



**Plataforma
Intervozes
para a efetivação do
Direito Humano à
Comunicação no Brasil**



intervozes
coletivo brasil de comunicação social

Este documento é uma contribuição às discussões da I Conferência Nacional de Comunicação. Ele reúne um conjunto de princípios, diretrizes e propostas entendidas pelo Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social como soluções necessárias à tarefa de reorganização do marco institucional das comunicações brasileiras. São 54 proposições reunidas em nove blocos: (1) Princípios, (2) Gestão das políticas de comunicação e órgãos reguladores, (3) Modelo de serviços, (4) Gestão de redes e espectro de radiofrequências, (5) Outorgas e limites à concentração de propriedade, (6) Conteúdo editorial e publicitário, (7) Acesso ao conhecimento e aos serviços de comunicação, (8) Financiamento e políticas de fomento e (9) Formação e exercício profissional. Para algumas delas, são necessárias propostas mais detalhadas, que serão desenvolvidas a partir do diálogo com as organizações do mesmo campo.

PRINCÍPIOS

1. Todo cidadão e cidadã brasileira devem ter respeitada sua liberdade à manifestação do pensamento, conforme previsto na Constituição Federal. Tal prerrogativa inclui a proibição a qualquer tipo de censura, seja ela estatal (via imposição pelo uso da lei ou da força) ou privada (por meio da restrição causada pelo abuso do poder econômico ou qualquer outro tipo de coerção). O Estado deve adotar medidas de regulação sobre a estrutura do sistema de comunicações, a propriedade dos meios e os conteúdos veiculados para garantir que essa liberdade seja desfrutada de forma ampla, sem estar limitada aos que detêm poder político ou econômico e para que o uso desta liberdade não viole os direitos humanos.
2. O direito humano à comunicação deve ser tomado como um dos pilares centrais de uma sociedade democrática e como conceito orientador da organização de um modelo institucional para a área das comunicações. Tal concepção abarca a liberdade de expressão e o direito à informação, mas vai além ao afirmar o direito de todas as pessoas de ter acesso aos meios de produção e veiculação de informação e cultura, de possuir condições técnicas e materiais para ouvirem e serem ouvidas e de ter o conhecimento necessário para estabelecer uma relação autônoma e independente frente aos meios de comunicação.
3. A concepção da comunicação como direito humano está inserida numa matriz de pensamento que compreende os direitos humanos como instrumentos da luta política contra-hegemônica, por uma sociedade justa, igualitária e sem opressão de qualquer tipo. Entende-se o direito humano à comunicação como um direito ao mesmo tempo individual, coletivo e difuso, em oposição à idéia da informação e da cultura como mercadorias, como meros objetos de consumo.
4. O ideário dos direitos humanos coloca a relação Estado/sociedade num outro patamar, visto que pressupõe as obrigações dos diversos entes do Estado em relação à efetivação dos direitos reconhecidos e consagrados pela sociedade nos seus diversos estatutos normativos. Em outras palavras, reconhecer que alguém – uma pessoa, um grupo social, uma classe – possui direitos é reconhecer o seu legítimo poder de reclamar e reivindicar as obrigações do Estado em relação ao respeito, à promoção, à proteção e ao provimento destes direitos. Assim, a garantia deste direito humano é dever do Estado, que tem a responsabilidade de assegurar sua promoção por meio da: (1) regulamentação dos diversos aspectos concernentes ao setor, (2) exploração de meios e serviços próprios, segundo regras detalhadas adiante, (3) regulação e fiscalização sobre as atividades e (4) de ações de fomento e estímulo à produção, distribuição e acesso à informação e à cultura pelos cidadãos e cidadãs.
5. Para efetivar a promoção dos direitos humanos e subordinar o Estado, suas políticas e a regulação das atividades de interesse coletivo e relevância social ao interesse do conjunto população, são necessários mecanismos e processos institucionalizados de controle social e de participação popular (como conselhos, comissões de monitoramento das ações governamentais, comitês de avaliação da qualidade dos serviços, consultas e audiências públicas). Para que este tipo de diálogo democrático ocorra de maneira satisfatória, é condição que o poder público e as empresas prestadoras de serviço público sejam fortemente transparentes, prestem contas aos cidadãos de suas ações e sejam obrigadas a responder publicamente aos questionamentos da sociedade civil. Este nível de abertura pode e deve ser potencializado pelo uso das novas tecnologias digitais, que permitem aprofundar o acesso a informações e à participação em processos de consulta e discussão sobre temas de relevância pública.
6. A riqueza da nossa diversidade – seja ela de segmentos (de gênero, classe, étnico-racial, etária, regional, de

credos e de orientação sexual, entre outras), de identidades ou de pontos-de-vista – deve estar refletida na mídia e ser promovida pelas políticas públicas relacionadas a esta esfera da sociedade. A promoção desta dimensão da diversidade deve ser tomada como forma de garantia do exercício do direito à comunicação de grupos historicamente subrepresentados ou representados de forma estereotipada e/ou preconceituosa.

7. Os serviços de comunicação que dependem do uso de bens públicos e recursos escassos ou forem considerados de interesse coletivo e relevância social devem ser tratados como serviços públicos, de forma que, independentemente de ser o prestador privado ou estatal, eles atendam ao interesse público e às condicionalidades que lhe forem impostas pela sociedade, por meio do Estado ou por processos participativos, para tal fim.

