar o WiMAX para internet rápida, vídeo sob demanda e telefonia.

Na Justiça, as empresas de telefonia fixa conseguiram liminar que permitia sua participação no leilão. A Anatel entrou com recurso que foi negado. No dia 4 de setembro, após cem empresas entregarem propostas, a licitação foi suspensa pela Tribunal de Contas da União (TCU). Cálculos dos técnicos do TCU apontaram necessidade de reavaliação dos preços mínimos para o novo serviço.

Minicom x Anatel

Em setembro, o presidente da Anatel, Plínio de Aguiar, afirmou que o leilão das frequências do WiMAX só deverá ser retomado quando a Anatel conseguir excluir as teles da disputa e que não serão feitas alterações no Edital fora o possível reajuste de valores levantado pelo TCU. A agência publicará novo edital caso os preços tenham que ser alterados. Com tantos interesses em jogo, as disputas certamente continuarão, causando solavancos na trajetória ainda incipiente do WiMAX.

O Minicom insiste para que a agência reguladora imponha exigências extras aos vencedores das concessões, como por exemplo, levar o serviço WiMAX

aos pequenos municípios do país.

Hélio Costa pediu o adiamento do edital e depois ameaçou intervir na Anatel, mas a Agência rejeitou a intenção do ministro. Costa acusou que as ações da Anatel vão contra a Lei Geral de Telecomunicações, que diz que cabe à agência “adotar as medidas necessárias para o atendimento do interesse público e o desenvolvimento das telecomunicações brasileiras”, mas está previsto também que ela deve atuar com independência e imparcialidade. É a terceira tentativa de intervenção do Executivo sobre a Anatel durante o governo Lula.

O objetivo da Anatel parece ser o de favorecer a entrada de novas companhias, pois as empresas de telefonia fixa já exploram a telefonia móvel e a banda larga por acesso fixo (ADSL). Já as empresas de provimento de internet criticam o excesso de poder que será dado às teles. A falta de concorrência deixa os preços altos e serviços menos eficientes. Segundo uma pesquisa da consultoria especializada Teleco, Telemar, Brasil Telecom, Telefônica e GVT dominam 79,4% da oferta de ADSL no país.

O uso dessa tecnologia traz para o foco das empresas de telecom a oferta gratuita de banda larga à população, ansiada pela sociedade. A proliferação de “cidades digitais”, regiões onde é oferecida a banda larga sem-fio e sem custo, é uma tendência nos Estados Unidos. Por aqui, há projetos em comunidades do Amazonas, Rio de Janeiro e São Paulo. A idéia do governo é multiplicar esses pontos, promovendo a inclusão digital.

Em toda esta disputa veio pouco a tona que o WiMAX é a única tecnologia viável para a entrada das empresas de radiodifusão no provimento de internet a partir da TV digital. Sem muitos custos, as emissoras poderiam levantar esta infra-estrutura e passar a oferecer o canal de retorno para os serviços interativos que irão passar a oferecer em breve. Esta idéia foi sugerida pelo próprio ministro. Esbarra no receio regulatório dos radiodifusores entrarem no mercado de telecom e depois não terem argumentos para impedir a entrada das operadoras de telefonia no seu negócio.

A humanizadora utopia da democratização da comunicação

Luiz Ramiro Beltrán é jornalista, poeta e pesquisador. Natural da Bolívia, aos 76 anos é considerado um dos pioneiros do Pensamento Comunicacional Latino-americano. Por ser filho de jornalistas, começou sua carreira profissional aos 12 anos, tendo atuado também como publicitário, relações públicas, produtor e roteirista de documentários. Após ter trabalhado em várias empresas e órgãos governamentais, fez diversos cursos de capacitação em televisão, cinema, comunicação e educação para o desenvolvimento nas universidades de Michigan, Pensilvânia, Nova York, Massachusetts e Wisconsin.

Na década de 1960, voltou aos Estados Unidos para realizar sua formação de mestrado e doutorado, tendo sido orientado por Everett Rogers e David Berlo. Ao longo dos anos 1970, prestou consultorias para organismos internacionais como OEA, Unesco, FAO, Usaid e Fundação Ford, o que fez com que conhecesse profundamente a realidade de vários países da América Latina. Entre sua longa carreira de serviços prestados à comunicação para o desenvolvimento, o destaque maior foi o assessoramento dado à Unesco para o estabelecimento da América Latina como laboratório para a promoção de políticas democráticas de comunicação, o que deu origem aos debates para a proposta de criação de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic).

A entrevista com Luis Ramiro Beltrán, que reproduzimos integralmente a seguir com a autorização dos autores e editores, foi concedida aos pesquisadores José Carlos Lozano Rendón (professor do Instituto Tecnológico e de Estudos Superiores de Monterrey - México) e Edgard Rebouças (professor da Universidade Federal de Pernambuco, co-editor da Revista Brasileira de Ciências da Comunicação), e publicada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) na Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (RBCC), v. 29, n. 2, jul/dez 2006.

Julho de 2006 marca os 30 anos da Declaración de San José. Naquele momento foram propostas políticas públicas de comunicações para a América Latina, que poderiam servir de laboratório para o resto do planeta. Como ocorreu aquele processo em que o senhor esteve diretamente envolvido como consultor da Unesco?

Luis Ramiro Beltrán – É preciso situar San José em todo um contexto daquela época. A luta dos países não alinhados para tentar uma mudança nos sistemas de comunicações, principalmente em relação ao fluxo comunicacional, chegou a um ponto de confronto direto no início da segunda metade da década, quando a oposição ao mesmo por parte das potências ocidentais se manifestou. Ao longo de 1976, as vozes propiciadoras da nova ordem informativa se fizeram ouvir em Tunis, Nova Delhi, Colombo, Lima e Nairobi, entre outras lugares. Respalhada pelo Grupo dos 77, a proposta inovadora foi acolhida pela Assembléia Geral das Nações Unidas e a Unesco recebeu o mandato de apoiar a criação da nova ordem. Aí sim, em julho de 1976, a Unesco promoveu na Costa Rica a Primeira Conferência Intergovernamental sobre Políticas Nacionais de Comunicação, em baixo do fogo cerrado da Sociedade Interamericana de Imprensa que se opunha à sua realização. Por meio de uma Declaração e 30 Resoluções, a conferência adotou oficialmente a idéia de promover aquelas políticas e formou bases concretas para sua formulação e aplicação por meio de um consenso social em prol da democratização da comunicação no plano nacional e em âmbito internacional. Em novembro daquele ano, na Conferência Geral da Unesco, realizada por primeira vez fora de sua sede, ocorreu o choque frontal das posições antagônicas. Em 1977, as grandes organizações empresariais e associações profissionais da comunicação do Oci-

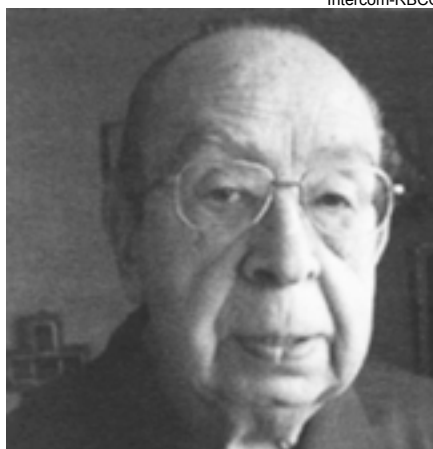
dente iniciaram internacionalmente uma drástica e tenaz campanha contra a idéia da Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic) por considerá-la atentatória contra a liberdade de expressão e contrária à democracia. A fogueira cresceu a tal ponto que a Unesco apelou naquele mesmo ano para uma fórmula conciliatória: criou uma Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas de Comunicação, grupo multinacional e pluralista de especialistas que, pelo sobrenome de seu presidente, ficou conhecido simplesmente como a Comissão McBride.

E como foi a aplicação das recomendações de San José pelos governos que assinaram a declaração?

