



O debate sobre a democratização da comunicação no período pós-Confecom e a necessidade de políticas públicas para o setor¹

Carlos Henrique DEMARCHI²
Universidade Estadual Paulista-UNESP, Bauru, SP

RESUMO

A realização da I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) em 2009 ampliou as expectativas da sociedade civil organizada no que se refere à implementação de um novo marco regulatório no campo da radiodifusão. Não obstante, anos após a conferência, observa-se que pouco se avançou em termos de garantia de políticas públicas para o setor. O movimento mais organizado para cobrar medidas regulatórias por parte do Estado tem sido conduzido pelo FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação), que tem adotado uma série de iniciativas para que o assunto entre na agenda de debates e alcance a sociedade. O propósito do presente artigo é discutir o cenário da democratização a partir das ações do FNDC após a Confecom.

PALAVRAS-CHAVE: TV aberta; radiodifusão; políticas públicas; democratização.

Introdução

A televisão aberta brasileira surgiu em 1950. De origem comercial, a exemplo dos Estados Unidos, o modelo de TV se norteou, desde o início, pelos índices de audiência e aportes publicitários.

Segundo Jambeiro (2008), a estrutura televisiva se alicerçou em redes nacionais, que afiliam emissoras de TV locais e redes regionais, com a predominância do entretenimento de massa.

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, divulgada pela Secom (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República), a TV continua sendo o veículo de comunicação preferido dos brasileiros, apesar do rápido crescimento da internet. Os dados indicam que 95% da população afirmam assistir TV regularmente e 74% a veem todos os dias.

No decorrer de mais de 60 anos, a exploração comercial privada de concessões outorgadas pelo Estado se consolidou e atualmente é expressa pela concentração de

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Doutorando e mestre em Comunicação pela Unesp de Bauru (SP). Repórter legislativo concursado da Câmara Municipal de Araçatuba (SP). E-mail: henriquejornalista@hotmail.com.



canais, em que poucas emissoras respondem pela cobertura da maior parte do território nacional³.

No que se refere à regulamentação da mídia, a Fundação Perseu Abramo fez uma sondagem em 2013 e detectou que 70% avaliam que a mídia necessita de algum tipo de regulação. Esse dado se insere no contexto das reivindicações feitas pelo FNDC na luta pela democratização da comunicação.

Predominante, o cenário comercial não foi acompanhado, em condições de igualdade, pelo desenvolvimento e fortalecimento de um sistema público televisivo. A TV Globo é hegemônica e as alternativas ao modelo no campo da radiodifusão ainda são incipientes.

A respeito da hegemonia comercial das emissoras, Becerra (2011) considera que a situação se aplica a toda a América Latina, na qual a concentração e a tendência crescente à propriedade cruzada de meios se manifestam com a ausência de uma cultura institucional de meios públicos não lucrativos que estimulem a diversidade. Isso se traduz em um marco de intervenção de grandes grupos com escassas margens de incidência para outros atores sociais, econômicos, políticos ou culturais.

No contexto brasileiro, o poder do monopólio midiático tem impedido a entrada e a participação de novos atores sociais no que se refere à implementação de políticas públicas de comunicação para a democratização do setor. Leal Filho (2013) compreende que os meios de comunicação hegemônicos interditam esse debate com a sociedade, inclusive silenciando acerca da própria realização da Confecom, que foi tratada como “não-assunto”.

Uma das organizações preocupadas com o tema é o FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação), que nasceu na década de 1980 com a redemocratização do país e intensificou as ações com a I Confecom.

O objetivo do presente artigo é discutir as atividades do FNDC após a conferência, analisando a necessidade de políticas públicas que efetivem a participação social no setor de radiodifusão.

O debate sobre a democratização da comunicação

³ Segundo um levantamento feito pelo projeto “Donos da Mídia”, cinco emissoras de TV dominam o cenário nacional: Globo, Band, Record, SBT e Rede TV!. O estudo foi elaborado em 2005 pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom) em parceria com o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).



No plano internacional, um dos principais documentos de referência para o debate sobre a democratização da comunicação é o Relatório MacBride. Publicado em 1980, o documento da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) identificou, pela primeira vez, a grave assimetria no fluxo mundial de informação, o problema da concentração midiática e a necessidade de medidas dos poderes públicos para democratizar as comunicações.