PROPOSTAS

a) Prever no Artigo 220 da Constituição Federal o fomento à pluralidade e à diversidade e a proteção de todos os cidadãos e cidadãs contra restrições de natureza política ou econômica à liberdade de expressão, sejam elas causadas por agentes públicos ou privados, configurando-as como censura.

b) Incluir no capítulo dos direitos fundamentais da Constituição Federal o direito humano à comunicação, compreendido como uma concepção que abarca a liberdade de expressão e o direito à informação, mas vai além ao afirmar o direito de todas as pessoas de ter acesso aos meios de produção e veiculação de informação e cultura, de possuir condições técnicas e materiais para ouvirem e serem ouvida e de ter o conhecimento necessário para estabelecerem uma relação autônoma e independente frente aos meios de comunicação.

c) Inscrever o direito humano à comunicação como um dos princípios do novo marco regulatório do setor, bem como da Política Nacional de Comunicação e de suas normas.

d) Aplicar os princípios e diretrizes constantes na Convenção sobre Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais aprovada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco).

GESTÃO DAS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E ÓRGÃOS REGULADORES

8 Um dos principais objetivos da revisão do marco institucional deve ser a instituição de uma Política Nacional de Comunicação, que estabeleça um planejamento coordenado das ações de regulamentação, regulação, fiscalização, exploração de meios e prestação de serviços pelo Estado, bem como das políticas públicas de fomento. Este plano deve ser construído e aprovado por um Conselho Nacional de Comunicação. O modelo institucional, incluindo o conjunto da gestão das políticas e os órgãos reguladores, deve estar baseado em três diretrizes: (1) a garantia de transparência e publicização de ações e atividades exercidas; (2) a participação popular nas decisões estatais; e (3) a racionalização e integração dos órgãos e iniciativas do Estado em seus mais diversos níveis, operando como um sistema.

9. Devem ser criados mecanismos de incidência e participação da população sobre as políticas e ações no âmbito do Estado, sobre os meios prestadores de serviços e sobre o conteúdo veiculado por esses. O núcleo desta política são os órgãos reguladores, atravessados por instâncias e mecanismos de participação direta e indireta em cada uma de suas áreas e ações. A política deve incluir espaços de avaliação e reflexão sobre o desempenho dos serviços prestados pelos entes integrantes dos sistemas público, estatal e privado.

10. O modelo institucional deve ser comandado por um Conselho Nacional de Comunicação (que pode ser complementar, mas não se confunde com o Conselho de Comunicação Social auxiliar do Congresso Nacional), aberto à participação popular em suas diversas instâncias e sujeito a exigências rigorosas de transparência. Este órgão seria responsável pela regulamentação específica, regulação, processamento das outorgas relativas aos diversos serviços, fiscalização e pelas ações de fomento referentes ao setor, contemplando os serviços, a infra-estrutura e o conteúdo.

11. Estados e municípios devem se constituir como parte ativa no desenvolvimento de políticas de comunicação que tenham como objetivo: (1) fomentar a comunicação como ferramenta de democratização da gestão pública; (2) garantir a transparência na gestão e o acesso dos cidadãos e cidadãs a todas as informações necessárias para o pleno exercício da cidadania; (3) integrar as ações e políticas de comunicação às demais políticas públicas, de forma a constituir arranjos que contribuam para o fortalecimento de políticas integradas; (4) potencializar a apropriação dos meios de comunicação e o exercício do direito humano à comunicação pelos cidadãos e cidadãs locais; (5) contribuir para a ampliação da pluralidade e diversidade das fontes disponíveis de in-

formação na localidade; e (6) fortalecer os instrumentos de participação popular para definição, monitoramento e avaliação das políticas de comunicação. Para isso, os órgãos reguladores estaduais devem assumir o papel de avaliadores dos pleitos de outorga e renovação, em pri-

meira instância, de coordenadores da prestação de serviços estatais de comunicação (como veículos públicos de comunicação ou provimento de serviços públicos de acesso à Internet) e de promotores de ações de fomento, respondendo aos objetivos acima elencados.

PROPOSTAS

a) Criação de um Conselho Nacional de Comunicação, aberto à participação popular em suas diversas instâncias e sujeito a exigências rigorosas de transparência. Sua composição deveria seguir o exemplo do Conselho Nacional de Saúde, reservando 50% das cadeiras a representantes dos usuários, 25% aos trabalhadores do setor e 25% aos prestadores de serviços (sejam eles entes estatais, empresariais ou sem finalidades lucrativas). Este órgão seria responsável pela regulamentação específica, regulação, processamento das outorgas relativas aos diversos serviços, fiscalização e pelas ações de fomento referentes ao setor, contemplando os serviços, a infra-estrutura a conteúdo. Sua estrutura contaria com escritórios regionais em todo o país, absorvendo atribuições que hoje são da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), da Agência Nacional de Cinema (ANCINE) e do Ministério das Comunicações. A este último, caberia o papel de formulador das políticas governamentais para a área. A prestação de serviços por parte da União, sejam eles meios de comunicação ou tráfego de dados, poderia estar em entes específicos para cada atividade, mantida a subordinação ao Conselho Nacional de Comunicação.

b) Instituição da obrigação de realização de audiências e consultas públicas, garantindo o acesso da sociedade brasileira a elas, para normas de impacto e temas de relevância coletiva no Conselho Nacional de Comunicação e nos demais órgãos do setor.