Luiz Ramiro Beltrán – Se nos tivermos na definição que foi proposta em San José, não existem “políticas nacionais de comunicação”. Não existiam antes de 1973 e, por isso, foram sugeridas em 1974 por alguns especialistas e recomendada aos governos em 1976, em San José. No entanto, como a própria Unesco observou no início da década de 1980, os governos que se comprometeram não cumpriram suas próprias recomendações no âmbito de cada país da região. Somente dois deles tentaram. O primeiro foi a Venezuela, logo depois da reunião interministerial; e o segundo, muito depois, foi o México. Ambas as tentativas fracassariam pelo mesmo motivo.

Na Venezuela, o ministro da Informação editou o decreto criando o Conselho Nacional de Políticas de Comunicação, o que foi negociado com os deputados e senadores, principalmente os do partido socialdemocrata do governo. No entanto, apesar de o presidente da época, Carlos Andrés Pérez, ser claramente partidário da idéia, teve que convencer o ministro da Informação a desistir da proposta para não colocar o partido em risco, já que as eleições estavam muito próximas; o ministro foi transferido como embaixador para a Colômbia.

No México, a Secretaria de Informação da Presidência da República realizou debates por quase um ano com uma equipe de especialistas, o que gerou um extraordinário trabalho com instrumentos para formular e aplicar a



“O que frustrou as intenções foi a enorme pressão exercida pelas associações de proprietários de emissoras e de jornais, e pelas agências de publicidade”

política nacional de comunicação. A notícia vazou para um jornal, o presidente exonerou o secretário e decretou o fim das atividades do órgão encarregado de elaborar a proposta. Dessa forma, dois dos países mais influentes da região se distanciaram abruptamente da causa.

O que aconteceu? Em ambos os casos, o que frustrou as intenções foi a enorme pressão exercida pelas associações de proprietários de emissoras e de jornais, e pelas agências de publicidade que os sustentavam com anúncios de inúmeras empresas nacionais e estrangeiras.

Como já haviam feito antes da reunião de San José, opondo-se forte e agressivamente para que sequer fosse realizada, nos casos da Venezuela e do México, optaram por estratégias - mais privadas do que públicas - para não permitirem o nascimento de nenhuma política de comunicação. A pressão dos empresários foi tão grande que nenhum outro governo ousou colocar o tema novamente em debate. O mais lamentável é que as propostas foram derrotadas na obscuridade e no silêncio.

Outro fator de importância decisiva contra a criação de políticas nacionais de comunicação foi o fato de, em meados da década de 1970, a maior parte da região ser dominada por brutais ditaduras militares. Nessa violenta atmosfera, nada propícia à democracia, era pouco lógico esperar que os governantes se interessassem pela democratização da comunicação.

Por último, acredito que outra importante razão para que as políticas de comunicação não chegassem a passar da teoria para a realidade foi o desinteresse da sociedade civil pelo assunto. Que eu saiba, em nenhuma parte da região, nenhuma associação, nem mesmo as mais radicais, adotou a proposta como parte das reivindicações que alimentavam suas lutas. Nenhum partido político colocou as políticas de comunicação em sua plataforma de campanha, agenda de votações ou programa de governo. Nas minhas lembranças, a única instituição da sociedade civil que se identificou com a promoção das políticas de comunicação foi a Igreja Católica; no entanto o tema não chegou aos mais altos escalões da hierarquia eclesiástica, exceto em casos excepcionais.

Pior ainda, nem sequer no meio universitário especializado no ensino e na pesquisa de Comunicação chegou a haver um conhecimento mais amplo da proposta. E o que é mais estranho, nenhuma associação profissional da área levantou a bandeira da causa. Dessa forma, a idéia foi se tornando restrita, digamos, a uma centena de seguidores do mundo acadêmico espalhados por toda a região, a um pequeno grupo de professores e estudantes, e a duas entidades regionais: o Ciespal, do Equador, e o Ipal, do Peru.

Por fim, na própria Unesco, os poucos funcionários comprometidos com a idéia e acostumados a fazerem sua divulgação foram relegados a um segundo plano e substituídos por pessoas sem o mesmo carisma ou mesma habilidade, justamente nas vésperas da reunião intergovernamental de San José da Costa Rica, em 1976.

Como o senhor vê hoje o quadro dos sistemas de comunicações?

Luiz Ramiro Beltrán – Hoje, mais de um quarto de século do início daquele insólito processo, a resposta

mais direta que se pode dar - infelizmente, mas não surpreendente - é negativa. Para começar, está muito claro que nenhuma, nenhuma mesmo, das propostas de mudança ventiladas com base no ideal da Nomic chegou a se materializar em nenhum lugar. E, o que é pior, não apenas não houve nenhum sinal de melhoria naquela situação que havia sido denunciada, como piorou enormemente.

Diante das novas configurações das práticas comunicacionais e do mercado, o senhor não acredita que tenhamos chegado a um ponto de debater a necessidade de uma nova-Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic)?

Luis Ramiro Beltrán – Sem dúvida nenhuma, acredito sim. Não somente chegou a hora de debater a necessidade de se propor uma nova-Nomic, como já estamos atrasados ao menos uns 15 anos em empreender – coletiva, vigorosa e sistematicamente – essa reflexão para traçar uma ampla estratégia de ação. Os países subdesenvolvidos se mantêm em silêncio e se encontram de braços cruzados diante da angustiante situação provocada pelo neoliberalismo globalizador e hipermercantil que força avassaladoramente a “sociedade da informação” como convém aos países superdesenvolvidos.

Infelizmente, as audazes e precursoras propostas dos anos 1970 – principalmente realizadas no âmbito da Unesco – para dar origem à Nomic não chegaram a se materializar em realidades. A reação das corporações transnacionais de comunicação contra elas foi tão forte e eficaz que conseguiu, primeiramente, diluir, e depois cancelar de vez a deliberação, e garantiram assim a perpetuação incontestável de sua hegemonia imperial. De fato, a forma e o grau que tal hegemonia alcançou nos dias de hoje são muito maiores. Os Estados Unidos, os países da União Européia e o Japão concentram em suas mãos 90% da produção mundial de bens e serviços informativos. Desta forma, estamos longe de ver uma redução do abismo entre tais países e os nossos.

Por isso mesmo, hoje mais do que nunca é necessário uma ação conjunta e resolvida para que os países subde-

envolvidos levantem novamente suas bandeiras de combate pela igualdade e pela independência. Essa ação tem que ser encabeçada por líderes políticos e dirigentes da sociedade civil (sindicais, estudantis, culturais, acadêmicos, religiosos etc.). E cabe aos comunicadores comprometidos com as idéias de mudanças justas – representados por um grupo formal e estável de suas principais associações internacionais – promover e orientar com coragem a nova insurgência e a reposição da vontade de luta pela recuperação de um ideal.

Será que corremos o risco de mais uma vez a utopia ser considerada como ingênua, se não insensata? Certamente que sim. Porque, como nos ensinou o brilhante educador brasileiro Paulo Freire, o utópico não é o idealista inalcançável, mas o dialético que denuncia a estrutura desumanizante e anuncia a humanizadora.

Como o senhor observa atualmente a pesquisa em Comunicação na América Latina? O senhor acha que são ainda seguidos os caminhos que mostrou em direção à adaptação de metodologias de outras escolas à realidade e à complexidade dos fenômenos da região?

Luis Ramiro Beltrán – Lamento que minha impressão seja negativa. Acredito que, lamentavelmente, nossa pesquisa continua sendo feita, em geral, com “viseiras de cavalo” que nos impedem de ver nossas realidades. Parece que na maioria dos casos aqueles que fazem pesquisas continuam as fazendo

“Hoje mais do que nunca é necessário uma ação conjunta e resolvida para que os países subdesenvolvidos levantem novamente suas bandeiras de combate pela igualdade e pela independência”

mais que tudo em função de premissas, objetos e métodos estrangeiros. Chegaria a dizer que não há sequer mais um mínimo de espírito crítico e aptidão criativa; é preferível adotar cegamente do que adaptar criativamente.

