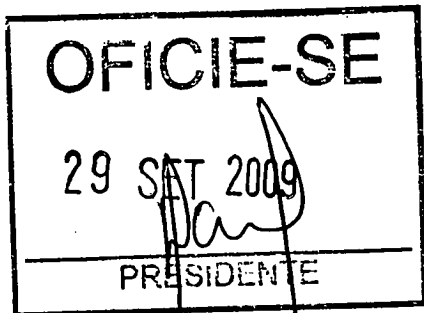




**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**



INDICAÇÃO

09 - IND
09-02140/2009

33

O governo federal convocou a 1ª Conferência Nacional de Comunicação Social (Confecom) para realização de 1º a 3 de dezembro/2009, materializando reivindicação dos movimentos sociais, grupos e entidades engajados na luta pela democratização da comunicação social no Brasil. Este é um acontecimento de grande importância política, social e cultural que permitirá a discussão sobre o sistema de mídia brasileiro.

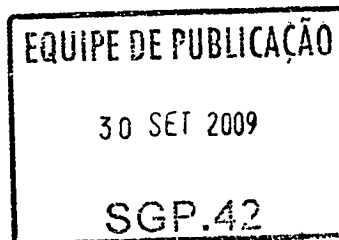
A Conferência Estadual, após intensa mobilização da categoria e entidades interessadas, foi finalmente convocada pela Assembléia Legislativa, devendo ocorrer entre 30 de outubro e 1º de novembro de 2009.

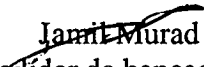
O regimento nacional da Conferência de Comunicação estabelece os prazos para a realização das etapas municipais e intermunicipais, determinando que as etapas preparatórias às estaduais devem acontecer até 20 dias antes da etapa estadual. Com isso, o prazo para realização da etapa municipal se esgota no próximo dia 10 de outubro.

A convocação deve ser feita pelo poder público através de decreto. Entretanto, inexplicavelmente o poder público municipal não convocou até o presente momento a Conferência Municipal, o que dificulta o debate e a participação na cidade de São Paulo, onde, indiscutivelmente, se concentram os grandes meios de comunicação e boa parte da produção e consumo de cultura e comunicação.

Considerando a necessidade da principal cidade do país participar deste processo através de sua conferência municipal indico ao Exmo. Sr. Prefeito, à Secretaria de Participação e Parceria e à Secretaria de Comunicação providências urgentes no sentido de assegurar a realização da Conferência Municipal de Comunicação através da publicação do decreto convocatório respectivo que atenda aos prazos acima mencionados.

Sala das Sessões, 29 de setembro de 2009.




Jamil Murad

Vereador e líder da bancada do PCdoB



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

IND 2140/2009

-----Cópia autêntica. "INDICO, nos termos regimentais, seja oficiado ao Exmo. Sr. Prefeito, solicitando providências, junto às secretarias de Participação e Parceria e de Comunicação, no sentido de assegurar a realização da Conferência Municipal de Comunicação. O Governo Federal convocou a 1ª Conferência Nacional de Comunicação Social - CONFECOM para realização de 1º a 3 de dezembro de 2009, materializando reivindicação dos movimentos sociais, grupos e entidades engajados na luta pela democratização da comunicação social no Brasil. Este é um acontecimento de grande importância política, social e cultural que permitirá a discussão sobre o sistema de mídia brasileiro. A Conferência Estadual, após intensa mobilização da categoria e entidades interessadas, foi finalmente convocada pela Assembléia Legislativa, devendo ocorrer entre 30 de outubro e 1º de novembro de 2009. O regimento nacional da Conferência de Comunicação estabelece os prazos para a realização das etapas municipais e intermunicipais, determinando que as etapas preparatórias às estaduais devem acontecer até 20 dias antes da etapa