c) Criação, no interior do Conselho Nacional de Comunicação, de comitês com proporção semelhante à do órgão para análise dos processos de outorgas de serviços de comunicação, a partir de processos participativos junto ao público atingido pelo respectivo serviço.

d) Instalação de uma procuradoria dos direitos dos usuários de serviços de comunicações, que proteja os direitos deste segmento e ajuíze ações para o respeito e a efetivação dos mesmos.

e) Implantação de uma comissão sobre violações de direitos humanos nas comunicações, composta por indicados pelo Conselho Nacional de Comunicação, com a função de receber reclamações e denúncias e encaminhar sugestão de reparação ou punição aos órgãos responsáveis pela aplicação de sanções aos prestadores de serviços.

f) Implantação de Conselhos Estaduais de Comunicação, com a prerrogativa de estabelecerem as políticas públicas neste âmbito da Federação, incluindo a análise, em primeira instância, dos processos de outorgas daquele estado, a definição de diretrizes para os veículos mantidos pelo Estado nesta esfera, os critérios para aplicação dos recursos de publicidade institucional e as ações de fomento e estímulo ao acesso e à produção e difusão de informação e cultura.

MODELO DE SERVIÇOS

12. Para a organização do marco institucional das comunicações, é imperativa a regulamentação do Artigo 223 da Constituição Federal no que toca à complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal. Para cada um dos sistemas, devem ser estabelecidos direitos e deveres no tocante à participação social na gestão, modalidades de financiamento e obrigações quanto à programação.

13. Os meios públicos e comunitários devem ser a expressão máxima de espaços democráticos, comprometidos com a construção de uma sociedade justa e solidária e com a expressão da diversidade cultural, ideológica e política do país. Para isso, devem ser organizados por instâncias e processos de gestão e controle democrá-

ticos e efetivamente participativos, dotados de fontes estáveis, vinculadas e volumosas de recursos, e estruturados a partir de uma rede de transmissão que universalize a oferta de seus conteúdos à população.

14. O tráfego de dados em alta velocidade, conhecido como Banda Larga na Internet, deve ser instituído como serviço público, a ser prestado por meio de diversas tecnologias, com metas de qualidade, alcance, controle de preços e garantia de continuidade.

15. A telefonia celular (Serviço Móvel Pessoal – SMP) deve ser transformada em serviço público, a fim de que haja controle sobre seu modelo de custos e de que sejam estabelecidas metas de qualidade e oferta do serviço.

a) Regular o Artigo 223 da Constituição Federal, no que concerne à definição dos sistemas público, privado e estatal. O primeiro deve ser entendido como aquele integrado por organizações de caráter público geridas de maneira participativa a partir da possibilidade de acesso universal do/a cidadão/ã às suas estruturas dirigentes e submetida a controle social. O segundo deve abranger todos os meios de entidades privadas em que a natureza institucional e o formato de gestão sejam restritos, sejam estas entidades de finalidade comercial ou não comercial. O terceiro deve compreender todos os serviços e meios controlados por instituições públicas vinculadas aos poderes do Estado nas três esferas da Federação. Para cada um dos sistemas, devem ser estabelecidos direitos e deveres no tocante à participação social na gestão, modalidades de financiamento e obrigações quanto à programação.

b) No Sistema Público de Comunicação, instituir conselhos em todos os organismos mantenedores de mídias públicas, com prerrogativa de definir as diretrizes relativas às atividades da corporação e acompanhar a sua implementação. Estes espaços devem ser compostos observando a maioria da sociedade civil, a partir de eleição junto à população ou às suas representações. Deve ser exigida a implantação de comitês por veículo, gênero e programa de cada uma das iniciativas de comunicação dos organismos mantenedores de mídias públicas.

c) Nas instituições com veículos pertencentes ao Sistema Estatal de Comunicação, implantar conselhos análogos, assegurada a presença igualitária de representantes do referido ente no órgão.

d) Definir um Plano Nacional de Universalização do Sinal das Emissoras Públicas e Estatais, tendo como prazo limite dezembro de 2012.

e) Estabelecer a radiodifusão comunitária como modalidade local do Sistema Público de Comunicação, tendo como deveres as exigências de gestão participativa aplicadas a este sistema de forma a atender ao interesse público da comunidade e como direitos a potência e alcance necessários à boa prestação do serviço.

f) Editar Decreto Presidencial instituindo o serviço de Banda Larga em regime público, estabelecendo metas de qualidade, alcance, controle de preços e garantia de continuidade.

g) Editar Decreto Presidencial enquadrando a telefonia celular (Serviço Móvel Pessoal – SMP) no regime público, definindo um modelo de custos e metas de qualidade e oferta do serviço.

