



Plataforma pelo fortalecimento da comunicação pública no Brasil

1. Conceito e papel das emissoras do campo público

O campo público de comunicação reúne diversas emissoras que atuam sem finalidade comercial e que têm como missão ser um reflexo da diversidade e da pluralidade, respeitar e promover os direitos humanos e contribuir para a construção da cidadania. Ele inclui emissoras públicas, educativas, comunitárias, universitárias e legislativas. Esses veículos estimulam o respeito, a preservação e o desenvolvimento da diversidade linguística, de tradições, religiões, gênero, sexualidade, origens, costumes, contextos e formas de expressão tanto em suas programações como na sua composição. Também consideram a pluralidade de ideias, fontes, setores, alcances (nacional, regional, local), formatos e de tipos de conteúdo (cultural, político, educativo, científico). Sua marca é colocar o interesse da sociedade acima de interesses econômicos e políticos específicos.

Garantir a liberdade de expressão de toda a diversidade cultural brasileira significa hoje contrapor-se à padronização e à composição estereotipada, empobrecida e rasa que a mídia comercial do país faz da realidade. Indígenas, negras e negros, mulheres, LGBTTs, pessoas com deficiência, jovens e idosos também têm direito a ter suas representatividades garantidas e a ocuparem espaços de produção e veiculação de conteúdos na mídia brasileira. O fortalecimento da comunicação pública é entender também a comunicação plural e diversa enquanto direito dos cidadãos.

Para isso, as emissoras do campo público buscam refletir as diferentes manifestações também nas suas diversas formas de produção, criação, participação e de uso. Estes meios devem ser um espaço de experimentação e inovação de linguagens, conteúdos, formatos e tecnologias a fim de atender e dar lugar às necessidades, interesses e inquietudes dos distintos setores da população. Como se regem por objetivos diferentes dos comerciais, os meios públicos têm a liberdade de tentar e promover a atualização e o desenvolvimento de novas formas, tecnologias e ideias. Assim, essas emissoras também cumprem sua tarefa de formar cidadãos/ãs críticos, capazes de manifestar suas ideias, opiniões e ações e de exercer sua cidadania.

Tal prática deve considerar, inclusive, a participação da sociedade na definição e na gestão dos próprios meios públicos. A população deve contar com diferentes formas de participação incluindo a possibilidade de definição, planejamento, monitoramento e avaliação de todas as instâncias que fazem parte da gestão dos meios públicos (missão, comunicação, organização, economia)

Esta participação deve ser diversa e vinculante, de forma que possa representar vários setores e garantir a independência de todos os poderes no seu financiamento, equipe, presença territorial e linha editorial.



2. Diagnóstico

2.1 Um rápido histórico

A radiodifusão no Brasil nasceu pública, nos anos 20, com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, criada por Edgard Roquette-Pinto. Na virada da década de 1930 para 1940, a Rádio Nacional tornou-se emissora de destaque na emergente mídia brasileira. Mas, apesar destes dois exemplos, a consolidação do sistema de rádio e TV no Brasil privilegiou, a partir do governo de Getúlio Vargas, os operadores privados e a atividade com fins comerciais. A experiência de mídia pública no país só foi surgir efetivamente na década de 1960, com a criação do serviço de televisão educativa. A Constituição Federal de 1988 estabeleceu em seu artigo 223 que as emissoras de rádio e TV brasileiras deveriam ser organizadas em três sistemas: público, privado e estatal. Com isso, criou a base legal para o campo público.

A regulação da TV a Cabo, nos anos 90, estabeleceu a obrigatoriedade das operadoras do serviço reservarem espaço seis canais básicos de utilização gratuita: (1) da Câmara, (2) do Senado, (3) universitário, (4) comunitário, (5) da Justiça, (6) das Assembleias Legislativas e (7) Câmaras de Vereadores. Apenas uma parte pequena desses canais conseguiu migrar para a TV aberta em algumas cidades, em especial as TVs Câmara e Senado e as de Assembleias e Câmara Municipais.