Não tenho nenhuma informação de algum inventário analítico da pesquisa em Comunicação de nossa região nos últimos tempos. Quem sabe tal carência se deva ao fato de ter aumentado muito o número de estudos produzidos de meados dos anos 1970 até meados dos anos 2000, devido principalmente ao aumento das faculdades de Comunicação, que já passaram de mil e exigem de seus estudantes pesquisas em forma de monografias. Além disso, não tem aumentado na América Latina o número de associações e de entidades que se especializem em pesquisas sobre Comunicação. Sem dúvida, resenhas baseadas em amostras poderiam nos dar, ao menos, algumas valiosas pistas sobre a situação.

Os indícios que existem do ponto de vista qualitativo não são nada animadores. Recordo-me que, há alguns anos, o ilustre colega José Marques de Melo – incansável analista dos estudos de Comunicação da região e fiel guardião da pesquisa crítica latino-americana - manifestou claramente seu descontento pela atitude que prevalecia entre os estudantes de se voltarem para o esplendor universal do mercado. Ele se referia, se me lembro bem, ao desinteresse deles pela natureza e pelo estado da sociedade, à acriticidade conformista e à indiferença diante da dominação interna e da dependência exterior. E a observação do analista boliviano Alfonso Gumucio concorda com isso, quando diz que somente um punhado daquelas mais de mil faculdades ensinam comunicação para o desenvolvimento.

Como fazer para mostrar às novas gerações de pesquisadores e comunicadores que “não podemos jamais renunciar à utopia”?

Luis Ramiro Beltrán – Acredito que seria de responsabilidade da Alaic, da Felafacs, da Intercom, do Ininco, assim como do Ciespal, constituir um comitê de coordenação que estude o problema e formule uma proposta para um programa de ação conjunta que vise solucionar tal problema.

Vamos construir juntos a I Conferência de Comunicação Social

Num mundo de economia globalizada, a mídia também é globalizada. A atuação ampliada da CNN, a partir das duas invasões do Golfo Pérsico; o apoio que o Presidente Bush recebe da TV Fox; a continentalização do jornal *Herald Tribune*, editado na Inglaterra, entre outros monopólios da mídia, são exemplos disso. O Presidente Bush tentou sofisticar ainda mais, ao criar, no Iraque, um canal de TV para fornecer à população a versão norte americana dos fatos. Na Itália, por duas vezes, Berlusconi chegou ao poder por ser um dos grandes concentradores dos meios de comunicação. Até os dias de hoje, somente a Europa e os EUA possuem mídia mundial.

A BBC de Londres consegue manter sua dignidade, com todas as dificuldades, e continua a ser a referência mundial em termos de mídia pública. O que se repete, em menor escala, com a Rede de Televisão Portuguesa (RTP), que também fez correta cobertura da 2ª invasão do Iraque. O cenário também apresenta mudanças de outras naturezas como a Al Jazira e Al Arábia, no Oriente Médio, mostrando ângulos negligenciados pela mídia imperial. Na América Latina, há boas expectativas em relação à TV Sul e TV Brasil.

No Brasil, o “coronelismo eletrônico” e as forças às quais ele serve, surpreendentemente, no último período, têm ditado a política para o setor com uma intensidade poucas vezes vistas na história. Em 2003, primeiro ano do governo Lula, veículos de comunicação tentaram receber o “Pró-Mídia”. No final daquele ano, sofremos um golpe, com a diminuição da representação popular no Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional. Nos últimos três anos, cerca de 10 emissoras de baixa potência por dia, 200 por mês, 2.400 por ano tiveram suas vozes interrompidas. É cada vez maior o número de comunicadores comunitários respondendo a inquéritos na Polícia Federal. É nesta época que surge na história do Brasil uma nova e numerosa modalidade de “criminosos”: os condenados - vindos das lutas populares - por operar emissoras de baixa potência. Hoje passa de

100 milhões de reais, o valor da poupança popular investida em equipamentos das emissoras de baixa potência e alcance restrito, lacrados ou seqüestrados de cidadãos e comunidades, pela Anatel e Polícia Federal.

Decisões de Estado são tomadas sem que haja uma legítima e necessária discussão com a sociedade e acabam sendo confundidas com “negócios de campanha”. Em maio de 2006, um atentado à soberania nacional com a autorização pelo Cade da Fusão Sky-DirecTV. Em junho, o crime de Lesa-Pátria do decreto 5820/2006

da TV digital; e como se fosse pouco, a pedido do deputado Jader Barbalho e do ministro Helio Costa, o presidente Lula, único com competência legal para tal ato, requisitou a devolução de processos enviados ao Legislativo, impedindo o fechamento de 225 emissoras de vários políticos, que tinham concessões vencidas.

O cenário interno dos últimos 10 anos é marcado por um grande número de experiências e apropriação de tecnologias, espalhadas pelo território nacional, sendo instaladas 30 mil rádios de baixa potência, das quais 10 mil continuam em funcionamento. A entrada do sistema de TV a cabo não

se popularizou como gostaríamos, mesmo assim é responsável pelo surgimento de dezenas de TVs no Brasil, divididas entre comunitárias, universitárias e legislativas, e suas respectivas representações nacionais ABCCOM (Associação dos Canais Comunitários), ABTU (Associação Brasileira de TVs Universitárias), e Astral (Associação das TVs e Rádios Legislativas). É positiva a criação da Abepec (Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais) e a manutenção dos canais estatais, embora alguns estejam próximos da dimensão pública, outros não.

Assim, os avanços não se restringiram apenas aos progressos tecnológicos e seu barateamento. Avanços maiores poderão acontecer, caso se consiga formar uma rede nacional e mesmo internacional de programação compartilhada, com co-produções, envolvendo emissoras comunitárias, universitárias, educativas e estatais, aumentando a intensidade de seu caráter público, e criando conselhos estaduais e municipais de comunicação social, especialmente nas capitais. A participação das entidades do movimento social e ONGs em veículos populares trará outro nível de questionamento de setores da mídia, que vem criminalizando as organizações que defendem o interesse dos excluídos.

É essencial envolver as forças da sociedade que acreditam na necessidade de democratizar a comunicação para democratizar o Brasil. É preciso um novo marco regulatório das comunicações, atualizando as normas referentes ao setor, a partir do processo de convergência tecnológica e visando a garantia do direito à comunicação para a sociedade brasileira. É necessário construir um processo de conferências municipais, estaduais e nacional das comunicações, com vistas a democratizar a formulação, acompanhamento e monitoramento das políticas públicas da área.

Arquivo pessoal



“É necessário construir conferências para formular, juntos, políticas públicas de comunicação”

José Guilherme Castro
Diretor da Abraço e Secretário geral do FNDC

Arquivo pessoal



“Avanços maiores poderão acontecer, com programação compartilhada”

Luiz Carlos Bernardes
Jornalista,
ex-presidente da Fenaj

Um militante incansável

Daniel Herz dedicou sua vida a produzir inteligência em comunicação social

A eficiência em liderar movimentos em prol da democratização dos meios de comunicação marcou a trajetória do jornalista Daniel Koslowski Herz, desde a época da sua vida estudantil, até o final de sua vida. Responsável e exigente com o seu incansável trabalho, Daniel era conhecido, ao mesmo tempo, como uma pessoa extremamente companheira e compreensiva nas suas relações pessoais. Sua energia e talento elevados na elaboração de políticas públicas para o setor da comunicação social o fez formular e defender ações e participar de diversos embates (muitas vezes encabeçados por ele) contra as grandes corporações de mídia e seus interesses privados. Um dos principais líderes da história da democratização das comunicações no Brasil, Daniel Herz esteve sempre à frente em idéias, produzindo inteligência incessantemente, através de fundamentos teóricos. Sua morte prematura, em maio, deixa um vazio que vai além de qualquer clichê.