GESTÃO DE REDES E ESPECTRO DE RADIOFREQUÊNCIAS

16. O espectro eletromagnético é um bem público e deve ser gerido de modo a atender aos interesses do conjunto da população e ao seu direito humano à comunicação. Ele não pode ser gerido privadamente, nem arrendado ou subconcessionado, total ou parcialmente, por qualquer ente que não seja o poder concedente.
17. A divisão das faixas de espectro deve considerar os serviços que melhor respondem às demandas dos cidadãos e cidadãs e efetivar a complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal, sem privilégio de nenhum desses sobre os demais.
18. Na definição de novos usos para faixas de frequências, é fundamental permitir que sejam reservadas áreas do espectro para a cessão específica às redes comunitárias que se utilizem de tecnologias sem fio (como o WiMax e redes mesh).
19. A competição nas telecomunicações deve ser estimulada por meio da desagregação das redes, com a instituição do regime de separação estrutural entre o detentor da infra-estrutura e os prestadores de serviços ao consumidor.
20. Regulamento da ANATEL deve estabelecer o controle de preços de interconexão entre redes, com um modelo de custos e tarifas justas, regras e métodos de cobrança, monitoramento de tempos para acordo e contratos de interconexão, e provimento de arbitragem quando necessário.
21. Na gestão das redes, deve ser garantida a neutralidade do detentor da infra-estrutura no tratamento das informações, sem nenhum tipo de interferência discriminatória na velocidade de transmissão ou no conteúdo transmitido.
22. No processo de digitalização da televisão e do rádio, a outorga de faixas de espectro para transmissão de sons ou de sons e imagens deve responder apenas ao espaço necessário à prestação do serviço requerido. No caso

dos radiodifusores que receberem a consignação de 6 MHz, toda porção de espectro não utilizada deve retornar à União para nova destinação. A exploração de

serviços só pode ser permitida se agregada à programação, sem ônus financeiro ao telespectador e sujeita à taxação para destinação à mídia pública e comunitária.

PROPOSTAS

a) Reorganizar o espectro de radiodifusão, assegurando 40% dos canais para o Sistema Público, 40% para o Sistema Privado, divididos entre comerciais e sem fins lucrativos, e 20% para o Sistema Estatal.

b) Proibir qualquer tipo de reconcessão por parte dos outorgados, seja na sublocação de espaços na grade de programação, seja no uso do espectro para veiculação de outras programações (prática também conhecida como multiprogramação). O Executivo Federal deve provocar o Judiciário visando o cancelamento das outorgas de radiodifusores que sublocam qualquer tempo de sua programação.

c) Na TV e no rádio digital, o modelo de outorga para uso de espectro deve ser proporcional ao espaço necessário à utilização do serviço específico pleiteado, sendo vedada a multiprogramação pelos concessionários. Permitir o uso de espectro para serviços adicionais apenas quando diretamente conexos à programação, sujeitando-os à taxação cujos recursos serão destinados ao Fundo Nacional de Comunicação Pública (ver proposta no item Financiamento).

d) Criar, a partir de consultas e audiências públicas, um Plano Nacional de Uso do Espectro no Ambiente Convergente, que defina os serviços a serem explorados em cada faixa do espectro nos próximos vinte anos.

e) Reservar, nos editais de licitação de faixas de espectro, blocos de frequências para uso das redes comunitárias de acesso à Internet que utilizem tecnologia sem fio (Wi-Fi e redes Mesh).

f) Promover, após o cumprimento das metas de universalização pelas operadoras de telefonia fixa (STFC), a separação estrutural de redes, obrigando o desmembramento destas empresas de telecomunicações (incluídas aí também as de cabo) em uma companhia detentora da rede e outras prestadoras de serviços de voz, de tráfego de dados ou de audiovisual por assinatura.

g) A Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) deve aprovar um regulamento com as regras para os preços de interconexão a partir da instituição do modelo de custos para os serviços de telecomunicações e de parâmetros voltados à garantia de tarifas justas. A norma deve estabelecer regras e métodos de cobrança, monitorar todos os tempos para acordo e os contratos de interconexão, e prover arbitragem quando necessário, especialmente no trato com empresas com poder de mercado significativo, que devem garantir interconexão para todos/as os/as interessados/as em condições isonômicas, ressalvada a possibilidade de “discriminação positiva” de redes comunitárias.

OUTORGAS E LIMITES À CONCENTRAÇÃO DE PROPRIEDADE

23. O regime de outorgas e as regras para propriedade dos meios de comunicação devem objetivar a garantia do direito à comunicação aos cidadãos e cidadãs, tendo como princípios o controle social, a pluralidade de meios e diversidade de conteúdo e a universalização do acesso, e devem estar orientados pela complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal.

24. A proibição a monopólios e oligopólios prevista no parágrafo 5º do Artigo 220 da Constituição Federal deve ser regulamentada, impedindo a concentração horizontal, vertical e cruzada. A verticalização deve ser impedida, na radiodifusão, com a abertura de espaço à produção independente e com o estabelecimento de operadores de rede. A propriedade cruzada deve ser proibida entre rádio, TV, jornais e revistas de gran-

de circulação, assim como entre qualquer um desses serviços e a operação de redes de telecomunicações, incluindo os provedores de acesso à Internet.

25. A constituição de redes na radiodifusão deve ser submetida a regras que garantam a diversidade informativa e impeçam cláusulas abusivas impostas pelas cabeças-de-rede às afiliadas. Em cada localidade, devem ser reservados canais para emissoras que veiculem majoritariamente conteúdo próprio. Nas emissoras afiliadas a redes, deve ser garantida quantidade significativa de conteúdo produzido localmente.