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

estadual. Com isso, o prazo para realização da etapa municipal se esgota no próximo dia 10 de outubro. A convocação deve ser feita pelo poder público através de decreto. Entretanto, inexplicavelmente o poder público municipal não convocou até o presente momento a Conferência Municipal, o que dificulta o debate e a participação na cidade de São Paulo, onde, indiscutivelmente, se concentram os grandes meios de comunicação e boa parte da produção e consumo de cultura e comunicação. Considerando a necessidade da principal cidade do país de participar deste processo através de sua conferência municipal, indico ao Exmo. Sr. Prefeito, à Secretaria de Participação e Parceria e à Secretaria de Comunicação providências urgentes no sentido de assegurar a realização da Conferência Municipal de Comunicação através da publicação do decreto convocatório respectivo que atenda aos prazos acima mencionados. Sala das Sessões, 29 de setembro de 2009. (a) **JAMIL MURAD**. OFICIE-SE, 29-09-2009. (a)

Dalton Silvano." Eu, **WILLIAM DI GIORGE**
Assistente Parlamentar, extraí esta cópia fielmente do original. São Paulo, 1º de outubro de 2009.

Confere: **CLAUDIO H. L. LINHARES**
Assistente Parlamentar, Supervisor de Finalização do Processo Legislativo, **JOSÉ CRISTINO SOUZA SANTOS**
Supervisor de Finalização do Proc. Legislativo. Visto, **ÂNGELA BORDIN ANDREONI**
Secretária de Apoio Legislativo,

Secretária de Apoio Legislativo da Câmara Municipal de São Paulo.-



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Presidência

OF. SGP-23

nº 3485/2009

São Paulo, 13 de outubro de 2009.

Excelentíssimo Senhor Prefeito,

Cumpre-me encaminhar a Vossa Excelência cópia autêntica da Indicação IND 2140/2009, de iniciativa do Vereador Jamil Murad, solicitando providências junto às secretarias de Participação e Parceria e de Comunicação.

Na oportunidade, renovo a Vossa Excelência os protestos de minha alta consideração.

ANTONIO CARLOS RODRIGUES
Presidente

A Sua Excelência o Senhor Doutor Gilberto Kassab,
Digníssimo Prefeito do Município de São Paulo.

JCSS/wdg.

**PREFEITURA DE
SÃO PAULO**

São Paulo, 03 de dezembro de 2009.

Ofício nº 395/SEC OM/GAB/2009

15 - DOCREC
15- 03941/2009

Ref: Indicação nº 2140/2009

Senhor Vereador,

Em resposta a sua Indicação nº 2140/2009, tenho a informar que a Conferência Municipal de Comunicação da Cidade de São Paulo foi realizada nos dias 13 e 14 de novembro do corrente ano na Câmara Municipal de São Paulo, conforme cópia do folder e do regimento interno que seguem em anexo.

Cumpre relatar que a Prefeitura da Cidade de São Paulo através de sua Secretaria Executiva de Comunicação designou Servidor para que auxiliasse na realização da referida conferência, nos termos do Ato 109/09 da Mesa da Câmara Municipal, publicado no Diário Oficial da Cidade no dia 05 de novembro p.p., conforme cópia que segue em anexo.

Nos debates realizados na Conferência Municipal foram estabelecidas propostas cujas cópias seguem anexo, que foram encaminhadas para a Conferência de Comunicação Estadual, realizada nos dias 20 a 22 de novembro na Assembléia Legislativa do Estado de São Paulo.

Na oportunidade apresento meus protestos de estima e consideração.

Atenciosamente

MARCUS VINICIUS SINVAL
Secretário Executivo de Comunicação

Excelentíssimo Senhor
JAMIL MURAD
M.D. Vereador da Câmara Municipal de São Paulo
Viaduto Jacareí nº 100
São Paulo – S.P.

MSF 364.6 Unidade Protocolo 04/12/2009 10:13 121497

INFORMAÇÕES

Para se inscrever:

Acesse www.confecomsp.blogspot.com
preencha a ficha de inscrição e envie para:
confecomsp@gmail.com

Atenção: devido à limitação de espaço físico, o envio da ficha não garante a Inscrição na Conferência Municipal de Comunicação. O/a participante receberá a confirmação da Inscrição por e-mail. Os critérios de participação levarão em conta a ordem de inscrição e a diversidade de perfil dos participantes.