Coração de estudante

Daniel Herz era ainda estudante de jornalismo, no Rio Grande do Sul, quando fundou a Associação de Promoção da Cultura (APC), em 1974. Na APC, junto com professores e outros estudantes, travou sua primeira batalha política: denunciou um esquema entre a Rede Globo e o Ministério das Comunicações, que estavam para implantar a TV a Cabo no país, via decreto. Batalha ganha, prosseguiu na sua militância pela democratização da comunicação.

Em 1979, ingressou no mestrado em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Estudar em Brasília, para Daniel Herz, significava “estar mais perto de onde se decidem as leis para a comunicação”. Sua vivência na capital federal favoreceu o seu envolvimento com as políticas públicas. Em Brasília, ainda, conheceu professores do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), recém-criado na época. Mudou-se para Florianópolis para



Arquivo Fenaj

Herz enfrentou incansavelmente os grandes monopólios nacionais de comunicação, almejando a democracia

colaborar na formatação do programa de ensino. A intenção era formar profissionais preparados para atuar não só nos grandes meios de comunicação, mas também na área de jornalismo corporativo. Inovador, Daniel Herz tornou diretas as eleições para cargos de chefia e implantou a igualdade de voto entre alunos, professores e servidores da Universidade. Eleito chefe do Departamento de Jornalismo, defendeu que houvesse na universidade a integração entre teoria e prática. “Daniel não veio ao mundo a passeio, veio para transformá-lo”, resume Eduardo Meditich, coordenador de Ensino do Curso de Jornalismo da UFSC. Daniel Herz estimulava a reflexão sobre os problemas da comunicação no país e também participava das festas, com os alunos.

Em 1983, participou do lançamento da Frente Nacional de Lutas por Políticas Democráticas de Comunicação, durante a realização do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisa e Ensino de Comunicação e do IV Encontro Latino-

Americano de Faculdades de Comunicação Social. O jornalista e professor Francisco Karam, que conviveu com Daniel nessa época, lembra do amigo sempre estudando, lendo e escrevendo projetos e propostas, durante noites inteiras, mesmo doente. “Não havia tempo a perder nem tempo posto fora”, recorda.

Incentivado por seu primo Adelmo Genro, Daniel Herz transformou parte de sua dissertação de mestrado no livro *A história secreta da rede globo*, que o tornou conhecido em todo o Brasil. A obra é embasada em extensa documentação e revela, através de seus capítulos, como a Globo chegou ao status que tem hoje; a ligação com o grupo americano Time-Life e com o governo da ditadura militar; aspectos de ilegalidade e manipulações da emissora. “Sequer era de conhecimento público que a Globo havia sido investigada por uma CPI”, destaca Tau Golin, jornalista e editor do livro que atingiu 14 edições pelas editoras Tchê e Ortiz. Mesmo quando já não era

mais professor, Daniel Herz continuou atuando no sentido de aprimorar o ensino do jornalismo no país. Como dirigente da Fenaj, redigiu o Programa Nacional de Estímulo à Qualidade na Formação Profissional dos Jornalistas, aprovado no Congresso Nacional da categoria, em julho de 1997.

Vida política

Toda a vida profissional de Daniel Herz foi de cunho fortemente político. O desejo de mudança, sempre presente em Herz, o levou a participar de partidos políticos. Primeiro, atuou no Partido Revolucionário Comunista, que tinha entre seus fundadores o ministro da Coordenação Política, Tarso Genro, irmão de Adelfo. De 1989 a 1990, Herz foi chefe da Coordenadoria de Comunicação Social em Porto Alegre, no primeiro mandato do Partido dos Trabalhadores (PT) na Prefeitura da capital gaúcha. Trabalhou como coordenador de campanhas políticas do PT de 1992 a 2000. O cineasta Giba Assis Brasil, que também trabalhou nessas campanhas, recorda que Herz organizava “extenuantes reuniões durante a madrugada, após a exibição de cada programa, para análise, e entregava no dia seguinte um relatório metucioso das sugestões e críticas à produção”.

Apesar de seu engajamento partidário, o jornalista não acreditava que a legislação e a estrutura da mídia nacional só seriam mudadas com a ascensão da esquerda ao poder. O caminho, para Herz, não era só criticar, fazer oposição ao governo, mas discutir e propor ações democráticas para o setor. “Daniel estava acima da visão limitada dos sindicatos e empresas, porque era o mais diligente e empenhado em qualquer assunto que envolvesse política ou comunicação”, declarou José Paulo Cavalcanti Filho, presidente do Conselho de Comunicação Social.

Na Constituição Federal de 1988, Daniel Herz encabeçou a campanha da Fenaj pela criação do Conselho de Comunicação Social (CCS). Conseguiu seu propósito, mas o órgão auxiliar do Congresso Nacional só foi implantado em 2002. Herz foi representante da categoria dos jornalistas no CCS até a sua morte.

Quando estava em pauta a regulamentação da Lei do Cabo, Daniel Herz foi à Câmara dos Deputados, juntamente com seus colegas, negociar com os

parlamentares a adoção de um modelo de televisão por assinatura que atendes-se às demandas sociais. A Lei do Cabo proposta por Herz foi aprovada, e, segundo ele próprio, se fosse corretamente aplicada, teria surtido um grande efeito na utilização democrática dos canais de TV por assinatura. Num artigo publicado em 2002, Herz constatava: “permanecemos numa terra sem lei, na área das comunicações, ...onde as práticas e os interesses empresariais se impõem de fato, as regras são descumpridas ou simplesmente ignoradas, e o Estado se omite diante das demandas do interesse público”.

O Fórum

Unir os jornalistas para discussão e definição de metas de como democratizar a comunicação foi um passo maior. Não é possível separar a história de Daniel Herz da história do FNDC. Nas viagens pelo país, para lançar seu livro, aproveitou a oportunidade para organizar os pólos regionais que formaram o FNDC, lançado oficialmente em 1991.

Junto com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Herz e outros pesquisadores lançaram o documento *Proposta da Fenaj para a Sociedade Civil*, que representava as idéias da organização. Daniel percorreu vários estados com outros integrantes do Fórum para conseguir mais adeptos e organizar a entidade. Surgiram os comitês regionais, que atualmente são 12, instalados em nove estados da federação.

Arquivo Epcom



Produziu inteligência incessantemente

ração. Entre 1992 e 1994, eram cerca de 350 entidades afiliadas.

Em seu início, o Fórum atuou simultaneamente em questões como a implantação do Conselho de Comunicação Social, a disputa da regulamentação da TV a Cabo e da elaboração de uma nova Lei de Imprensa. “O FNDC representa um novo tipo de organização da sociedade em relação à luta pela democratização da comunicação, que sempre foi muito fragmentada. O Fórum nunca pretendeu ser uma representação exclusiva da comunicação, mas representante de um conjunto de setores da sociedade civil, que tem um projeto para a democratização da comunicação”, definiu Herz, em sua última entrevista.

Em 1998, criou o Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação, o EPCOM, com o propósito de investigar a realidade da mídia no país e fornecer dados que poderiam servir de base ao funcionamento do FNDC. O Acessocom, informativo online feito pelos jornalistas do Instituto, era resultado de um clipping com notícias sobre comunicação e a análise e contextualização desse conteúdo. Outro fruto do trabalho do Epcom é o estudo “Donos da Mídia”, que expõe um mapa da concentração dos veículos de comunicação do país, a partir das seis principais redes de televisão e suas afiliadas.

Militou até o fim

Desde o ano de 2000, sofria de um câncer de medula, cujo tratamento incluiu seis transplantes. Mesmo com restrições por seu estado de saúde, tendo passado seus últimos meses de vida na cidade de Little Rock, nos Estados Unidos, onde realizou seu último transplante, Daniel Herz acompanhou a discussão e as ações que vinham sendo tomadas para a digitalização do rádio e da tevê.