Em 1998, as rádios comunitárias foram regulamentadas pela Lei 9612, que instituiu o Serviço de Radiodifusão Comunitária. A legislação trata apenas das rádios, denominando o serviço como o de radiodifusão sonora em FM, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, e com sede na localidade de prestação do serviço. Atualmente, em torno de 4.600 emissoras estão autorizadas a operarem como rádio comunitária.

Entre 2006 e 2007, o tema ganhou notoriedade com a iniciativa do Ministério da Cultura e da Radiobrás de realização do 1º Fórum de TVs Públicas. O evento teve importância fundamental ao pautar a questão, resultando em um amplo diagnóstico e um programa de mudanças para criação de um efetivo sistema público de comunicação, com foco na televisão, no país. Uma segunda edição foi realizada em 2009, na Câmara dos Deputados. Em 2008, a Associação das Rádios Públicas do Brasil (Arpub) promoveu fórum semelhante envolvendo as estações radiofônicas, com apoio da Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc) e da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço).

Em 2006, o Decreto 5.820, que instituiu o Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD), previu a criação de mais quatro canais: um do Poder Executivo Federal, um da educação, um da cultura e um da cidadania. Destes, seguem no papel os canais da educação e da cultura. O Canal da Cidadania foi regulamentado em 2012 e começa a ser implantado com quatro faixas de



programação (subcanais): uma para o poder público estadual, uma para o poder público municipal e duas para produção exclusiva da sociedade.

Em 2008, foi aprovada a Lei nº 11.652, que instituiu a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), gestora da TV Brasil, da TV Brasil Internacional, de nove emissoras de rádio, da Agência Brasil e da Rádioagência Nacional. Ela foi um marco ao, 20 anos depois, dar impulso à concretização do sistema público previsto na Constituição Federal. A criação da EBC significou um esforço importante de superação do passado de atrelamento destes canais públicos aos governos e autoridades para apontar na direção da construção de iniciativas efetivamente públicas.

Ao longo destes sete anos, a empresa se consolidou, mas ainda enfrenta desafios. A reunião de veículos públicos e estatais em um mesmo espaço e a vinculação institucional à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), por exemplo, mantiveram uma dose de confusão na definição clara do perfil das emissoras e trouxeram obstáculos à garantia da autonomia necessária e prevista na lei de criação da empresa. Além de indicar os principais cargos da empresa, a Secom é responsável pela divulgação dos atos do Governo Federal, tornando-se também a principal cliente da EBC Serviços, que é o braço de prestação de serviços e uma das fontes de arrecadação financeira da empresa. Questões como esta ainda precisam ser enfrentadas, no sentido de aprimorar e fortalecer a comunicação pública no país.

No último período, também foi criada a Rede Nacional de TVs Públicas, cuja coordenação é prerrogativa legal da EBC. A Rede, instituída em 2010, agrega os 4 canais abertos da TV Brasil (RJ, DF, SP e MA), 15 emissoras públicas estaduais de TV, e sete emissoras universitárias federais de TV, atingindo cerca de 23 Estados brasileiros e o DF, com uma rede de 765 retransmissoras próprias de TV, permitindo atingir um público potencial de 120 milhões de telespectadores. Ela funciona com um limite de 10 horas e meia para as transmissões nacionais simultâneas, sendo quatro delas formada por produção das emissoras parceiras, e admite 03 tipos de categorias de associação, dependendo do número de horas de transmissão simultânea. Já a Rede Nacional de Rádios Públicas ainda está sendo estruturada.

A criação da Rede Nacional de TVs Públicas levou objetivos e princípios da EBC aos demais entes participantes. Novas experiências de comunicação pública surgiram inspiradas neste modelo, como a implantação da Empresa Pernambuco de Comunicação. Houve, mesmo que timidamente, novidades na destinação de verbas oficiais para os veículos do campo. E programas de fomento, como o Brasil de Todas as Telas, passaram a contemplar também os atores do setor. Contudo, restam diversos desafios para que o campo público possa ocupar o espaço que merece no sistema de mídia brasileiro.