Mais informações: (11) 3396-4519 / 3396-4265

Informações da etapa nacional:
www.confecom.gov.br

Local: Câmara Municipal de São Paulo
Viaduto Jacaré, 100 – Bela Vista – São Paulo / SP

Realização:



CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO

MESA DIRETORA

Presidente: Antonio Carlos Rodrigues

COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Presidente: Adolfo Quintas

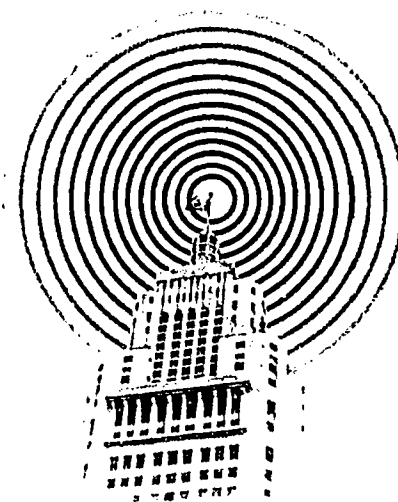
COMISSÃO PAULISTA PRO-CONFERÊNCIA

CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Novembro de 2009

Dia 13 (sexta) - a partir das 19h | **Dia 14** (sábado) - a partir das 9h

Local: Câmara Municipal de São Paulo



1ª CONFECOM
CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO
CIDADE DE SÃO PAULO

O QUE É?

Nos dias 13 e 14 de novembro, o município de São Paulo realiza a 1ª Conferência Municipal de Comunicação de São Paulo. Promovido pela Câmara Municipal de São Paulo e organizado pela Comissão Paulista Pró-Conferência, o evento será uma etapa preparatória da Conferência Estadual, prevista para os dias 20 a 22 de novembro, e da Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), que acontece de 14 a 17 de dezembro, em Brasília.

A 1ª Conferência Nacional de Comunicação foi convocada em abril pelo Governo Federal, a partir de demanda apresentada pelos movimentos sociais, e será um espaço em que os cidadãos e cidadãs brasileiros poderão, pela primeira vez, apresentar suas reivindicações e propostas de políticas públicas de comunicação, apontando diretrizes e propostas de ações para o poder público. Com o tema ***Comunicação: meios para a construção de direitos e cidadania na era digital***, a Conferência está dividida em três eixos temáticos: produção de conteúdo, meios de distribuição e cidadania: direitos e deveres. Os participantes poderão discutir temas como concessões de rádio e TV, inclusão digital e acesso à banda larga, rádios comunitárias e participação social nos meios de comunicação. Em São Paulo, a Conferência Municipal vai tratar também de temas e propostas de interesse específico do município.

PROGRAMAÇÃO

Sexta-feira, 13 de novembro de 2009.

19h – Abertura, Instalação da mesa, leitura e aprovação do regulamento Interno.

19h30 – Conferência de abertura “Comunicação: meios para a construção de direitos e de cidadania na era digital”.

Palestrantes: Vereador Adolfo Quintas (PSDB-SP), Vereador José Américo (PT-SP), Augusto Camargo – Guto (Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo), Rachel Moreno (Observatório da Mulher, Articulação Mulher e Mídia, Campanha pela Ética na TV).

Sábado, 14 de novembro de 2009

9h – Grupos temáticos.

Provocadores:

Eixo 1 – Produção de Conteúdo: Alberto Luchetti (Associação Brasileira das Emissoras de IPTV), Renato Roval (Revista Fórum) e Jacira Melo (Instituto Patrícia Galvão).

Eixo 2 – Meios de distribuição: Deputada Luiza Erundina (PSB-SP), João Brant (Intervozes), Marco Ribeiro (Sindicato dos Radialistas) e Clóvis Montelero (Jornal Hora do Povo).

Eixo 3 – Cidadania: Direitos e Deveres: Nilza Iraci (Geledés - Instituto da Mulher Negra), Sandra Mariano (Coordenação Nacional de Entidades Negras) e Frederico Ghedini (Associação Brasileira da Propriedade Intelectual do Jornalistas).

Eixo 4 – Política de Comunicação e a Cidade de São Paulo: José Carlos Rocha (Fórum Democracia na Comunicação) e Ismar de Oliveira Soares (Núcleo de Comunicação e Educação - ECA-USP).

13h – Almoço.

15h – Plenária final.

Confira a programação, faça sua inscrição e participe.