Na última entrevista que concedeu, o fundador do FNDC salientou sua preocupação com os rumos da TV digital no Brasil, expressando que a questão tecnológica não poderia ser anterior à definição dos objetivos sociais para a televisão brasileira. Daniel Herz trabalhou pela democratização dos meios de comunicação até a sua morte, no dia 31 de maio, em Porto Alegre.

Baseado no Zero, jornal-laboratório do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, ed. julho/2006 e no boletim e-fórum, do FNDC.

FNDC nasceu da necessidade de criar as “Diretas da Comunicação”

Formular políticas públicas para a comunicação, propor e encaminhá-las até que sejam no mínimo postas em discussão, no Brasil, nunca foi uma tarefa fácil. Há mais de duas décadas, um movimento reuniu entidades e parlamentares dispostos a batalhar por uma comunicação mais democrática e humanizadora. Eles formaram a Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas de Comunicação, que iniciou intensos debates e articulações. Nascia, ali, o embrião do FNDC.

Faltavam algumas horas para o texto da Constituinte de 1988 ser votado, quando o então presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Armando Rollemberg, chegou para o deputado Ulisses Guimarães e, desesperado, alertou: “Dr. Ulisses, falta a palavra ‘jornalística’ no artigo 221”. Diante da solicitação, o líder do PMDB respondeu: “Tudo bem, se você conseguir a assinatura dos líderes de partidos, nós a incluímos”. Depois de um intenso corpo-a-corpo junto aos principais gabinetes do Congresso, finalmente a Fenaj viu sua luta de quase uma década ser contemplada na Constituição Federal. A palavra solicitada – acrescentada à mão e à última hora – deixou o inciso III com a seguinte redação: “A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: (...) regionalização da programação cultural, artística e jornalística”.

A história acima dá a dimensão da dificuldade que a sociedade enfrentava – e enfrenta até hoje – para conseguir interferir nas políticas públicas que regem o setor da comunicação no Brasil. Um longo processo de lutas e resistências, avanços e recuos que, em 1991, desencadeou na criação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Na verdade, o acréscimo feito por Ulisses Guimarães naquele episódio não foi por acaso. Foi a seqüência

natural de uma série de debates, reuniões, audiências e, sobretudo, pressões protagonizadas pela Fenaj em conjunto com a sociedade civil naquele período pré-Constituinte. “O lobby patronal para impedir que interferíssemos na elaboração da Constituição era muito forte, as discussões foram bastante acirradas”, recorda Rollemberg, hoje diretor de Comunicação do Senado e professor da Universidade de Brasília (UnB).

O ano era 1984. O crescente movimento pelas “Diretas Já” colocava o povo nas ruas exigindo eleições para presidente da República. Dois eventos na área de comunicação realizados um ano antes, em Santa Catarina, haviam sedimentado um caminho consistente sob o ponto de vista teórico para a elaboração de políticas democráticas de comunicação para o país. O fruto dos encontros e de várias reuniões realizadas posteriormente foi o alicerce para a criação da Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas de Comunicação, cujo lançamento oficial no dia 24 de setembro, em Brasília, contou com a adesão de 24 entidades e 18 parlamentares.

A idéia de aglutinar setores da sociedade brasileira não ligados exclusivamente à área das comunicações deu representatividade ao movimento. Ganhou força, amplitude. “Foi um momento muito importante porque ali passamos a discutir com mais intensida-

de as questões sobre políticas nacionais democráticas de comunicação” conta o atual presidente da Fenaj, Sérgio Murrillo de Andrade. “Sentimos que era preciso enfrentar o poder estabelecido das grandes empresas, construir um movimento que ultrapassasse a área da comunicação, que reunisse diferentes categorias”. A articulação, no entanto, enfrentou um refluxo significativo após a derrota da emenda Dante de Oliveira, a eleição via Colégio Eleitoral e a instalação da chamada Nova República. A prática do clientelismo e da barganha política na distribuição de concessões de emissoras de rádio e televisão nos anos que se seguiram, comuns durante o período militar, favoreceu uma concentração ainda maior da mídia eletrônica.

Diante do momento delicado, a tarefa então era buscar espaços na Constituinte. Em 1986, o Encontro Nacional de Jornalistas, realizado no Distrito Federal, divulgou a Carta de Brasília. No documento, apesar de considerar “restritiva, antidemocrática e antipopular” a forma da convocação do Congresso Constituinte, os jornalistas apontam propostas que a categoria defenderia na elaboração da Carta Magna. No ano seguinte, a Frente transforma-se em Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação (MNDC).

Reunidos em torno de uma mesma bandeira, militantes de diversas áreas passam a fazer um acompanhamento intenso dos trabalhos realizados pela Assembléia Nacional Constituinte. A nova Constituição Federal, depois de duas décadas de ditadura militar, prometia um novo tempo. “Apesar de eu não ter participado de perto, ali deu para perceber quem eram os adversários, o poder que eles tinham, pois uma significativa parte dos parlamentares era formada por radiodifusores”, constata Celso Schröder, coordenador-geral do FNDC. Segundo ele, era necessário reforçar uma atuação dentro do Sena-

do, realizar um diagnóstico da força de quem governava o país e, especialmente, organizar uma articulação da sociedade que fosse maior que a frente.

Embora a intensa atuação junto aos parlamentares constituintes, o poder de fogo dos proprietários das principais empresas de comunicação foi mais forte. Mais uma vez, eles conseguiram ter praticamente o controle sobre o texto final que trata da Comunicação Social na Constituição. “O lobby patronal estava nas subcomissões. Em uma das sessões, o público que estava no antigo auditório Nereu Ramos atirou moedas na direção dos deputados para demonstrar o descontentamento com os rumos que as votações estavam tomando”, conta Rollemberg.

Enquanto a Constituição avançava em outras áreas, na Comunicação o processo estava praticamente estagnado. Os congressistas contrários às propostas do MNDC, conhecidos por formar o bloco do “Centrão”, exerciam enorme influência. “Percebemos que ali estava o centro do poder, precisávamos alterar esta estrutura”, recorda Schröder. A pressão era tão forte, que a subcomissão de Comunicação foi a única em que o relatório não apresentou um texto fechado. “Hoje podemos dizer que a criação do Conselho de Comunicação Social (apesar de ele só ter sido regulamentado em 1991 e implantado em 2002), a regionalização da produção cultural, artística e jornalística, os dispositivos que impediam a censura e a concentração de propriedade foram avanços significativos”, analisa Murilo César Ramos, coordenador do Laboratório de Políticas de Comunicação da UnB. “Tínhamos consciência de que, apesar de alguns avanços, havíamos conquistado ainda muito pouco”, completa Schröder.

Em 1989, porém, um fato expõe mais uma vez o poder da comunicação do país. Às vésperas das eleições presidenciais, a Rede Globo de Televisão colocava no ar um *Journal Nacional* cuja edição favorecia claramente o candidato Fernando Collor de Mello na disputa contra Luiz Inácio Lula da Silva. “Aquele episódio fez a gente questionar mais ainda a comunicação no Brasil: como é que uma TV pode ter tanto poder assim a ponto de influir na política de um país?”, questiona Elisabeth Costa, inte-



Fenaj publicou, em 1993, uma série de matérias com história da luta pela democratização da comunicação

grante do departamento de Relações Internacionais da Fenaj e do Comitê Executivo da Federação Internacional de Jornalistas. “Aquele episódio proporcionou um novo momento de análises e questionamentos sobre a necessidade de democratização da comunicação”.

Veio então o Congresso dos Jornalistas realizado em Santa Catarina, em 1990. No encontro, destacava-se a tese apresentada por Daniel Herz, Beth Costa e Sérgio Murillo de Andrade, propondo uma atuação efetiva dentro e fora do Parlamento, na busca pela democracia na comunicação e pela regulamentação do Capítulo V, da Constituição; pela pluralidade no sistema de concessão de rádios e TVs, e pela restrição de práticas monopolistas e de formação de oligopólios. “Após o Congresso, foram montados

comitês em todas as capitais do país, a partir dos sindicatos dos jornalistas, com o objetivo de organizar o debate em torno da democratização da comunicação”, relembra Beth. “Esta mobilização foi decisiva para o que viria mais tarde a se tornar o FNDC”.