O relatório realçou a importância de haver uma comunicação mais democrática, como meio para salvaguardar a cultura nacional de todos os países e ampliar o conteúdo propagado pelos grandes meios de comunicação.

MacBride conceitua a democratização da comunicação como um processo mediante o qual: 1) o indivíduo passa a ser um elemento ativo e não um simples objeto da comunicação; 2) aumenta constantemente a variedade de mensagens trocadas; 3) aumenta também o grau de qualidade da representação social na comunicação. (MACBRIDE, 1987, p.289 apud BRITTOS, 2010, p.32-33).

Neste aspecto, a falta de democracia na comunicação se relacionaria intrinsecamente com o fluxo unidirecional da informação que, controlado por restritos grupos de comunicação, impõe as ideias à maioria.

Como forma de superar essa desigualdade, que seria responsável por entravar o aprofundamento democrático, o relatório enfatizou a necessidade de haver maior participação social. O texto considera que somente com a participação é possível ocorrer efetivamente a democratização.

Sem uma circulação de duplo sentido entre os participantes, sem a existência de várias fontes de informação que permitam uma seleção maior, sem o desenvolvimento das oportunidades de cada indivíduo para tomar certas decisões baseadas no conhecimento completo de fatos heteróclitos e de alguns pontos de vista divergentes, sem uma maior participação dos leitores, dos espectadores e dos ouvintes na adoção de decisões e na constituição dos programas dos meios de comunicação social, a verdadeira democratização não chegará a ser uma realidade. (UNESCO, 1983, p.289).

O relatório também constatou que para democratizar a comunicação é preciso haver o desenvolvimento econômico como forma de garantir a disponibilidade de tecnologias apropriadas para o funcionamento das organizações midiáticas e a criação de estruturas democráticas de poder.



O documento multilateral da Unesco também sugeriu a implantação de mecanismos para superar a concentração dos meios, como o fortalecimento do direito de resposta, o fomento à comunicação alternativa e o estímulo à participação coletiva na gestão dos meios de comunicação.

Considerado utópico na época, o relatório acabou enfrentando a oposição dos conglomerados de mídia. Não obstante, passados mais de trinta anos da divulgação do documento, a essência do Relatório MacBride permanece atual. Isso porque, com a intensificação da globalização, a concentração midiática se aprofundou, sendo pontuais as medidas práticas adotadas por parte das autoridades governamentais para, de fato, democratizar a mídia e fomentar políticas públicas de comunicação.

Um dos pontos do texto recomendava a comunicação alternativa por meio da web como uma das possibilidades democratizantes para reverter a assimetria observada no fluxo de comunicação. De fato, no período considerado, os movimentos sociais e contra-hegemônicos têm usado, com frequência crescente, o espaço da internet para difundir suas ideias, mobilizar, protestar e divulgar projetos alternativos de comunicação.

Para Moraes (2013, p. 108), “inscrevem-se neste contexto as agências alternativas que, inseridas entre os segmentos da sociedade civil, reclamam um sistema de comunicação pluralista, opondo-se à centralização das informações em torno de um número reduzido de corporações e dinastias familiares”. Para o autor, a comunicação deve ser entendida como um bem comum e direito humano, que não pode ser apropriado nem distorcido pelas ambições mercantis de grupos econômicos e pretensões particulares.

No Brasil, o movimento pela democratização da comunicação surgiu durante o período da ditadura militar, tendo na hegemonia comercial e política das Organizações Globo a motivação inicial de luta. (RAMOS, 2007).

Na atualidade, duas organizações da sociedade civil se sobressaem como instâncias convergentes no debate sobre a democratização: o FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação) e o Intervezes (Coletivo Brasil de Comunicação Social).

O FNDC surgiu no final dos anos 80 e é uma entidade de caráter nacional, liderada pela Federação Nacional dos Jornalistas, e congrega um conjunto de entidades



da sociedade civil organizada. O fórum vem atuando no âmbito do Conselho de Comunicação Social, organismo auxiliar do Congresso Nacional⁴.