Regimento da 1ª Conferência Municipal de Comunicação de São Paulo

1 – A 1ª Conferência Municipal de Comunicação de São Paulo – Confecom-SP – etapa preparatória da Conferência Estadual e Nacional de Comunicação – realizar-se-á nos dias 13 e 14 de novembro de 2009, na Câmara Municipal de São Paulo e será composta por participantes com direito a voz.

2 – A abertura da Confecom-SP será feita pelo presidente da Câmara Municipal e, em seguida, será composta a mesa que coordenará os trabalhos.

3 – A direção da mesa contará com três representantes da Comissão Organizadora Municipal, sendo um de cada segmento (poder público, sociedade civil não empresarial e sociedade civil empresarial).

4 – O temário da 1ª Conferência Municipal de São Paulo abordará 3 eixos

Eixo 1 – Produção de Conteúdo

São temas indicativos relacionados ao eixo temático Produção de Conteúdo: conteúdo nacional; produção independente; produção regional; garantia de distribuição; incentivos; tributação; financiamento; fiscalização; propriedade das entidades produtoras de conteúdo; propriedade intelectual; órgãos reguladores; competição; aspectos federativos; marco legal e regulatório.

Eixo 2 – Meios de Distribuição

São temas indicativos relacionados ao eixo temático Meios de Distribuição: televisão aberta; rádio; rádios e TVs comunitárias; internet; telecomunicações; bandalarga; TV por assinatura; cinema; mídia impressa; mercado editorial; sistemas público, privado e estatal; multiprogramação; tributação; financiamento; responsabilidade editorial; sistema de outorgas; fiscalização; propriedade das entidades distribuidoras de conteúdo; órgãos reguladores; aspectos federativos; infraestrutura; administração do espectro; publicidade; competição; normas e padrões; marco legal e regulatório.

Eixo 3 – Cidadania: Direitos e Deveres

São temas indicativos relacionados ao eixo Cidadania: Direitos e Deveres: democratização da comunicação; participação social na comunicação; liberdade de expressão; soberania nacional; inclusão social; desenvolvimento sustentável; classificação indicativa; fiscalização; órgãos reguladores; aspectos federativos; educação para a mídia; direito à comunicação; acesso à cultura e à educação; respeito e promoção da diversidade cultural, religiosa, étnico-racial, de gênero, orientação sexual; proteção a segmentos vulneráveis, como crianças e adolescentes; marco legal e regulatório.

5 – A 1ª Conferência Municipal de Comunicação de São Paulo reservará um espaço para o diálogo sobre temas próprios da cidade, como forma de ampliar as discussões e estimular a reflexão. No **Eixo 4 – Política de Comunicação e a Cidade de São Paulo**, são temas indicativos para o debate: inclusão digital, mecanismos de participação social, incentivo à pluralidade e a diversidade nos meios de comunicação, educomunicação, fiscalização e financiamento.

6 – A ordem do dia da conferência será:

Sexta-feira, 13 de novembro de 2009.

19:00hs – Abertura, instalação da mesa, leitura e aprovação deste regulamento.

SISTEMATIZAÇÃO DAS PROPOSTAS APROVADAS NA PRÉ-CONFERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO REALIZADA EM 1º DE AGOSTO DE 2009

EIXO 1

1. Regulamentação imediata do art. 221 da Constituição Federal, que estabelece percentuais mínimos de programação produzida em âmbito local no rádio e na televisão;
2. Garantir que a formação dos trabalhadores em comunicação e o exercício das profissões estejam pautados em princípios de ética e veracidade;
3. Aprovação de cláusula de consciência para trabalhadores do campo da comunicação;
4. Que os documentos públicos e a produção financiada com verba pública sejam disponibilizados em padrões abertos e registrados com licenças livres. Que órgãos públicos e programas de inclusão digital usem necessariamente software livre;
5. Formulação de políticas públicas e marco regulatório em relação a questão dos direitos autorais que permitam a potencialização da produção, acesso e difusão da cultura e informação pelas tecnologias digitais.