2.2 Problemas na legislação

Até o momento, não há uma definição completa na legislação sobre os sistemas público, privado e



estatal. Enquanto a radiodifusão pública do Poder Executivo Federal (sob a responsabilidade da EBC) possui princípios, objetivos e modelos de gestão e financiamento claros, as emissoras públicas, educativas e culturais estaduais seguem regidas pelo Decreto-Lei 236 de 1967, que está ultrapassado, já que determina que as emissoras educativas devem apenas transmitir aulas, palestras e debates.

A esse vácuo legal soma-se a falta de disposição do Governo Federal para implantar parte das emissoras previstas no Decreto 5.820/2006, notadamente o canal da cultura e o canal da educação. As emissoras que operam na TV por assinatura tiveram praticamente repetido o texto da Lei do Cabo (8.977/1995) na Lei nº 12.485, chamada Lei do SEAC (Serviço de Acesso Condicionado), que atualizou a regulação da TV paga no país. Seguem, em boa parte, restritas a quem possui condição de contratar esse serviço.

Já as rádios comunitárias possuem legislação própria (Lei 9612/1998), mas que vem sendo questionada historicamente pelas estações por limitar a potência e o alcance, não prever um modelo de financiamento, impedir a formação de redes e colocar imposições desiguais em relação às rádios comerciais. Some-se a isso a criminalização prevista na legislação de atividades de transmissão não autorizadas, que atinge parte importante desses comunicadores. Um levantamento realizado pela ONG Artigo 19 apontou que em 2012 havia 2.113 processos penais contra rádios comunitárias.

Mais recentemente, uma fiscalização inédita resultante de uma "operação-padrão" de servidores da Anatel autou e lacrou centenas de emissoras públicas e também comerciais. A medida demonstra que não apenas as emissoras comunitárias violaram a atual legislação, que, por seu lado, se mostra defasada, incapaz de alcançar, à luz da realidade tecnológica do momento, os interesses do campo público, tampouco do campo comercial e menos ainda do Governo, deixando aos órgãos públicos um passivo regulatório infundável.

2.3 Carência de financiamento e infraestrutura

A ausência de um marco regulatório para o setor e de uma Política Nacional de Comunicação – que defina objetivos, responsabilidades e papéis dos órgãos reguladores e de fomento, dos agentes do setor e da sociedade – estão na base de outros dois problemas históricos do campo público: a falta de estrutura e de uma política de financiamento clara para as emissoras.

Uma parte considerável das emissoras depende basicamente dos orçamentos dos poderes e instituições aos quais estão vinculadas. Já a EBC é viabilizada por verbas orçamentárias, por receitas próprias e pela Contribuição para o Fomento à Radiodifusão Pública (CFRP). No entanto, esta última está disponível parcialmente pelo fato das operadoras de telecomunicação (entes que são taxados) seguirem questionando-a e depositando valores em juízo. Apenas uma parte foi liberada, mas o governo federal tem usado essas receitas para substituir parte do orçamento destinado à empresa, em vez de trabalhá-las como acréscimo. Outro problema é a falta de



regulamentação da divisão das receitas da CFRP, que pela lei deveria financiar não apenas a EBC mas o campo público como um todo. O tema está sendo tratado na Casa Civil, mas de forma pouco transparente.

No que diz respeito à destinação das verbas publicitárias do poder público federal, a Secretaria de Comunicação da Presidência da República segue adotando o chamado 'critério técnico' para definir seus investimentos, não compreendendo o fortalecimento que poderia ser dado ao campo público se destinasse um percentual mais significativo das verbas publicitárias para estas mídias.

Por fim, rádios e TVs comunitárias encontram-se em situação ainda mais precária, uma vez que a legislação não apenas não garante fontes de receita mas impede determinados mecanismos de financiamento, como a veiculação de publicidade. No geral, a geração de negócios para sustentabilidade do setor público não é clara, porque mesmo sendo estes canais sem finalidade lucrativa, precisam garantir sustentabilidade e independência financeira e política. Isso é aprofundado pela inexistência de uma política mais ousada de destinação de verbas oficiais para o campo público e pela manutenção do critério técnico como parâmetro de alocação de anúncios.