O FNDC é o resultado de um longo processo de luta democrática: do combate à ditadura militar, ao desafio aos oligopólios na Constituinte; da discussão sobre a implantação da TV a Cabo, ao debate sobre a TV Digital e o software livre. “Ele é um herdeiro da Frente, que lá nos anos 80 reivindicava a democratização da comunicação”, resume Murilo César Ramos. Ou, como dizia Daniel Herz, o Fórum nasceu da necessidade de se formar o movimento das “Diretas da Comunicação”.

Uma vitória no caminho da democratização

Podemos afirmar, sem sombra de dúvida, que o Conselho de Comunicação Social (CCS), órgão auxiliar do Congresso Nacional, instituído pela Constituição Federal de 1988, é um marco na história política recente do Brasil, na área específica das comunicações. Ao contrário de várias outras avaliações, que analisam o Conselho como uma verdadeira perda de tempo e de energias, que sua existência é uma mera satisfação institucional à sociedade e ao texto constitucional, e que, na prática, inexistente. Nossa avaliação é positiva sobre o Conselho de Comunicação Social. E sob outra perspectiva. Senão, vejamos.

Considerando o processo histórico que delineou a construção dos grupos empresariais da área das comunicações, sobretudo da TV brasileira, sempre foi desconsiderada a possibilidade de existência deste tipo de instituto, mesmo em condições limitadas de atuação. Embora instalado tardiamente, 14 anos após sua criação e 11 anos após sua regulamentação, depois de um enorme confronto ideológico e de interesses contrários à sua presença no texto constitucional, o Conselho é, por si só, uma vitória dos setores organizados da sociedade que não desistiram de sua existência. Setores sociais que desde os primeiros passos desta trajetória e luta ultrapassaram os limites da área específica da comunicação.

É inquestionável a sua importância para o amadurecimento do processo de democratização dos meios de comunicação no Brasil. O CCS é um dos instrumentos, e não o único, para a organizada operação de transformar o modelo atual dos meios de comunicação em nosso país, concentrado em oligopólios e marcado por acordos invisíveis que criam um verdadeiro campo de força intransponível contra qualquer tentativa de mudar esta realidade.

É fato que em sua constituição legal e regimental o Conselho é limitado em atribuições, restrito como órgão assessor e consultivo do Congresso Nacional – a bem da verdade, o atual regimento interno do CCS foi ampliado de forma a não incorrer em conflito com o texto constitucional. No regimento, a manifestação do Conselho foi estendida a solicitações de órgãos dos poderes Executivo e Judiciário e de entidades da sociedade devidamente constituídas e pelo seu representante legal. Neste caso, uma complementação contributiva e positiva à Constituição Federal, já que os três poderes têm atuação direta na questão da comunicação social,

como têm também as entidades com interesse nesta área tão importante em qualquer organização social.

Acontece que isto não limitou correspondentemente a atenção à sua existência, participação e atuação da primeira gestão para a atual, mesmo não tendo as atribuições que foram inicialmente pensadas para sua constituição, como órgão deliberativo e com estrutura capaz de proporcionar uma atuação efetiva e em parceria com os demais entes oficiais da esfera pública: Ministérios Públicos, da Justiça, Cultura, Comunicações, Educação e ocasionalmente outros Ministérios, de acordo com a necessidade específica. Assim como atuam outros conselhos assemelhados em vários outros países, onde, de fato, são órgãos de forte presença na organização, regulação e atuação dos grupos empresariais da área das comunicações, sempre preservando os interesses sociais. Isto comprova a concreta importância do CCS, que é um instrumento da sociedade ainda em maturação e afirmação, mas que caminha irreversivelmente neste sentido. E não podemos vacilar neste aspecto. É nossa missão corresponder afirmativamente nesta caminhada, que é a continuidade de muito trabalho e dedicação dispensada por valorosos companheiros e companheiras na luta pela democratização dos meios de comunicação no Brasil.



Cristina Granato

“O CCS é um dos instrumentos, e não o único, para a organizada operação de transformar o modelo atual dos meios de comunicação em nosso país, concentrado em oligopólios e marcado por acordos invisíveis que criam um verdadeiro campo de força intransponível”

Geraldo Pereira dos Santos é representante dos Trabalhadores da Indústria Cinematográfica e Audiovisual no Conselho de Comunicação Social e Presidente do Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (STIC)

Alquimídia transmuta a cultura no cenário catarinense

Combinar elementos inferiores e transformá-los em ouro. Aí está um dos objetivos da alquimia, mistura de ciência e filosofia que congregava elementos de química e astrologia na tentativa de compreender o mundo.

Nesta perspectiva multidisciplinar, que integra profissionais de comunicação e artistas com a finalidade de dar visibilidade à produção cultural catarinense, surge o projeto *Alquimídia*, uma associação cultural filiada ao FNDC que apóia projetos, movimentos e entidades do terceiro setor voltadas para a produção cultural e a difusão da informação. “Fazemos a integração entre a produção cultural local e os veículos independentes de comunicação, como os canais comunitários”, explica um dos responsáveis pelo projeto, o produtor Thiago Skárnio.

Na prática, o apoio se concretiza na execução de uma série de projetos que buscam a projeção da produção gráfica e audiovisual local. Além disto, o grupo presta amparo tecnológico, por meio de criação e hospedagem de sites, e o serviço de consultoria para estratégia de comunicação e articulação política.

Sarcástico foi início

As raízes da *Alquimídia* estão em um movimento anterior, chamado Grupo Expressão Sarcástica. Formado na metade da década de 90 por amigos de infância e colegas de faculdade, o movimento se caracteriza pelo humor cáustico e a ironia expressa em suas produções.

“O movimento precisou se organizar como pessoa jurídica e se instalar em uma estrutura para atender à demanda de trabalho que crescia”, conta Skárnio. A associação cultural foi então formada, em 2002, e passou a atender à demanda da produção cultural independente e gerenciar o conteúdo produzido pelo Sarcástico.

Boa parte do material criado pelo grupo fica disponível na internet, no endereço www.sarcastico.com.br, um portal de informação alternativa “de todos os meios para todos os meios, inclusive os meios-termos...”, como se auto-define. Lá está o *Programa Apêndice*, uma série de 30 episódios de TV veiculados quinzenalmente no Canal Comunitário de Florianópolis, além do filme *Sorria, você está sendo filmado* e outros produtos audiovisuais.

Principais projetos

Segundo Skárnio, desde a sua criação, a *Alquimídia* participou ativamente de muitas iniciativas na área da cultura e da comunicação, ligadas tanto ao setor público como à sociedade civil organizada. Nesse sentido, ele destaca a mostra catarinense de vídeos – *Catavideo*, cuja sétima edição deve se realizar entre 28 de outubro e 6 de novembro deste ano – como uma das principais atividades do grupo. O objetivo desta mostra é aumentar o espaço de divulgação de trabalhos captados em vídeo e incentivar a troca de idéias e experiências entre os realizadores de produções audiovisuais de Santa Catarina, esclarece Thiago Skárnio.

Além da mostra, a *Alquimídia* é uma das mantenedoras do projeto *Casa Brasil* promovido



Humor e criatividade na produção de conteúdo da *Alquimídia*

pelo Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI) e proposto pela Federação das Associações de Moradores de Santa Catarina (Famesc) em Florianópolis. A associação também faz parte do *Fórum Catarinense de Acompanhamento da Mídia*, que integra, em conjunto com outras entidades e com a Comissão de Educação da Assembléia Legislativa de Santa Catarina, a campanha *Quem financia a baixaria é contra a cidadania*.

Entre os projetos ligados ao governo, destacam-se o Ponto de Cultura “Se essa mídia fosse minha...” da CIA da Cultura, no qual a *Alquimídia* é parceira em Florianópolis. Outro projeto é a *Rede de Integração Cultural de Santa Catarina* (RIC-SC), do Governo Estadual à qual a entidade presta consultoria para a gestão de Comunicação.