EIXO 2

6. Criação de fundos públicos de apoio a emissoras públicas e comunitárias e à produção dos movimentos sociais a partir da: i) taxação sobre o faturamento das emissoras comerciais; ii) recursos do orçamento público; iii) colaboração (ou apoio) dos cidadãos; iv) recursos de publicidade oficial
7. Estabelecimento de nova política para concessões de rádio e TV, contemplando as seguintes questões: i) avaliação rigorosa no processo de renovação; ii) publicização e transparência nas renovações e nas novas outorgas; iii) atenção às questões de conteúdo durante os processos de renovação; iv) deixar de privilegiar o critério econômico, privilegiando o atendimento ao interesse público; v) redução dos prazos legais das outorgas; vi) proibição da propriedade por instituições religiosas e parlamentares das três esferas do governo e regulação sobre o conteúdo religioso;
8. Regulamentação do artigo 220, parágrafo 5º, da Constituição Federal, que proíbe monopólios e oligopólios, de forma a coibir a concentração horizontal, vertical e cruzada, garantindo a transparência em relação aos proprietários dos meios;
9. Garantia da propriedade pública da rede pública que permita um modelo estruturado em "camadas" de concessões para operação (rede de cabos metálicos e ópticos, espectro de frequência de radiodifusão e a órbita equatorial geossíncrona);
10. Regulamentação do artigo 223 da Constituição Federal, com o estabelecimento de princípios que definam o sistema público de

- meios de comunicação objetos de concessão, para os movimentos sociais de todos os segmentos veicularem suas demandas, atividades, datas importantes e debates, com estrutura assegurada pelo Estado para produção e distribuição;
20. Qualificação do debate sobre ações afirmativas para a questão racial, de gênero, e outros grupos vulneráveis, abordando as dimensões quantitativa e qualitativa;
 21. Criar um conselho técnico nacional, formado por acadêmicos e membros da sociedade civil, livremente eleitos pelos segmentos que representam, para: i) fiscalizar a publicidade veiculada em âmbito nacional pelos meios de comunicação social; ii) sensibilizar a sociedade civil para monitorar os abusos cometidos na comunicação e na publicidade voltada ao público infanto-juvenil; iii) monitorar a veiculação de publicidade de produtos alcoólicos, medicamentos e para crianças até 12 anos; iv) definir regras para que a publicidade veiculada seja de caráter informativo, e não de envolvimento emocional e sedução; v) fomentar o marketing social e a propaganda educativa nos meios de comunicação, que reposicione o que hoje temos, de forma crítica, e que estimule o consumo consciente, solidário e sustentável;
 22. Estabelecer medidas de controle de conteúdo: i) criação de conselhos de controle social da comunicação com papel de avaliação e monitoramento de conteúdo veiculado nos meios de comunicação e de recebimento de denúncias de discriminação e desrespeito aos princípios constitucionais e a violações de direitos humanos, em respeito ao que prevê o parágrafo 3º, artigo 220 da Constituição Federal; ii) ouvidorias; iii) ombudsmen; iv) observatórios; v) fóruns permanentes de debate sobre a comunicação; vi) debate sobre a representação na mídia dos distintos segmentos da sociedade; com representação da sociedade civil, indicada pelos movimentos que a representam;
 23. Produção coletiva de comunicação de leitura crítica das mídias nas escolas municipais e estaduais, na perspectiva da educomunicação envolvendo a comunidade escolar (alunos, professores, familiares, diretores e profissionais da unidade escolar);
 24. Educação crítica para a mídia e formação para o direito a comunicação em todos os níveis da educação, do básico ao superior, com tempo na grade das emissoras para discussão desse tema;
 25. Promoção de políticas de inclusão digital e educomunicação, a partir de uma perspectiva inclusiva, utilizando a infra estrutura dos telecentros, as lan houses e pontos de cultura, pensando-os como espaços para produção e difusão da cultura e informação.

São Paulo, agosto de 2009.