Em relação à infraestrutura e distribuição, os desafios são crescentes. Em 2009, o Ministério das Comunicações reservou os canais 60 a 68 para os Serviços de Televisão e de Retransmissão de Televisão Pública Digital. Porém, no fim de 2013, o órgão e a Agência Nacional de Telecomunicações definiram que a faixa de 700 MHz, justamente onde ficam os canais 60 a 68, seria desocupada para a instalação do serviço de internet 4G. Os canais existentes até o momento serão realocados, mas ainda não há garantia de espaço para os novos canais públicos, previstos no decreto da TV Digital, e também para os já existentes previstos na Lei do SeAC. Esse cenário de incerteza é aprofundado pela inexistência de um plano de outorgas para o campo público.

Já as rádios públicas e comunitárias acompanham a discussão, indefinida, sobre a digitalização do rádio no Brasil, que pode representar mais qualidade de sinal, interatividade e multiplicidade de programação, inclusive em ondas curtas. Outra ação de infraestrutura pouco clara é a migração das rádios que operam em AM para a faixa estendida de FM, após desligamento da TV analógica. As rádios públicas e comunitárias precisam ser incentivadas, inclusive com recursos públicos, para este salto tecnológico da digitalização e da migração das AMs para FMs previsto para o setor.

2.4 Obstáculos à produção de conteúdo

Num contexto em que as mídias comerciais possuem vantagens históricas competitivas, entre elas o poder de mercado, a ausência de um modelo de financiamento e de infraestrutura para o campo público em geral se reflete diretamente no conteúdo veiculado pelas emissoras. Além das dificuldades financeiras, as emissoras do campo público ainda carecem de um projeto editorial mais explícito e ousado para fazer diferente do que é consagrado nas emissoras privadas. Isso vale para toda a programação, inclusive para o jornalismo, que ainda sofre a ausência de uma linha editorial



mais clara e, por vezes, resvala para a reprodução de padrões e abordagens dominantes nas emissoras comerciais.

Do ponto de vista do estímulo à produção independente, algumas emissoras já avançaram com a abertura de editais e realização de *pitchings*, mas esse diálogo com o setor audiovisual independente ainda está muito aquém do necessário. Por fim, inúmeras vezes procura-se criar uma compatibilidade possível entre qualidade de programação e audiência. Esta é uma combinação perversa, porque se processa dentro da lógica de mercado, contrária à lógica do atendimento da boa prestação de serviço público. O campo público deve visar, sim, ampliar seu alcance pelo conjunto da população brasileira, porém, a conquista da audiência depende da combinação de três fatores: qualidade na produção dos conteúdos, qualidade na transmissão do sinal e investimentos em divulgação e publicidade.

2.5 Direitos trabalhistas

No campo das relações trabalhistas, salvo raras exceções, os trabalhadores dos veículos vinculados ao setor público vêm se deparando com um cenário de precariedade nas condições de trabalho (equipamentos sucateados, falta de investimento por parte dos governos, carreiras pouco estruturadas, remuneração baixa) e de desrespeito a direitos trabalhistas. Em muitas emissoras, não há sequer quadro de profissionais concursados. A terceirização é adotada em alguns casos, ampliando a precarização. Recentemente, uma das maiores greves do setor dos últimos anos ocorreu na maior empresa pública de comunicação do país, a EBC. Em emissoras menores, essa situação se agrava.

3. Desafios para o setor

A consolidação da comunicação pública no país, com a real criação do Sistema Público de Comunicação e o fortalecimento das emissoras do campo, coloca ao poder público uma série de desafios urgentes de serem enfrentados no próximo período. Considerando o atual cenário e os entraves para o avanço do setor, apresentamos um conjunto de questões e iniciativas consideradas estratégicas pelo conjunto das organizações que defendem a comunicação pública no Brasil.

a) Legislação

- Constituição de um marco regulatório unificado para o conjunto do setor, regulamentando integralmente o Artigo 223 da Constituição quanto à definição dos sistema público e estatal.