26. Nos serviços de telecomunicações, deve-se impedir a verticalização entre operadores de rede, empacotadores, programadores e produtores, separando os presta-

- dores de cada serviço ou fase da cadeia produtiva.
27. Devem ser implantados mecanismos para evitar a concentração também nos serviços de distribuição de meios impressos, estabelecidos sobre um percentual máximo de participação no mercado de entrega, cabendo medidas sempre que o tamanho adquirido por um prestador deste serviço se constituir como impeditivo à capilarização da oferta de publicações.
28. Os critérios para concessões e renovação de outorgas de radiodifusão devem deixar de privilegiar exclusivamente o aspecto econômico, sendo baseados em critérios de programação e no seu impacto na promoção da pluralidade e diversidade de vozes e cumprimento das finalidades sociais do respectivo serviço. O desrespeito a estas diretrizes pode ensejar cancelamento da outorga antes do término do seu prazo legal.
29. Os processos de concessão e renovação devem ser o mais transparente possível, contemplando, em todas as fases do processo, a participação social da população destinatária. O processo de renovação deve analisar rigorosamente o cumprimento das exigências e obrigações referentes à prestação daquele serviço e deve abrir espaço para outros interessados concorrerem. Tais processos devem ter início com uma análise pública no âmbito do estado onde será prestado o respectivo serviço, sendo avaliados e aprovados posteriormente pelo Conselho Nacional de Comunicação.
30. O Estado deve ter garantida estrutura administrativa suficiente para responder adequadamente às demandas relativas à concessão, renovação e fiscalização de todos os processos no prazo devido, acabando com o recurso da licença precária. Essa estrutura administrativa deve ser capilarizada por meio de representações regionais dos órgãos de outorga, regulação e fiscalização.

PROPOSTAS

a) Proibir que os contratos entre os diferentes prestadores de serviço conformem condições não isonômicas, estabeleçam exclusividade ou imponham cláusulas abusivas a partir de uma relação assimétrica de poder, como no caso de cabeças-de-rede e afiliadas, detentoras de infra-estrutura e operadores de serviços de telecomunicações ou programadoras e distribuidores de TV por assinatura que se aproveitam de seu poder de mercado.

b) A fim de garantir o respeito à pluralidade e a prevalência do interesse público, os serviços de radiodifusão não devem ser explorados por: i) entes em cujo quadro constem ocupantes de cargos públicos eletivos (como deputados, senadores ou governadores) ou seus parentes até o segundo grau, e ii) entes com participação de instituições financeiras ou grupos controladores destas.

c) A constituição de redes também deve ser submetida a regras, impedindo que qualquer grupo, à exceção daqueles integrantes dos sistemas público e estatal, organize um conjunto de afiliadas que ultrapasse 10% dos entes exploradores daquele serviço de comunicação. O estabelecimento de qualquer rede, considerando o limite apresentado, só pode ser permitido se respeitada a exigência de veiculação de um mínimo de 50% de conteúdos próprios por seus afiliados. Ou seja, se existem atualmente 421 geradoras de televisão, segundo dados do projeto Donos da Mídia, uma rede só poderia ter, no máximo, 42 emissoras afiliadas.

d) Nos processos de concessão de outorgas, estabelecer como quesitos: i) a diversidade na oferta, considerando o conjunto do sistema; ii) a contribuição para a complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal; iii) a preferência aos que ainda não têm meios de comunicação; iv) o fortalecimento da produção cultural local e a ampliação de empregos diretos; e v) a maior oferta de tempo gratuito disponibilizado para organizações sociais e produções independentes.

e) Instituir a obrigatoriedade de audiências e consultas públicas para a concessão e renovação de outorgas, anunciadas pelas próprias emissoras ou prestadoras de serviços no caso das renovações.

f) Nos contratos de concessão e permissão de rádio e TV, deve ser prevista a obrigatoriedade de as emissoras estabelecerem mecanismos de diálogo com a população, notadamente um conselho de telespectadores, uma ouvidoria e serviço de ombudsman, no intuito de garantir a transparência e a possibilidade de os cidadãos e cidadãs se expressarem quanto à prestação do serviço.

g) Entre os quesitos para a renovação das outorgas, deve constar obrigatoriamente a análise acerca do cumprimento das exigências relacionadas ao conteúdo, incluindo o limite diário de 25% de publicidade, as finalidades educativas, informativas, culturais e artísticas previstas, os percentuais de produção regional e independente – conforme diretriz prevista no Artigo 221 da Constituição Federal – e o respeito aos direitos humanos.

h) Proibir transferências diretas ou indiretas de concessões pelo ente concessionário, por estas configurarem, na prática, apropriação privada de um bem público.

i) Extinguir o instituto da autorização precária, que permite aos outorgados funcionar sem que a renovação de suas licenças tenha sido realizada.

CONTEÚDO EDITORIAL E PUBLICITÁRIO

31. A legislação brasileira infraconstitucional deve assegurar o cumprimento das finalidades artísticas, informativas, culturais e educativas referentes à programação de conteúdos e à promoção da cultura nacional, conforme disposto no Artigo 221 da Constituição Federal.
32. Os meios de comunicação e os profissionais são responsáveis pelas informações veiculadas, incluindo sua veracidade e o respeito aos direitos humanos.
33. O direito de resposta, sem regulamentação desde a derrubada da Lei de Imprensa, deve ser garantido de forma gratuita, em prazos curtos e com destaque proporcional ao conteúdo que o motivou.
34. Para garantir nos meios de comunicação a representação da diversidade brasileira, é preciso desenvolver políticas públicas de comunicação que garantam a veiculação deste conteúdo, nos moldes do direito de antena, aplicado em diversos países.
35. A transmissão de conteúdos religiosos no rádio e na TV deve ser regulamentada, evitando a ocupação indiscriminada do espectro por programas religiosos e garantindo o equilíbrio entre os diferentes credos.
36. O Brasil deve intensificar seu sistema de proteção à infância e adolescência nos meios de comunicação, considerando a cidadania ativa infantil na produção e acesso ao conteúdo e combatendo o tratamento das crianças como público consumidor.
37. Em respeito ao parágrafo 3º do Artigo 220 da Constituição Federal, deve haver a proibição da publicidade de medicamentos e a regulamentação da publicidade de alimentos calóricos e de baixo valor nutricional e de bebidas. Além disso, em respeito ao Código de Defesa do Consumidor, devem ser proibidos merchandising, product placement, testemunhais ou qualquer outra técnica publicitária que seja subliminar ou que misture conteúdo publicitário ao conteúdo editorial.
38. No processo de convergência tecnológica, todos os pacotes de TV por assinatura devem contemplar cota significativa de canais com conteúdo qualificado nacional e nacional independente. Em todos os pacotes também deve estar garantido o carregamento dos canais de acesso público.