1ª CONFERENCIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

EIXO 1 – PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

GT 1 – A e B

Provocadores: Alberto Luchetti – Associação Brasileira de Emissoras de IPTV

Jacira Melo – Instituto Patrícia Galvão

Reladoras: Daniela Custodio – Escritório Modelo Dom Paulo Evaristo Arns – PUC/SP

Márcia – Movimento de Mulheres

PROPOSTAS

1. Regulamentação imediata do art. 221 da CF, os prestadores de serviços de comunicações que transmitem conteúdos audiovisuais, incluindo o rádio e a TV abertos e a TV por assinatura, devendo implementar as finalidades educativas, culturais, informativas e artísticas previstas, respeitando as seguintes cotas:

- 10% das horas para finalidades educativas
- 10% para finalidades culturais
- 10% para finalidades informativas
- 10% para finalidades artísticas
- 30% para conteúdos regionais
- 30% para produções independentes, respeitando-se a diferença de abrangência e perfil das emissoras,

No rádio

- 70% da produção deve ser local;

Na TV por assinatura

- 50% dos canais ofertados pelas operadoras devem ser nacionais
- 50% do conteúdo ofertado pelos canais de conteúdo qualificado deve ser produzido no Brasil.

2. Criar um Conselho de gestão para comunicação, permitindo a participação da sociedade diretamente no processo de decisão referentes aos diferentes temas ligados à comunicação. Permitindo a participação da sociedade civil no processo

de outorga de concessão, revisão e renovação das concessões, definindo a política de uso dos recursos, além de fazer o acompanhamento dos respectivos gastos do fundo.

3. Exigir que as emissoras respeitem os limites de publicidade em suas grades de programação.
4. Estabelecer um mínimo de produção própria tanto para televisão quanto para emissoras quanto rádio, conforme a realidade e o perfil de cada emissora. Para que não haja apenas a veiculação de filmes, músicas e locação de espaço.
5. Proibir expressamente na lei a publicidade dirigida a crianças e adolescentes;
6. Exigir que seja feita a regulamentação da publicidade de todas as bebidas alcoólicas;
7. Financiamento da produção independente e comunitária, para produtores de imprensa, cultura e educação; micro e pequenas empresas, através da criação de fundo para comunicação pública, através de reversão dos recursos do FISTEL; verbas de orçamentos públicos; por recursos obtidos a partir da taxação da receita de publicidade e também da própria concessão ou licença considerando a receita anual da emissora ou serviço de comunicação; taxação progressiva sobre a compra de equipamentos eletrônicos pelos consumidores.
8. Que os valores advindos de condenações por violações do direito a comunicação e sanções administrativas, bem como multas e apreensão de equipamentos, sejam revertidos para um fundo de estímulo a produção independente e comunitária.
9. Regular a distribuição das verbas publicitárias governamentais para a promoção da diversidade e pluralidade dos meios, exigindo-se a participação da sociedade civil na fiscalização e execução destes orçamentos. Além de garantir que quantidade significativa destas verbas publicitárias sejam destinadas a veículos comunitários, pequenos, independentes com caráter informativo.

10. Instituir uma carência legal de 05 anos a partir da regulamentação de um novo serviço de comunicação que seja regido por concessão pública, impedindo que atuais concessionários do sistema já existente possam participar deste novo sistema de concessão.
11. Proibir que quem veicula conteúdo, seja produtor de conteúdo
12. Promover a cidadania comunicacional, a partir da concepção da comunicação como um direito fundamental.
13. Criação de fundos de fomentos à pesquisa e difusão de linguagens que atendam à diversidade cultural e populacional brasileira.
14. Criação de um fundo para financiamento de produção de conteúdo jornalístico profissional independente. Garantindo a distribuição e veiculação desses conteúdos profissionais pelos canais públicos, estatais e privados.
15. Implantar uma política nacional de fomento à produção popular, que apóie e financie iniciativas de conteúdo escrito, audiovisuais, por segmento historicamente marginalizados, sub-representados e minorizados na sociedade brasileira.
16. 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 do 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.
17. Formulação e implementação (com fiscalização) de políticas de inclusão visando garantir a comunicação acessível, conforme decreto federal 5296/2004 para facilitar o acesso das pessoas com deficiência aos meios de comunicação, oferecendo as tecnologias e respeitando as singularidades de cada indivíduo.