- Anulação dos limites impostos às rádios comunitárias pela Lei 9.612/1998, como os relativos a alcance, potência, formação de redes e de veiculação de publicidade.
- Descriminalização da transmissão não autorizada de sinais de radiodifusão, adotando medidas administrativas mais brandas.
- Concessão de anistia a todos os envolvidos nos processos criminais em curso envolvendo a transmissão não autorizada de sinais de radiodifusão.

b) Infraestrutura e distribuição

- O Sistema Público de Comunicação deve ser compreendido como alternativa real de produção e recepção de conteúdos críticos, plurais, inovadores e que estejam em sintonia com o cenário mundial de convergência midiática e de garantia do direito à comunicação do conjunto da população brasileira.
- O Ministério das Comunicações, em diálogo com os agentes do setor, deve criar um plano de outorgas e consignações para o conjunto do campo público, garantindo a reserva de canais concedida em 2009 pelo governo federal em outras faixas do espectro. Esse espaço deve contemplar não apenas as emissoras que já estão no ar, mas todo o conjunto do campo público, incluindo aquelas previstas legalmente e ainda não implantadas.
- É preciso robusto investimento em infraestrutura (transmissores, torres, antenas) para capilarizar essas emissoras com sinal de qualidade.
- Frente ao processo de migração para a TV digital, a universalização do acesso à comunicação pública passa pela implantação de uma rede de distribuição nessa nova tecnologia, revertendo o cenário de ausência de uma política clara para enfrentar essa questão. A otimização de custos e a perspectiva do uso dessa plataforma para o provimento de serviços de governo eletrônico presume a instalação de uma infraestrutura integrada, na linha do projeto posto em debate alguns anos atrás sob a alcunha de “operador de rede”.

c) Rede Nacional de Comunicação Pública

- A Rede Nacional de Rádios Públicas em gestão deve ser criada e consolidada. Os termos de contratos firmados entre a EBC e demais entes exploradores de serviços de radiodifusão nos estados devem incluir também a parceria para essa rede, que deve acolher também as estações comunitárias.
- A consolidação da Rede Nacional de Comunicação Pública (compreendidas as redes de TV e Rádio) envolve uma melhor definição por parte do Ministério das Comunicações de critérios e prioridades para as concessões de outorgas educativas (TV e Rádio) para terceiros com vistas a garantir que ela chegue ao conjunto do território brasileiro.



- Os termos dos contratos de rede entre a EBC e as demais emissoras públicas parceiras devem ser revistos para incluir conteúdos não-jornalísticos (artísticos, culturais, educativos, infantis).

d) Financiamento

- O fortalecimento do Sistema Público de Comunicação passa pela ampliação considerável do volume de recursos destinado às emissoras que o compõem.
- É preciso estabelecer um modelo de financiamento calcado em fundos estáveis (protegidos de contingenciamentos) de âmbitos nacional, estadual e municipal, alimentados por recursos orçamentários e tendo como uma das receitas centrais a Contribuição para o Fomento à Radiodifusão Pública.
- A CFRP deve ser regulamentada para que ela atenda ao conjunto do campo público e não apenas à EBC. A Casa Civil deve abrir um diálogo com todos os agentes do campo e com o conjunto da sociedade sobre essa normatização. Quanto à porção já depositada na conta da EBC, ela deve ser tratada como acréscimo ao orçamento originalmente previsto, e não substituí-lo integral ou parcialmente.
- O governo federal deve intensificar esforços para liberar, por via política ou jurídica, os recursos oriundos da Contribuição.
- Parte de publicidade governamental deve ser destinada aos meios do campo público em um percentual a ser definido previamente e por meio de critérios claros.
- Deve ser elaborada uma política pública de fomento às emissoras do campo público, em especial às que não dispõem de receitas orçamentárias, como as comunitárias.
- O mecanismo de “apoio cultural” deve ser normatizado de forma unificada para todos os meios do campo público.

e) Produção de conteúdo

- Para colocar-se como alternativa real junto à sociedade, o campo público deve perseguir a produção de conteúdo com um padrão de qualidade que expresse as diversidades nas suas mais variadas dimensões (segmentos sociais e regiões) e a pluralidade de visões e buscando novas linguagens, abordagens, estéticas e formatos. Essa busca deve ocorrer tanto no interior de cada veículo, em suas produções próprias, quanto nas formas de licenciamento e coprodução.