PROPOSTAS

a) Os serviços de rádio e TV, abertos ou por assinatura, devem implementar as finalidades educativas, culturais, informativas e artísticas, previstas no Artigo 221 da Constituição Federal, devendo reservar no mínimo 10% das horas veiculadas semanalmente a cada uma destas. Também em cumprimento ao Artigo 221, os prestadores de serviços de comunicações que transmitem conteúdos audiovisuais devem respeitar patamares de veiculação de ao menos 30% de conteúdos regionais e de produções independentes na oferta a uma determinada área, respeitando-se as diferenças de abrangência das emissoras (local, estadual e nacional) e de perfil (pública, privada, aberta, fechada).

b) Entre as obrigações das emissoras deve estar a veiculação de pelo menos uma hora semanal, em horário nobre, para programas de debates sobre temas de relevância nacional que respeitem a multiplicidade de pontos de vista.

c) A veiculação de informações inverídicas ou deliberadamente manipuladas e de conteúdos que violem os direitos humanos deve incorrer em um sistema de punição, nos moldes daquele previsto no Código Brasileiro de Telecomunicações, que varie da correção ao cancelamento da licença concedida ao prestador do serviço, em caso de múltiplas reincidências.

d) O direito de resposta deve ser garantido a toda pessoa física ou jurídica que for acusada ou ofendida ou a cujo respeito for veiculado fato inverídico ou errôneo em meios de comunicação. O espaço dado deve ser gratuito, igual ao utilizado para a acusação ou ofensa. O pedido de resposta deve ser atendido em até 24 horas após o recebimento da reclamação, ou no primeiro número impresso, no caso de periódico que não seja diário, após o que pode haver reclamação judicial por parte do/a ofendido/a.

e) Os programas voltados predominantemente para anúncios de produtos (os chamados “televentas” ou “teleshoppings”) devem ser considerados como publicidade, sendo considerados para efeito da contagem do limite de 25% das horas diárias transmitidas para este tipo de conteúdo.

f) Aprovar leis que proíbam a publicidade direcionada ao público infantil, bem como comerciais de bebidas e comidas calóricas e de baixo valor nutricional e estabelecer parâmetros nutricionais mínimos a serem obrigatoriamente exibidos na veiculação de publicidades de alimentos voltados para as crianças. Desenvolver sistemas de classificação que sejam consistentes em toda a mídia e extensivos aos produtos licenciados pelos programas: brinquedos, vestuários e acessórios deveriam seguir as mesmas classificações dos programas que os anunciam.

g) Proibir a publicidade de medicamentos e regulamentar a publicidade de alimentos e de bebidas. Proibir o merchandising, product placement, testemunhais ou qualquer outra técnica publicitária que seja subliminar ou que misture conteúdo publicitário ao conteúdo editorial.

h) Estender a classificação indicativa em vigor para os programas de televisão aberta, cinema e jogos eletrônicos às emissoras de TV por assinatura e ao rádio.

i) A transmissão de conteúdos religiosos no rádio e na TV deve ser regulamentada, evitando a ocupação indiscriminada do espectro por programas religiosos e garantindo o equilíbrio entre os diferentes credos.

ACESSO AO CONHECIMENTO E AOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

39. A inclusão digital deve ser estimulada por meio de políticas de acesso e uso comunitário que fomentem a produção e difusão de cultura e informação e que estejam integradas entre as diferentes esferas de governo, com sustentabilidade e permanência garantidas independentemente de mudanças de gestão.
40. A Banda Larga deve ser universalizada, garantindo, de imediato, pontos gratuitos de acesso em todos os municípios brasileiros a partir de um forte programa nacional custeado por verbas orçamentárias e com uso dos recursos do Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (FUST).
41. Devem ser estabelecidos direitos civis dos usuários de Internet, que incluam a proteção à privacidade, com impedimento ao registro do acesso feito pelo usuário (guarda de logs), a proibição a qualquer tipo de censura, a segurança em relação a ações de terceiros e o impedimento do uso comercial de seus dados por parte dos prestadores de serviço, além da garantia de existência de redes de compartilhamento.
42. As tarifas de telefonia celular e fixa (incluindo a assinatura básica), hoje entre as mais caras do mundo, devem ser controladas para viabilizar a universalização efetiva do acesso de cidadãos e cidadãs a estes serviços, sem limitá-los a uma utilização passiva.
43. Políticas de propriedade intelectual com impacto na comunicação devem favorecer a potencialização da produção, difusão e acesso à cultura, à informação e ao conhecimento. Nesse sentido, conteúdos veiculados em concessões públicas ou financiados com verba pública não devem estar protegidos por mecanismos anti-cópia; documentos públicos e a produção financiada com verba pública devem ser disponibilizados em padrões abertos e registrados com licenças livres; programas governamentais devem estar baseados no uso de softwares livres.
44. É preciso garantir nos contratos das concessionárias todas as condições para acessibilidade das pessoas com deficiência ao serviço de radiodifusão, respeitando a lei 10.098/2000, que estabeleceu normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência, mediante a supressão de barreiras e de obstáculos nos meios de comunicação.
45. É urgente a regulamentação adequada do inciso 33 do Artigo 5º da Constituição Federal, que garante a todos e todas o direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular ou de interesse coletivo ou geral. A Lei 8.159/91, que estabeleceu as diretrizes da política nacional de arquivos públicos e privados, assegurou o direito de acesso pleno a quaisquer documentos públicos, mas não disse como se daria tal acesso, muito menos estabeleceu prazos para que os agentes do Estado forneçam informações quando solicitados. A lei infraconstitucional deve estabelecer prazos e responsabilidades, de forma que seja criado um caminho institucional facilitado para o cidadão e a cidadã.