A *Alquimídia* é representante do terceiro setor no Canal Comunitário de Florianópolis, participa do Comitê pela Democratização da Comunicação de Santa Catarina (do FNDC), além de desenvolver trabalhos em diversos projetos culturais, como a realização de um documentário sobre o Mercado Público da capital catarinense e do site da Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis.

Como proposta de viabilização ao acesso popular, visibilidade, espaço para a produção independente e realização de conteúdo crítico e reflexivo, a *Alquimídia* vem cumprindo seu propósito, a partir de Florianópolis, para a democratização da comunicação no cenário catarinense.



Sarcasmo e ironia caracterizam as produções em comunicação

Generosidade intelectual?

Proteção à propriedade e ao compartilhamento na era digital

A presença cada vez mais determinante da tecnologia digital na sociedade tornou possível copiar e reproduzir bens culturais com custo de cópia e transferência de textos, desenhos, músicas e filmes quase zero e com qualidade na reprodução. Esta evolução da produção de bens simbólicos possibilita, além do consumo, a troca e até alteração das obras. Por isso, interfere diretamente na cadeia produtiva do setor, no plano de negócios dos grandes conglomerados de mídia na indústria do entretenimento.

O conceito de proteção de propriedade intelectual surgiu na Inglaterra, no século XVI, quando a realeza concedeu à associação de livreiros e donos de papelaria o monopólio da comercialização de escritos. Em troca da proteção governamental, os comerciantes manipulavam conteúdos e exerciam a censura sobre tudo aquilo que não fosse conveniente a eles ou à corte. A este privilégio se denominou *copyright*, e durou cerca de duzentos anos, acabando somente com a abertura do mercado à concorrência estrangeira.

Após este período, com a publicação do *Statute of Anne* (a primeira lei nacional sobre direitos autorais), em 1710, a propriedade intelectual na Inglaterra finalmente se direciona aos maiores interessados: os autores. Com o tempo, o

direito autorai foi se tornando complexo e incluiu escritos de todos os gêneros, como composições de música, pinturas e desenhos.

Em 1886, muitas nações lideradas pelos países europeus se reuniram em Berna (Suíça) para propor uma regulamentação mínima à proteção das obras literárias, artísticas e científicas. Nesta primeira Convenção Internacional, surgiu o esboço de todas as legislações nacionais sobre o tema. Hoje, o direito autorai pretende garantir aos inventores e autores de produtos intelectuais (seja nos domínios industrial, científico, literário e/ou artístico) o controle da própria criação por um determinado período de tempo.

O professor Imre Simon, da Universidade de São Paulo, comenta em seu artigo *Motivação e breve histórico da propriedade intelectual* que “a questão da proteção à propriedade intelectual transformou-se numa verdadeira corrida entre a legislação e a tecnologia”. Esta corrida (muitas vezes desleal) e a falta de debate acerca das influências da tecnologia na cultura e comportamento da sociedade resultam em inúmeras incongruências sociais, como sistemas de bloqueio de códigos instalados inadvertidamente nos computadores dos consumidores ao comprarem CDs de música e a proliferação de produtos chamados “piratas”.

Em 2005, a divisão de música da Sony BMG causou grande polêmica ao instalar em seus CDs um software bloqueador de cópias chamado XCP, cujo objetivo era impedir a cópia não autorizada de CDs de música da empresa. Um grupo de consumidores americanos abriu um processo coletivo contra a empresa, sustentando que a Sony BMG não informou sobre a existência e a real natureza do programa. Cerca de 4,7 milhões de CDs equipados com o sistema foram retirados do mercado.

Para o Ministério da Cultura, a Lei nº 9.610/98, de Direito Autorai, é uma resposta ainda tímida aos problemas criados

na área da propriedade intelectual pelo estado da técnica e dos interesses econômicos estreitamente vinculados ao comércio exterior.

Creative commons

Existe uma alternativa sendo usada hoje por um número crescente de produtores culturais em 50 países, na questão do direito autorai: é o *Creative Commons*, um projeto que disponibiliza de maneira simples, através de seu site na internet (www.creativecommons.org.br), licenças flexíveis para obras intelectuais. Já são 53 milhões de licenças no mundo, o Brasil é um dos países pioneiros em sua implementação, inclusive com apoio governamental.

O *Creative Commons* é uma ferramenta que possibilita ao produtor cultural compartilhar suas criações oferecendo um leque de possibilidades entre o direito autorai total (todos os direitos reservados) e o domínio público (nenhum direito reservado).

Criado pelo professor Lawrence Lessing, da Universidade de Stanford, na Califórnia, em 2001, o projeto é encabeçado no Brasil pelo professor de Direito Ronaldo Lemos, coordenador do Centro de Tecnologia e Sociedade da Fundação Getúlio Vargas (CTS). O CTS trabalhou na adaptação das licenças do *Creative Commons* para o ordenamento jurídico brasileiro. Como resultado deste projeto, o Brasil se tornou um dos países pioneiros no desenvolvimento de licenças de Software Livre, hoje utilizadas oficialmente pelo governo.

A obra licenciada no *Creative Commons* possui a mesma proteção das licenças tradicionais, “pois o *Creative Commons* é baseado nos direitos autorais”, explica Ronaldo Lemos. Questionado sobre a possibilidade de processar alguém por uso indevido de uma obra, o professor responde “não só poderia como está acontecendo! Na Holanda, onde as licenças são muito semelhantes as do Brasil, aconteceu recentemente um caso em que uma pessoa publicou

Thiago Skárnio



Informalidade confronta tecnologia e direito autorai

fotografias em um site sob licenças CC com atribuição de uso não comercial, as fotos foram usadas por uma revista sem autorização, a revista foi processada”.

O caso citado por Ronaldo foi o do ex-VJ da MTV norte-americana Adam Curry, que processou o semanário *Weekend* por violação de direito autoral e privacidade. Adam havia publicado fotos suas e de sua família no site www.flickr.com sob a licença *Creative Commons* e a revista havia reproduzido algumas fotos em uma história sobre os filhos de Curry, sem pedir sua autorização prévia. A licença das fotos eram de uso não comercial e no dia 9 de março de 2006, o Tribunal Distrital de Amsterdã decidiu o primeiro (e até agora único) caso envolvendo a validade das licenças *Creative Commons*, que, é bom lembrar, não cobrem patentes nem marcas.

Um exemplo bem prático da licença é que se você publicar um livro e um leitor seu que seja professor for fazer fotocópias para aumentar o repertório literário dos seus alunos, os funcionários da copiadora, cumpridores da Lei 9.610/98, (Lei do Direito Autoral, que permite a cópia de no máximo 10 % da obra), se negarão a copiar o livro. Se a sua intenção for disseminar sua criação por todos os meios possíveis, ao licenciar sua obra no *Creative Commons* e sinalizar isto na contra-capta do livro, os mesmos bem-informados funcionários estarão autorizados a realizar a cópia.

Outro exemplo é se você produz uma música, de acordo com a licença escolhida no *Creative Commons*, pode autorizar que baixem do seu site para escutar em casa. No entanto, para usá-la em um comercial de TV, a produtora teria que

pedir sua autorização e pagar pelo uso.

O *Creative Commons* é uma iniciativa complementar ao *copyright*, pois autoriza usos que eram negados de antemão. O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), entidade que realiza a arrecadação e a distribuição dos direitos autorais decorrentes da execução pública de músicas nacionais e estrangeiras, entende o *Creative Commons* como uma “alternativa tecnológica ao que já estava previsto há anos nas legislações mundiais sobre o exercício dos direitos dos autores”. O Professor Aires Rover da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), autor do livro *Os paradoxos da proteção à propriedade intelectual*, esclarece que “não há nada que impeça a licença *Creative Commons* na jurisdição brasileira. A diferença é que no CC já estou abrindo mão de alguns direitos, comunicando à comunidade que ela pode usar até certo ponto minha obra. Se não colocar nada, já está protegido pela licença de direito autoral”.