Nas últimas décadas, o FNDC conseguiu conquistas, como a redação do texto prevendo a criação do Conselho de Comunicação Social no capítulo da Comunicação na Constituição Federal, a aprovação da Lei do Cabo, a realização da I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) e a discussão atual a respeito da apresentação de um projeto de lei de iniciativa popular, a Lei da Mídia Democrática, esta última que busca consolidar um novo marco regulatório para as comunicações⁵.

O Fórum estabelece como um dos seus eixos estratégicos para a democratização das comunicações no Brasil a defesa de uma política de desenvolvimento da cultura. Os caminhos apontados para democratizar a comunicação se dariam mediante a descentralização da produção cultural, a ampliação das instâncias de participação da sociedade, a regulamentação dos sistemas públicos de TV, o fortalecimento da diversidade cultural, a desconcentração da propriedade dos sistemas de comunicação, a regionalização do conteúdo nacional e o estímulo à produção independente.

A segunda organização que se ocupa com a democratização, o Intervozes⁶, tem origem mais recente. Foi criado em 2002 para discutir as temáticas relativas ao direito à comunicação e é ligado à campanha CRIS Brasil.

Internacionalmente, o Intervozes está associado à retomada da bandeira histórica do direito à comunicação, que tem sua origem nas discussões realizadas pela Unesco nas décadas de 1960 e 1970 sobre uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação e sobre a necessidade de políticas nacionais de comunicação, bandeira hoje assumida pela campanha CRIS. (RAMOS, 2007).

As ações do FNDC no período posterior à Confecom

O FNDC foi uma das organizações da sociedade civil que participaram ativamente para a realização da 1ª Conferência Nacional de Comunicação em 2009. Há anos reivindicada pelas entidades da sociedade civil, a iniciativa é considerada um

⁴ Para mais informações, consultar: <<http://www.fndc.org.br>>.

⁵ Compreende o conjunto de leis, decretos e normas que organizam determinado setor – neste caso, a comunicação. Em geral, está estruturado a partir de uma lei principal, e está articulado com as políticas públicas implementadas pelo Poder Executivo. No Brasil, a lei principal que incide sobre rádio e televisão é o Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962.

⁶ Mais detalhes sobre a entidade no site: <<http://intervozes.org.br>>.



avanço na discussão acerca do tema, ao mostrar as possibilidades de interação, por vezes desigual e complexa, entre o empresariado e a sociedade. (DEMARCHI, 2013).

A conferência terminou com a aprovação de 633 propostas, entre elas a regulamentação dos artigos do capítulo da Comunicação na Constituição Federal, o combate à concentração no setor, a implementação de instrumentos para avaliar e combater violações de direitos humanos nas comunicações, a garantia da a formação de um Conselho de Comunicação Social com poderes deliberativos e medidas para garantir na TV aberta conteúdos que expressem a diversidade social brasileira.

Depois do evento, o fórum intensificou as ações no intuito de exigir do poder público a adoção de políticas para a área da comunicação. Um dos primeiros movimentos neste sentido ocorreu em maio de 2011, quando o FNDC realiza o seminário “Marco regulatório – propostas para uma comunicação democrática”, que se baseou nas resoluções aprovadas na Confecom e teve como objetivo reunir contribuições da sociedade para a consolidação de uma plataforma para um novo marco na área.

A primeira versão da proposta foi colocada em consulta pública aberta e recebeu mais de 200 contribuições, que foram analisadas e incorporadas ao documento final. Após o seminário, o FNDC lançou a plataforma com os 20 pontos para democratizar as comunicações no país⁷, expressando a intenção de o debate se popularizar e marcar a agenda política a partir daquele momento.

De acordo com o fórum, até abril de 2012, o Ministério das Comunicações estaria trabalhando em torno de uma consulta pública para discutir o marco regulatório das comunicações. No entanto, o governo anunciou posteriormente que a regulamentação da comunicação não estava na pauta.

A negativa, por parte governamental, de dar seguimento ao compromisso firmado anteriormente com o movimento elevou o tom das críticas. Assim, em agosto de 2012, quando o CBT completou 50 anos, o fórum, em conjunto com outras organizações da sociedade civil, lançou a campanha nacional “Para expressar a liberdade – uma nova lei para um novo tempo”, com o propósito de iniciar um amplo debate com a população e retomar as discussões com a esfera governamental pela aprovação de uma nova regulação para o setor.