a) Nos contratos de concessão de frequências de radiodifusão, instituir a obrigatoriedade do cumprimento da legislação que trata das condições de acessibilidade para pessoas com deficiência, tais como legenda oculta, tradução simultânea em libras, audiodescrição e outras medidas e mecanismos que venham a ser regulamentados.

b) Impedir a aprovação de qualquer projeto de lei que trate a Internet e seus usuários sob o ponto de vista penal antes da discussão e aprovação de um código de direitos civis dos usuários de Internet.

c) Aprovar lei que defina os direitos civis nas redes digitais que inclua, mas não se limite, a garantir a todos os cidadãos e cidadãs: i) o direito ao acesso à Internet sem distinção de renda, classe, credo, raça, cor, etnia, orientação sexual, sem discriminação física ou cultural; ii) direito à acessibilidade plena, independente das dificuldades físicas ou cognitivas que possam ter; iii) direito de abrir suas redes e compartilhar o seu sinal de Internet, com ou sem fio; iv) direito à comunicação não-vigiada; v) direito à navegação livre, anônima, sem interferência e sem que seu rastro digital seja identificado e armazenado pelas corporações, pelos governos ou por outras pessoas sem a sua autorização; vi) direito de compartilhar arquivos pelas redes de troca de arquivos ponto a ponto (P2P) sem que nenhuma corporação filtre ou defina o que ele deve ou não comunicar; vii) direito a que seu computador não seja invadido, nem que seus dados sejam violados por crackers (invasores), corporações ou por mecanismos anti-cópia e medidas de proteção tecnológica (DRM); viii) direito a cópia de arquivos na rede para seu uso justo e não-comercial; ix) direito de acessar informações públicas em sites da Internet sem discriminação de sistema operacional, navegador ou plataforma computacional utilizada; x) direito de manter blogs anônimos e a escrever em blogs e participar de redes sociais com seu nome, codinome ou anonimamente; xi) direito de aceitar ou não comentários anônimos, não sendo responsável pelo seu teor. Esta proposta reúne bandeiras do conjunto de ativistas e organizações que formam o movimento de cultura digital, software livre e luta por uma Internet democrática. xii) direito a ter os dados tratados de forma neutra e isonômica em relação aos distintos serviços e a outros usuários, sem nenhum tipo de modificação ou interferência discriminatória na velocidade de transmissão.

d) Garantir a existência e o acesso a redes de compartilhamento de informações e dados, como redes P2P.

e) A inclusão digital deve ser estimulada por meio de políticas de acesso e uso comunitário que estimulem a produção e difusão de cultura e informação e que estejam integradas entre as diferentes esferas de governo, com sustentabilidade e permanência garantidas independentemente de mudanças de gestão. O acesso deve vir acompanhado tanto de investimentos em educação e no desenvolvimento de habilidades quanto tendo em vista uma apropriação crítica e autônoma do cidadão e da cidadã.

f) Implantar uma política de Estado para a inclusão digital, definida por meio de legislação ordinária, que contemple aspectos como política de acesso e uso comunitário, produção e difusão de cultura e informação, aplicada de forma integrada e coordenada entre as diferentes esferas de governo.

g) Aprovar o Plano Nacional de Banda Larga, com a criação de infra-estrutura pública para prestação de serviços ao governo e a todos os/as consumidores/as a partir do parque de fibras óticas da Petrobras, Furnas, Chesf e Eletronet, com gestão da Telebrás, que tenha como meta universalizar o acesso a este serviço, contando com recursos do FUST.

FINANCIAMENTO E POLÍTICAS DE FOMENTO

46. O financiamento dos serviços de comunicação deve combinar as modalidades de cobrança direta do usuário, venda de espaços publicitários (limitada a 25% do espaço/tempo em qualquer plataforma), investimento direto do Estado para provimento de serviços, políticas públicas de fomento à diversidade e pluralidade de conteúdo e políticas públicas para universalização do acesso.

47. As empresas concessionárias de rádio e TV, imunes de pagamento de ICMS desde 2003, devem contribuir com o desenvolvimento da pluralidade e diversidade

no setor por meio de uma contribuição de intervenção no domínio econômico (CIDE), que incida sobre o total de suas receitas e seja revertida para o recentemente criado Fundo de Fomento à Radiodifusão Pública, acessível por emissoras públicas e comunitárias. A gestão desse fundo deve ser feito por um conselho com ampla participação social.