- As ações envolvendo o campo público no âmbito do programa Brasil de Todas as Telas e os valores destinados a elas precisam ser ampliados, colocando essa modalidade de mídia como um dos eixos centrais do programa.
- Devem ser criados programas de estímulo à inovação na produção audiovisual do campo público, a exemplo da linha do Fundo Setorial do Audiovisual para núcleos criativos e laboratórios de desenvolvimento.
- A capacitação profissional para a inovação e a elaboração de conteúdos na TV Digital deve ser incentivada por meio de programa específico, promovendo abordagens diferenciadas, em articulação com o Pronatec Audiovisual.
- Linhas de financiamento de produtos e projetos baseados na inovação de abordagens, linguagens e tecnologias devem ser criadas pelo governo federal para atender ao campo público como um todo.
- Centros de pesquisa e formação devem ser constituídos, podendo ser implantados no âmbito de uma empresa ou ente público de comunicação ou por meio de política pública para dar suporte a um conjunto de emissoras.
- Os veículos públicos devem institucionalizar uma cultura cotidiana de inovação, criando espaços permanentes de reflexão em cada emissora e entre os integrantes do campo.

f) Convergência

- Em um ambiente convergente, o conteúdo deve ser pensado para a distribuição em diversas plataformas. A própria concepção dos produtos audiovisuais deve levar em consideração o consumo de diversas telas simultaneamente, como a fruição de televisão e rádio em conjunto com a Internet. As emissoras do campo público devem potencializar essa produção no mundo digital, fortalecendo seus canais de comunicação na internet (como portais e perfis em redes sociais).
- Uma política nacional de conteúdos digitais deve considerar o campo público como locus central de desenvolvimento de projetos, soluções e aplicativos.
- A exemplo da seleção de projetos de aplicativos e jogos sérios (INOVAps), deve ser desenvolvido um programa de fomento à produção de conteúdo para dispositivos móveis, como sites e aplicativos, voltado ao campo público. Deve ser estimulada uma nova forma de elaboração de narrativas considerando desde a concepção, passando pela edição e chegando ao empacotamento dos produtos.



- É necessário implantar um programa de formação e capacitação profissional voltado ao desenvolvimento de conteúdos digitais com foco nos objetivos e demandas do campo público.
- Uma linha de fomento à infraestrutura de armazenamento e intercâmbio de dados deve ser elaborada para dar suporte à produção e difusão cultural divergentes.

g) Gestão, autonomia e participação popular

- Para a efetivação de fato do caráter público das emissoras, a gestão dos canais deve contar com mecanismos de transparência e participação popular em seus processos decisórios, da gestão de recursos e execução orçamentária à definição da programação e de planos de trabalho.
- Todas as emissoras do campo público devem contar com conselhos formados pela representação majoritária e pluralista da sociedade civil, escolhida de forma autônoma em relação ao poder público, e com garantia da representação dos trabalhadores em sua composição.
- Também é fundamental a criação de instâncias como comitês de jornalismo e conselhos de audiência, a instituição de dispositivos internos como ombudsman e ouvidorias e a realização sistemática de audiências e consultas públicas.
- As instituições de comunicação pública precisam garantir canais permanentes e inovadores de diálogo e espaços de veiculação especialmente destinados à comunicação e cultura colaborativas e jornalismo participativo, ampliando os mecanismos diretos de participação social nas mídias públicas e garantindo a presença de produções e conteúdos de interesse público realizadas por indivíduos, grupos, redes e organizações da sociedade civil.
- A vinculação institucional da EBC à Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM) deve ser alterada, como forma de fortalecer a autonomia da empresa em relação ao governo federal.

h) Valorização dos trabalhadores

- A consecução dos objetivos do campo público depende da existência de um corpo funcional em número correspondente às demandas, com perspectivas de carreira, remuneração justa e com condições adequadas de trabalho.