⁷ O texto consolidado após a consulta pública pode ser acessado no site <www.comunicacaodemocratica.org.br>.



A estratégia de reunir os atores sociais para garantir a agenda da comunicação culminou com o lançamento, em maio de 2013, do projeto de lei de iniciativa popular para uma Mídia Democrática.

O projeto é um instrumento político de pressão sobre o governo federal e de mobilização social que pretende levar ao Congresso Nacional uma lei que modifique a arquitetura institucional do sistema midiático brasileiro. Para tanto, o projeto necessita de 1,3 milhão de assinaturas. (PROJETO..., 2013).

Atualmente, a organização trabalha com a divulgação e coleta de assinaturas para o projeto. O grupo intensificou a atuação pelas redes sociais e junto a outras organizações da sociedade civil.

Concentração monopólica e ausência de políticas públicas de comunicação

Criado pela Lei nº 4.117 de 1962, o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT) é o documento legal que normatiza a radiodifusão. Em vigor há 52 anos, o código é considerado ultrapassado diante do processo de convergência tecnológica.

Enquanto as telecomunicações passaram por uma série de reformas no modelo de exploração no decorrer da década de 90, a radiodifusão não teve atualização legal e o contexto é marcado pela ausência de um novo marco regulatório.

Para Leal Filho (2013, p.30), “a rala legislação existente de 1962 não está dando conta das atuais transformações tecnológicas e, muito menos, das mudanças sociais pelas quais o país passou”.

O Ministério das Comunicações é responsável por definir as políticas públicas e atuar como órgão regulador do setor. O CBT sofreu alterações com a Constituição Federal de 1988, que dedicou cinco artigos ao Capítulo da Comunicação Social⁸, sinalizando o funcionamento, os compromissos e as finalidades da televisão.

⁸ Um dos avanços trazidos no texto constitucional foi a inclusão dos artigos 220, 221, 222, 223 e 224. Os dispositivos recepcionados na Lei Maior tratam desde as exigências mínimas a serem atendidas pela radiodifusão, além de destacar limites de concentração das emissoras e prever mecanismos de proteção aos telespectadores. O artigo 220 estabelece, entre outros pontos, que os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio. O artigo 221 determina que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão devem ter como princípios: preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente; regionalização e respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. O artigo 222 trata da propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, que deve ter como dirigentes brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos responsáveis por ao menos 70% do capital social e votante das empresas, além de exercer a gestão das atividades. O artigo 223 diz que compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. O mesmo artigo prevê que a não-renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal. O ato de outorga ou renovação somente terá



Não obstante, artigos constitucionais sobre a proibição de monopólios e oligopólios, a complementaridade dos sistemas público, privado e estatal e a regionalização da produção cultural, artística e jornalística seguem necessitando de regulamentação.

Apesar de o monopólio e o oligopólio serem vedados pela Constituição, o cenário é de concentração de poucos grupos comunicacionais. Com forte presença no Brasil, a concentração também ocorre em outras nações latino-americanas, obstruindo a democratização. Assim,

En un contexto caracterizado por una fuerte polarización audiovisual en las prácticas mediático-culturales, una flagrante ausencia de verdaderos servicios públicos de radiodifusión (históricamente las emisoras de radio y televisión de propiedad estatal han funcionado como correas de transmisión del poder político-gubernamental de turno), y fuertes distorsiones en la implantación y usufructo de las nuevas redes digitales; la necesidad que tienen los países iberoamericanos de contar con políticas públicas nacionales e internacionales tendentes a democratizar la información, la cultura y la comunicación, hoy como ayer, es imperiosa. (ALBORNOZ, 2005).

Como forma de contrapor-se aos monopólios midiáticos, a democratização da comunicação se assenta na garantia dos princípios da pluralidade de fontes e da diversidade de conteúdo, tendo em vista que o espectro de frequências de radiodifusão é um recurso público que deve ser utilizado para o benefício do público em geral.

Esses princípios fundamentais do direito internacional têm orientado as políticas regulatórias modernas e democráticas no setor de radiodifusão. Mendel e Salomon (2011, p.17) lembram que, tomadas em conjunto, “essas políticas incluem o apoio a um serviço público sólido, à radiodifusão comunitária, à criação de conteúdos positivos (locais e regionais) e aos produtores independentes, além da proteção do setor contra a concentração da propriedade das empresas de comunicação”.