18. Garantir a promoção da difusão da cultura brasileira através de todas as suas manifestações, estimulando a produção de conteúdos que valorizem a nossa diversidade cultural, sotaque, realidade e as culturas populares das diversas regiões do país.
19. Defender e estimular a produção de conteúdos destinados ao público infanto-juvenil através de políticas públicas de fomento para a produção de conteúdos com recursos de fundos públicos através de uma perspectiva de diversidade cultural, regional, de igualdade de gênero, raça, etnia, orientação sexual, pessoa com deficiência.
20. O conteúdo cultural e informativo via celular não deve reproduzir o conteúdo da mídia comercial e sim veicular produções independentes da sociedade civil.
21. O conteúdo independente produzido deve ser veiculado nas grandes mídias em broadcasting e “vias canais de celular”, porém deverá haver avaliação periódica do conteúdo por profissionais habilitados de comunicação social aprovados pelo conselho gestor nacional de comunicação.
22. Financiamento público para incentivos de educação profissional que visem à universalização do conhecimento tecnológico específico para produção de conteúdo nas diversas mídias (rádio, jornais, TV e Internet), bem como a disponibilização de canais comunitários locais. Financiamento não só de caráter público, mas de recebimento de recursos privados para o financiamento da sobrevivência desses meios.
23. As concessionárias devem apresentar anualmente o projeto de comunicação que respeite a Constituição Federal sob pena de perder a concessão.
24. Todas as instituições financiadas com verba pública devem ser responsáveis pela criação e manutenção de núcleos de comunicação nas periferias da região em que atuam, com vistas a consolidar o conceito de comunicação como direito fundamental.
25. Que os órgãos públicos e autarquias divulguem a sua propaganda oficial nos meios de comunicação locais, municipais e regionais;

26. A produção de conteúdo realizada pelos jornalistas que atuam na grande mídia não poderá ser vendida pelo veículo, para o qual trabalha sem o seu consentimento, conhecimento e devida remuneração.
27. Regulamentação da comunicação – produção e difusão de conteúdos – em espaços públicos – ônibus, metrô, aeroportos e serviços públicos.
28. Incluir critério para construção e renovação de outorgas de rádio e TV o item conteúdo – com proibição a veiculação de conteúdo discriminatório.
29. Incentivar e criar pólos de comunicação, de distribuição e produção nas periferias e escolas, a fim do despertar crítico e da mediação das notícias locais.
30. Garantir um fundo para produção de mídia alternativa com recorte racial e de gênero visando atender entidades da sociedade civil e micro e pequenas empresas visando à distribuição gratuita.
31. Que a programação da TV por assinatura contemple a diversidade da sociedade brasileira.
32. Que haja destinação de recursos do BNDES para as empresas pequenas e médias de comunicação que queiram atuar no mercado de TVs por assinatura;
33. criar mecanismos para garantir a real interatividade na produção de conteúdos a serem veiculados pela TV digital.
34. Assegurar que a imagem da mulher seja veiculada sempre com pluralidade, diversidade e sem reprodução de estereótipos, inclusive para se garantir o combate ao racismo e a violência contra a mulher.
35. Assegurar o direito de antena, considerando as diversidades e os segmentos discriminados na sociedade, através da produção de materiais informativos e educativos pelos mesmos segmentos.
36. Reserva de no mínimo 10% de recursos para a promoção da equidade de gênero, raça/etnia e orientação sexual e 20% das verbas de publicidade oficial para veículos de baixa circulação, alternativos e livres.

37. Implementar sucursais da TV Brasil para a confecção de conteúdo regional em todos os estados brasileiros para a produção de mídia pública, visando a descentralização da produção de conteúdo midiático.
38. Proibição da publicidade de medicamentos em quaisquer meios de comunicação de massa;
39. Reforma da lei dos direitos autorais garantindo a cópia privada integral sem fins lucrativos de quaisquer conteúdo;
40. Regionalização da produção, os produtores de serviços de comunicação que transmitem conteúdos audiovisuais devem respeitar patamares de veiculação para TV de ao menos 50% (sendo 25% estadual e 25% interestadual) e para rádio de 100% de conteúdo regional respeitando-se a abrangência de sua concessão;
41. Reserva de verba pública pelo Ministério da Comunicação para criação dos pontos de mídia, à semelhança do que ocorre com os pontos de cultura.
42. As mídias radio-televisivas, jornais, revistas, cinema, deve contemplar a produção e conteúdos locais e regionais.
43. Proibir a veiculação de conteúdo proibido, pornográfico, que faz apologia a intolerância religiosa, criminal, violência, drogas, antes das 23h;
44. Criar o Conselho gestor de comunicação (local, municipal, estadual);
45. Criar o clube do rádio-tv comunitário a fim de criar um público ouvinte;
46. Recriação da Embrafilmes: produção de conteúdo nacional, regional ou independente, com a garantia de distribuição e comercialização em todos os municípios;
47. Expandir a capacidade de difusão da TV Brasil;
48. Que os canais públicos latino-americanos sejam disponibilizados para os assinantes de TV por assinatura