Potencial econômico

Se popularizada a licença no CC, será possível retirar da economia informal muitos artistas de rua e produtores independentes, como no caso dos bailes de “tecnobrega”, eventos nos quais as músicas produzidas são gravadas em CD e vendidas no próprio local, ou seja, onde já se pratica inconscientemente o *copyleft*.

O *copyleft* é um conceito antagônico ao *copyright*, mais identificado como um movimento. Sua interpretação varia de usuário para usuário, pode tanto estabelecer o domínio público da obra em que é atribuída, quanto “alguns direitos reservados”, como o *Creative Commons*.



Thiago Skármio

E como um artista que tenha o produto do seu sustento adquirido gratuitamente pelas pessoas irá se sustentar? Segundo Ronaldo Lemos, o conceito de “Generosidade Intelectual” é altamente viável. “Os modelos de negócios estão se modificando nas novas mídias e nas tradicionais. A BBC, New York Times e a CNN vão começar a usar o material de leitores. Isso dá dinheiro”, afirma. E conclui: “o valor econômico é aumentado quando é compartilhado. Uma música ouvida por dez pessoas não vale nada, mas ouvida por cem mil, vale”.

Creative Commons, *copyleft* ou colaborativismo, conceitos, num mundo cada vez mais globalizado, tecnocrático e ainda capitalista, são na verdade termos técnicos para o que antes era chamado solidariedade. Quem sabe o ideal de compartilhamento e difusão destes conceitos não consiga também resgatar o significado desta palavra?

PROPRIEDADE INTELECTUAL NA TV DIGITAL

O padrão japonês (ISDB-T) da TV digital escolhido para o Brasil condiciona o tratamento às questões de proteção e distribuição de conteúdo veiculados. As tecnologias que existem atualmente carregam em si duas soluções em medidas de proteção: o bloqueio da gravação ou redistribuição do conteúdo na **emissão**, ou em sua **recepção**. Segundo Steve Solot, vice-presidente de operações da América Latina da *Motion Picture Association*, a proteção na fonte é a solução adotada pelo ISDB-T, e implica na codificação dos sinais, que deixam de ter transmissão aberta. É, portanto, um padrão fechado, no qual todas as emissoras deverão usar a mesma codificação. Nenhum conteúdo poderá ser copiado, nem mesmo na memória do próprio televisor, nem em uma simples fita VHS, pois todos os programas estarão protegidos pelo chamado Copy-Never.

O sistema de gerenciamento do conteúdo na recepção (adotado pela União Européia e que está em vias de adoção nos Estados Unidos, segundo Solot) tem o sinal aberto para ser recebido. Entretanto, o conteúdo digital pode ser criptografado (código que marca a restrição do conteúdo) e bloqueado para cópia nos casos em que a emissora ou o proprietário desejarem. Um programa criptografado será reconhecido pelo aparelho receptor, que conterà programas capazes de controlar a reprodução ou redistribuição daquele conteúdo digital específico.



FNDC realizará Plenária em Florianópolis

A XIII Plenária do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) ocorrerá de 20 a 22 de outubro de 2006, em Florianópolis (SC). Neste ano, o tema central é “Políticas públicas de comunicação e organização social”. Na pauta, o marco regulatório da área, Conselho de Comunicação Social e a I Conferência Nacional das Comunicações. O evento marca os 15 anos

de criação do primeiro movimento social brasileiro centrado na luta por uma comunicação mais plural e cidadã.

O encontro anual das 124 entidades nacionais e regionais do Fórum inicia na noite de sexta-feira, 20/10, com uma homenagem ao jornalista Daniel Herz, um dos pioneiros da luta pela democratização da comunicação e fundador do FNDC, falecido em maio deste ano. Em seguida, o dirigente do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, João Pedro Stédile, é o convidado para o painel “Conjuntura da Área das Comunicações no Brasil”. O sábado se inicia com o painel “Políticas públicas de comunicação – Propostas dos candidatos” para o

qual serão convidados os candidatos a presidente da República no segundo turno ou o presidente eleito. À tarde começam os trabalhos políticos. Os delegados e observadores de entidades nacionais e regionais presentes defenderão teses sobre a “regulamentação e regulação das comunicações” e sobre “mobilização e organização do FNDC”.

Parceria cultural

Cultura e Pensamento, um programa de iniciativa e realização do Ministério da Cultura, premiou o projeto editorial da revista *MídiaComDemocracia* com incentivo para realização das duas próximas edições. O *Cultura e Pensamento* é um programa nacional de

fomento que visa viabilizar, em todo o País, uma série pública de discussões, encontros e discursos a respeito de temas do nosso presente. A Comissão de Seleção do Programa em 2006 foi formada por Néstor García Canclini, Boaventura de Souza Santos, Ivan Izquierdo, Maria Rita Kehl, Marisa Mokarzel, José Almino de Alencar, Carlos Alberto Xavier, Paulo Bruscky, Vinícius Demarchi Silva Terra. A realização conta ainda com o patrocínio da Petrobrás, a coordenação técnica da Fundação de Apoio à Pesquisa e à Extensão (FAPEX), a parceria do Ministério da Educação (MEC), do SESC-SP e da Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP).

XIII Plenária

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

POLÍTICAS PÚBLICAS E ORGANIZAÇÃO SOCIAL



20 a 22
de outubro de 2006
Florianópolis - SC



Informações: www.fndc.org.br secretaria@fndc.org.br

PROGRAMA

20/10 Sexta-feira

- 15h00-18h00 – Credenciamento
- 18h30-19h30 – Jantar
- 19h30-20h00 – Mesa de abertura
Homenagem ao jornalista Daniel Herz
(ex-coordenador-geral FNDC)
Participantes: Coordenação Executiva FNDC e convidados
Mediação: Comitê SC
- 20h00-22h00 – Painel Conjuntura da Área das Comunicações
João Pedro Stédile (MST)
Mediação: Conselho Federal de Psicologia (CFP)

21/10 Sábado

- 09h00-11h00 – Painel Políticas públicas de comunicação – Propostas dos candidatos
Expositores: Candidatos no segundo turno ou presidente eleito
Mediação: Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj)
- 11h00-12h30 – Apresentação do relatório de atividades e prestação de contas da Coordenação Executiva (Gestão 2004-2006)

- 13h00-14h00 – Almoço
- 14h00-17h00 – Teses sobre regulamentação e regulação das comunicações
- 17h00-17h15 – Intervalo
- 17h00-19h00 – Teses sobre Mobilização e Organização do FNDC
- 19h30-21h00 – Jantar

22/10 Domingo

- 09h00-11h00 – Painel Conselho de Comunicação Social – Perspectivas de renovação
Debatedores: Berenice Mendes Bezerra (representante da categoria dos artistas), Celso Schröder (representante da categoria dos jornalistas), Geraldo Pereira dos Santos (representante da categoria dos técnicos em cinema) e Eurípedes Corrêa (representante da categoria dos radialistas)
Mediação: Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRACO)
- 11h00-12h30 – Eleições gerais FNDC
- 13h00-14h00 – Almoço
- 14h00-17h00 – Encontro com movimentos sociais sobre a I Conferência Nacional das Comunicações
- 17h00 – Encerramento da XIII Plenária

Definitivamente, há algo mais no céu do que os aviões de carreira.

A opinião que você nem sabia que tinha.
O desejo de comprar algo que ontem
não existia.

A celebridade que você não conhece
mas é sua amiga.

O que a mídia não diz mas quer que
você pense.

Tudo isso é invisível aos olhos. Mas está
no ar. Todos os dias. Em todos os lares.
Democratizar a comunicação é aprender
a produzir informação e a decifrar as
mensagens que nos entregam.

O caminho é longo.
Venha trilhá-lo com a gente.

Associe-se ao FNDC.
Mais informações em www.fndc.org.br