A política pública pode ter definições diferentes, conforme o autor. Para Frey (2000, p.217), a política pública refere-se “à configuração dos programas políticos, aos problemas técnicos e ao conteúdo material das decisões políticas”.

Souza (2006) entende que a política pública pode ser compreendida como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, colocar o governo em ação e/ou

efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional e o cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial. O artigo 224 previu a criação do Conselho de Comunicação Social como órgão auxiliar do Congresso Nacional, o que ocorreu tardiamente e sem a representatividade social esperada pelas organizações empenhadas com a democratização da comunicação.



analisar essa ação e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações.

A autora considera que a formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real.

Assim, para Souza (2006, p.36), a política pública é “uma ação intencional, com objetivos a serem alcançados e, embora tenha impactos no curto prazo, é uma política de longo prazo e envolve processos subsequentes após sua decisão e proposição, ou seja, implica também implementação, execução e avaliação”.

Na análise das ações em prol da democratização da comunicação, as políticas públicas podem ser tomadas como o conjunto de ações desencadeadas direta ou indiretamente pelo Estado com o objetivo de atender as demandas da sociedade civil e podem ser desenvolvidas em parcerias com organizações não-governamentais ou com a iniciativa privada.

Tais políticas podem ser formuladas por iniciativa dos poderes Executivo ou Legislativo, de forma conjunta ou separadamente, a partir de demandas e propostas da sociedade civil organizada.

Entende-se que a participação social na formulação, acompanhamento e execução das políticas ocorre por meio de instrumentos garantidos constitucionalmente, como a existência de conselhos, além de audiências públicas e conferências, que envolvem os setores sociais no processo de participação e controle social das decisões.

A relevância da intervenção do Estado na implementação das medidas reivindicadas tem relação direta com as questões suscitadas pelos movimentos sociais ocupados com a temática da democratização das comunicações no país.

Dentro desta definição, Bustamante (2005 *apud* MORAES, 2009, p.109) conceitua as políticas públicas de comunicação como ações das instituições estatais de todo tipo que, de acordo com as concepções e legitimações de cada sociedade e cada tempo histórico determinado, orientam os destinos da criação, produção, difusão e consumo de produtos comunicativos e culturais.

Sob esse prisma:

Há consenso entre governos progressistas latino-americanos quanto ao caráter estratégico da comunicação, não apenas para a formação de consensos sociais, como também para a soberania nacional, o desenvolvimento cultural, a integração regional e a cooperação



internacional. Por conseguinte, é essencial a participação do poder público nos sistemas de informação e difusão cultural, através de providências articuladas que resultem na renovação de leis e marcos regulatórios das outorgas de rádio e televisão; na descentralização dos canais de veiculação; no apoio a produções audiovisuais independentes; em maior equanimidade nos acessos ao conhecimento e às tecnologias; na geração e distribuição de conteúdos regionais e locais sem fins comerciais. (MORAES, 2009, p.11).

Ao comparar o caso brasileiro com o de outras nações, Barbosa (2013) identifica que países com democracia mais consolidada adotaram, há décadas, robustas políticas regulatórias da comunicação em suas dimensões econômica, cultural e social, tendo como resultado a regulação do mercado submetido a regras democráticas.

Conforme Dagnino, Olvera e Panfichi (2006), além da participação na tomada de decisões antes monopolizadas pelo Estado, a necessidade de controle social sobre o Estado deve incluir mecanismos de acompanhamento e monitoramento da sua atuação por parte da sociedade, de modo a garantir o seu caráter público, prática que tem sido denominada de “prestação de contas” ou *accountability*.

Neste sentido, a sociedade civil, constituída pelos setores organizados da sociedade, é reconhecida na sua heterogeneidade e concebida de maneira ampla e inclusiva, dado o seu papel de assegurar o caráter público do Estado por meio da participação e do controle social.

Considerada como um terreno constitutivo da política, é no âmbito da sociedade civil que se daria o debate entre os interesses divergentes e a construção dos consensos provisórios que possam configurar o interesse público.

Dentro desta concepção, compreende-se que a adoção de ações concertadas no âmbito da sociedade civil pode levar a mudanças no quadro de concentração da radiodifusão, gerando avanços no processo de construção democrática.