48. Criação de fontes de receitas robustas e vinculadas para a comunicação pública no Brasil, de modo a viabilizar as experiências desta modalidade de mídia, a expansão e digitalização de seu parque de transmissão

e a produção de conteúdos de qualidade.

49. A distribuição de publicidade oficial deve ser regulamentada por critérios claros e transparentes, que impeçam seu uso político tanto por governos quanto por veículos de comunicação. Os critérios orientadores devem combinar a eficácia do investimento em relação à visibilidade obtida e a promoção da diversidade informativa.
50. O Estado deve fomentar a pluralidade e a diversidade por meio de mecanismos de financiamento e reserva de espaço nas plataformas de distribuição e suporte à

produção de conteúdos. As políticas de fomento à produção e distribuição devem ser alimentadas por receitas diretamente vinculadas e por verbas orçamentárias em todos os níveis de governo, incluindo os setores de comunicação, educação e cultura.

51. O Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (FUST) deve ter sua regulamentação alterada de modo a permitir seu uso para a universalização da Banda Larga, contemplando pontos de acesso público e serviços residenciais, e para o apoio a políticas complementares às de grande tráfego.

PROPOSTAS

a) Implantar uma Política Nacional de Fomento à Produção Popular, que apóie e financie iniciativas de realização de conteúdos escritos e audiovisuais por segmentos historicamente marginalizados, subrepresentados e minorizados na sociedade brasileira.

b) Criar os Fundos Nacional e Estaduais de Comunicação Pública, formados (1) pela Contribuição que cria a EBC, a partir do direcionamento de recursos do Fistel (Fundo de Fiscalização das Telecomunicações); (2) por verbas do orçamento público em âmbito federal e estadual; (3) por recursos advindos de Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (CIDE) que incida sobre a receita obtida com publicidade veiculada nos canais comerciais e do pagamento pelo uso do espectro por parte dessas emissoras; (4) por impostos progressivos embutidos no preço de venda dos aparelhos de rádio e televisão igual ou superiores à 29"; e (5) por doações de pessoas físicas e jurídicas.

c) Taxar as empresas concessionárias de rádio e TV, por meio de uma contribuição revertida, de imediato, para o Fundo de Fomento à Radiodifusão Pública, recentemente criado pelo Governo Federal, e, no médio prazo, para os Fundos Nacional e Estaduais de Comunicação Pública.

c) Criar um Conselho de Gestão do Fundo de Fomento à Radiodifusão Pública, e, no médio prazo, para os Conselhos Nacional e Estaduais de Comunicação Pública, a serem formados por ampla representação da sociedade e que definam a política de uso dos recursos, além de fazer o acompanhando dos gastos dos respectivos fundos.

d) Definir critérios legais para publicidade oficial e adoção de critérios para a distribuição dos recursos distribuídos que levem em conta não apenas a eficácia do investimento em relação à visibilidade, mas também promoção da diversidade informativa e indução da desconcentração dos mercados de comunicação, combatendo possíveis efeitos distorcivos ou reforçadores de posição no mercado por meio da sua distribuição pelo maior número possível de veículos, do combate à manutenção de grandes concentrações de audiência e do bolo publicitário em geral. Reserva de no mínimo 20% das verbas de publicidade oficial para veículos de baixa circulação, alternativos e livres.

e) Alterar a lei do FUST de modo a permitir seu uso para a universalização da Banda Larga, tanto por meio de pontos de acesso público como de serviços residenciais.

f) Garantir que o FUST apóie políticas complementares às de grande tráfego, tais como redes locais de caráter comunitário, interligadas por tecnologias diversas.

FORMAÇÃO E EXERCÍCIO PROFISSIONAL

52. As políticas de comunicação devem dialogar com as políticas de educação de modo a garantir: (1) que a leitura e a prática crítica da comunicação passem a ser contempladas pelos parâmetros nacionais curriculares; (2) programas de formação para os profissionais

de educação produzirem mídia com os alunos como conteúdo das disciplinas obrigatórias; (3) que se considere a educação não-formal nas políticas públicas de educomunicação.

53. As diretrizes para formação em comunicação devem contemplar o estudo sobre o funcionamento do setor de comunicações no Brasil, incluindo seus aspectos econômicos, políticos, sociais e jurídicos.
54. No exercício profissional de comunicação, deve ser garantida a possibilidade de regulamentação profissio-

nal não discriminatória, preservando condições isonômicas para empregados que atuam na mesma função, com o impedimento de quaisquer mecanismos que levem à precarização das condições de trabalho e à retirada de direitos trabalhistas.

PROPOSTAS

- a) *Que a leitura e a prática crítica da comunicação passem a ser contempladas na grade curricular do ensino médio*
- b) *Criar programas de formação para professores e outros profissionais da educação trabalharem com diversas mídias como conteúdo transversal às disciplinas obrigatórias.*
- c) *As diretrizes para formação em comunicação devem contemplar o estudo sobre o funcionamento do setor de comunicações no Brasil, incluindo seus aspectos econômicos, políticos, sociais e jurídicos.*
- d) *Regulamentar o exercício profissional nos diversos campos da comunicação de forma não discriminatória, garantindo condições isonômicas para profissionais que atuam na mesma função.*
- e) *Defender a garantia dos direitos trabalhistas e lutar contra a precarização das condições de trabalho.*