- Nos entes públicos de comunicação e nos órgãos públicos que possuem emissoras, faz-se necessária a realização de concursos para a admissão de empregados e o fim das práticas de terceirização.
- Nesses entes e órgãos, devem ser instituídos planos de carreira que valorizem os trabalhadores e estimulem a formação e a capacitação, com quadros de remuneração adequados.
- Esses entes e órgãos devem celebrar acordos coletivos de trabalho a serem celebrados com os sindicatos representantes das categorias atuantes no local.
- Os trabalhadores do quadro de cada ente ou emissora não devem ser vistos apenas como executores, mas como corpo perene dos veículos e elemento de fortalecimento da autonomia editorial. Por isso, devem ser estabelecidos percentuais mínimos de ocupação dos postos de comando e gestão por esses trabalhadores.
- Os trabalhadores de entes públicos de comunicação e de órgãos que possuem emissoras devem participar das instâncias diretivas, tendo assento nos conselhos e nos órgãos relacionados às orientações editoriais e de conteúdo.

Considerando este conjunto de desafios, as organizações abaixo-assinadas reafirmam seu comprometimento com a defesa e construção de um Sistema Público de Comunicação forte, plural, participativo e representativo da diversidade brasileira, e sua disposição em atuarem de maneira articulada para alcançar este objetivo. Neste sentido, colocamo-nos à disposição do poder público em geral para um diálogo que esperamos frutífero para superar os obstáculos históricos enfrentados pelo setor, cobrando desde já o reconhecimento desta agenda e de sua centralidade para a consolidação da democracia brasileira.

Brasília, 14 de novembro de 2014.

ABCCOM – Associação Brasileira de Canais Comunitários
ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária
ABRAÇO – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária
AMARC Brasil – Associação Mundial de Rádios Comunitárias
ARPUB – Associação de Rádios Públicas do Brasil
ASTRAL – Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas
Associação Baiana de Radiodifusão Comunitária
Associação do Canal Comunitário de Caxias do Sul – TV Caxias
Canal Comunitário de Pindamonhangaba



CCLF – Centro de Cultura Luiz Freire
Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé
Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo
CEN – Coletivo de Entidades Negras
Ciranda Internacional da Comunicação Compartilhada
Conselho Curador da EBC (Empresa Brasil de Comunicação)
Conselho de Comunicação e Políticas Públicas da Metrópole de Salvador
Conselho Regional de Psicologia da Bahia
CTB – Central das Trabalhadoras e Trabalhadores do Brasil
CUT – Central Única dos Trabalhadores
ENECOS – Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social
FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas
Fenalegis – Federação Nacional dos Servidores do Legislativo e dos Tribunais de Contas Municipais
Fenasera – Federação Nacional dos Trabalhadores em Autarquias
FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis
Fitert – Federação dos Radialistas
FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
Fora do Eixo
FOPECOM – Fórum Pernambucano de Comunicação
Frenavatec – Frente Nacional Pela Valorização das TVs do Campo Público
Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social
MNRC – Movimento Nacional de Rádios Comunitárias
Movimento Luta, Fenaj!
Plataforma de Direitos Humanos DHESCA Brasil
Renajoc – Rede Nacional de Jovens e Adolescentes Comunicador@s
RiAV – Rede de Inovação Audiovisual
Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Distrito Federal
Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro
Sindicato dos Servidores Públicos do Poder Legislativo do Interior de São Paulo
TV Cidade – Canal Comunitário de Taubaté
TV Comunitária de Cachoeira Paulista
UBM – União Brasileira de Mulheres
UNEGRO – União de Negros pela Igualdade
Viração Educomunicação