No entendimento de Albornoz, algumas diretrizes deveriam ser obedecidas pelas nações latino-americanas na elaboração de políticas públicas de caráter democratizante:

(...) desarrollo de contenidos informativos y culturales de calidad; puesta en marcha de servicios públicos de radiodifusión; cuidado de la credibilidad informativa de los medios de comunicación; investigación cuantitativa y cualitativa y control democrático (garantías de acceso y participación) del conjunto de las industrias culturales; límites legales a la concentración multimedia; promoción de un tejido industrial cultural y comunicativo que guarde un equilibrio entre las grandes y las pequeñas y medianas empresas; especial atención a los servicios «sociales» que puedan brindar las



nuevas redes digitales; apuesta por la creatividad/innovación; distribución y promoción de nuevos valores; digitalización del patrimonio cultural común; etc. (ALBORNOZ, 2005).

No contexto brasileiro, as políticas públicas de comunicação necessárias ao setor audiovisual do país e cujas diretrizes foram aprovadas na Confecom não foram transformadas em proposições legais nos anos posteriores ao evento.

Ainda que o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação tenha ampliado as mobilizações e o debate em torno do tema, mais de cinco anos após a conferência, constata-se que os poderes Executivo e Legislativo ainda não se debruçaram sobre essas diretrizes, de forma a avaliá-las e transformá-las em políticas públicas.

Apesar desta realidade, a sociedade civil já conseguiu momentos em que a pauta de reivindicações foi atendida.

Em alguns momentos, o Estado cede às pressões dos movimentos sociais, formulando leis conjunturais que alteram a regulamentação dos meios, em determinados períodos de interlocução com a sociedade civil. Mas tais situações constituem casos de exceção, não representando uma política democrática de comunicação. No Brasil, tivemos algumas experiências, como já referimos, com a lei de tv a cabo, e, mais recentemente, com a implantação do Conselho Nacional de Comunicação, que permite a manifestação de alguns setores representativos na formulação de políticas de comunicação. (LIEDTKE, 2003, p.46).

A obstrução da discussão do assunto pela mídia comercial e a própria estrutura do Congresso Nacional com políticos-rádiodifusores são elementos que contribuem para a interdição do tema.

Entende-se que o poder público deveria discutir tais demandas exigidas pela sociedade civil e incorporá-las como políticas de Estado. A insatisfação com a ausência de um novo marco regulatório para as comunicações se torna visível com a exigência de uma segunda edição da Confecom, movimento que começa a ganhar força, inclusive com o apoio da FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas).

Considerações Finais

O debate sobre a democratização da comunicação ganhou fôlego no Brasil após a I Confecom. Depois do evento, o FNDC iniciou uma série de ações voltadas para



popularizar o tema. Primeiro, com a realização de uma consulta pública e o lançamento de uma plataforma com 20 pontos para democratizar as comunicações.

Em seguida, a organização lançou uma campanha cobrando do poder público um novo marco regulatório para o setor. A partir de 2013, o fórum passou a coletar assinaturas para a proposição de um projeto de lei de iniciativa popular da Mídia Democrática.

A proposta de modificar o sistema midiático brasileiro e reduzir a concentração de canais, mediante a regulamentação da legislação e a abertura de participação de novos atores sociais, não avançou na agenda do Estado no período. Pode-se apontar que as resoluções da Confecom praticamente não prosperaram.

Diante da inércia dos poderes públicos, o FNDC começa a se mobilizar para que haja a realização de uma segunda edição da Confecom. A proposta é que políticas públicas sejam implementadas no campo da radiodifusão.

As dificuldades no aprofundamento do debate passam pelo bloqueio do tema pelos meios de comunicação, pela dificuldade de consenso no Congresso Nacional em colocar na agenda proposições sobre o assunto e pelas próprias limitações da sociedade civil em fazer essa discussão alcançar o grande público.

As diretrizes da 1ª Confecom e a experiência acumulada de outros países latino-americanos que conseguiram levar adiante a execução de políticas públicas de comunicação podem servir de base para que o Brasil defina uma nova regulamentação para a área.

Adicionalmente, entende-se que apenas a atualização do marco regulatório não seria suficiente para a plena garantia das políticas almejadas. A democratização da comunicação vai além e deve ser implementada mediante a criação de instrumentos de participação popular e acompanhamento constante pela sociedade das decisões que envolvem os rumos da radiodifusão.

Referências

ALBORNOZ, Luis. **Políticas públicas e indústrias culturais**: el desafio de la diversidad em Iberoamérica. In: ANUARIO Ininco, n.2, v.17, jul.2005. Disponível em: <http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S079829922005000200006&lng=es&nrm=i>. Acesso em: 20 abr. 2015.

BARBOSA, Beatriz Costa. **Violação de direitos humanos e regulação de conteúdo na TV**: Brasil em perspectiva comparada com França e Reino Unido. 2013. 161f. Dissertação (Mestrado em Gestão e políticas públicas) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.



BECERRA, Martín. **A imaculada conceição dos meios latino-americanos em crise**. In: BRITTO, Valério Cruz (Org.). *Economia Política da Comunicação: convergência tecnológica e inclusão digital*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2011. p.45-58.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. 31. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

BRITTO, Valério. **Televisão, regulamentação e democracia na contemporaneidade**. In: CABALLERO, Francisco Sierra; GALINDO, Juan Antonio García; RAMOS, Murilo César; DEL BIANCO, Nelia R. (Orgs.). *Políticas de comunicação e da cultura: contribuições acadêmicas e intervenção social*, V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação. Brasília, Casa das Musas, São Paulo, Intercom, 2010.

BUSTAMANTE, Enrique. Prólogo: objetivos, resumen y propuestas. In: BUSTAMANTE, Enrique (Coord.). **Comunicación y cultura en la era digital**. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona: Gedisa, 2002.

DAGNINO, Evelina; OLVERA, Alberto; PANFICHI, Aldo. (Org). **A disputa pela construção democrática na América Latina**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

DAMASCENO, Claudionor Almir Soares. **Políticas públicas e o direito à comunicação na América Latina**: os casos do Brasil e Venezuela. 2012. 123f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em integração da América Latina/Prolam) – Universidade de São Paulo, São Paulo.

DEMARCHI, Carlos Henrique. **A desigualdade comunicacional no Brasil e a necessidade de um novo marco regulatório para a radiodifusão**. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Intercom. Bauru, 2013.

FREY, Klaus. Políticas públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. **Planejamento e políticas públicas**, n. 21, jun. 2000.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil no século XX**. 1.ed. Bahia: EDUFBA, 2001.

_____. **A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos?** Estudos de Sociologia, Araraquara, v. 13, n. 24, p. 85-104, 2008.

LEAL FILHO, Lalo Leal. **Nas comunicações, uma dívida histórica do Estado com a sociedade**. Apostila do 19º Curso Anual do NPC. Mídia e poder no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro, 2013.

LIETKE, Paulo Fernando. **Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil**. Revista Em tese, Florianópolis, v.1, n.1, p.39-69, 2003.

LIMA, Venício. **Política de comunicações no Brasil**: novos e velhos atores. Disponível em: <<http://lasa.international.pitt.edu/LASA98/deLima.pdf>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

MENDEL, Toby ; SALOMON, Eve. **Liberdade de expressão e regulação da radiodifusão**. Unesco, 2011. n.8, fevereiro de 2011. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001916/191623por.pdf> > Acesso em: 12 fev. 2015. (Série Debates Comunicação e Informação).

MORAES, Dênis de. **A batalha da mídia**: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.



MORAES, Dênis de. Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In: MORAES, Dênis (Org.). **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013. p.19-52.

PROJETO DE LEI DE INICIATIVA POPULAR DA COMUNICAÇÃO SOCIAL ELETRÔNICA.

Disponível em:
<http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/arquivosnocms/plip_versao_final.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2015.

RAMOS, Murilo; SANTOS, Suzy (Orgs.). **Políticas de comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

RAMOS, Murilo. Sobre a importância de repensar e renovar a idéia de sociedade civil. In: RAMOS, Murilo; SANTOS, Suzy. (Orgs.). **Políticas de comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007. p.19-48.

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**. Porto Alegre, ano 8, n.16, jul/dez. 2006, p. 20-45.

UNESCO. Um Mundo e Muitas Vozes: comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1983.