Ponto de divergência

Realização de um seminário para tratar da temática dos direitos autorais e reprodução de conteúdo, com o fim de garantir o aprofundamento da temática e do conceito de liberdade de uso e conteúdo.

Moções

- Que os resultados da conferencia sejam divulgados plenamente nos diversos espaços da sociedade, conselhos, fóruns, para que todos tenham acesso ao conteúdo da discussão, integrando novos grupos e chamando-os à participação.
- Pela instalação imediata da 3ª gestão do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional.

Regulamentação

TV aberta

TV por assinatura

Rádio

Diversidade

Conselhos

Conferência Municipal de São Paulo

Propostas - Eixo 2

Propriedade, concessões e concentração

Estabelecimento de uma nova política para concessões de rádio e TV, contemplando as seguintes questões: (1) avaliação rigorosa da prestação do serviço no processo de renovação, (2) publicidade e transparência nos processo de renovação e na concessão das novas outorgas, com a obrigatoriedade da realização de audiências e consultas públicas para garantir a participação da população nesses processos, (3) atenção as questões de conteúdo durante os processo de renovação, (4) redução do impacto do componente econômico nas novas licitações, privilegiando a análise da proposta de programação e o atendimento ao interesse público, (5) estabelecimento de mecanismos administrativos de cancelamento das concessões durante a vigência das mesmas caso não sejam observados os princípios estabelecidos para a prestação do serviço, (6) proibição da propriedade das concessões por parlamentares das três esferas de governo e ocupantes de cargos eletivos, (7) proibição da sublocação do espectro.

Regulamentação do artigo 220, parágrafo 5º da CF, que proíbe monopólios e oligopólios, de forma a coibir a concentração horizontal, vertical e cruzada, garantindo a transparência em relação aos proprietários dos meios (geradoras e retransmissoras), que devem ser divulgados amplamente e de forma acessível à população.

Regulação do art. 223 da CF, com a reserva de 40% dos canais para emissoras públicas, 40% para as privadas e 20% para as estatais. Esta divisão deve nortear, também, os critérios de renovação das outorgas.

Proibição da propriedade das concessões por igrejas

Regulamentação da ocupação da radiodifusão por igrejas

Redução do prazo das outorgas para cinco anos a partir da primeira renovação

Redução dos prazos legais da outorgas para 5 anos

Realização de plebiscito para a renovação das outorgas; nesse processo, os concessionários devem divulgar de modo equânime as opiniões favoráveis e contrárias à renovação.

Instituir como critério de renovação a manutenção da concessão o respeito à legislação trabalhista, ao direito de organização interna dos trabalhadores e à cláusula de consciência;

Determinar a manifestação do Conselho de Comunicação Social para renovação das concessões de rádio e TV;

Proibição de capital estrangeiro nos meios de comunicação;

Manter a proibição para que operadoras de TV a cabo sejam controladas por capital estrangeiro;

As emissoras de radiodifusão que praticam o Jabá devem ter suas concessões revogadas;

TV digital e rádio digital

Na TV e no rádio digital, o modelo de outorga deve garantir ao concessionário somente o espaço no espectro necessário à prestação do serviço, sendo vedada, na televisão digital, a multiprogramação pelos concessionários privados;

O uso do espectro para serviços adicionais – como os serviços interativos – não pode onerar os cidadãos (ou seja, devem ser gratuitos), e deve ser prioritariamente destinado aos serviços de interesse social;

Reserva de ao menos um canal na televisão aberta para o canal comunitário;

Transmissão, na TV digital aberta, dos canais de interesse público previstos na Lei do Cabo;

A adoção da tecnologia norte-americana HD/IBOC deve ser descartada pelo Brasil; deve ser desenvolvida tecnologia nacional não proprietária e com padrões e protocolos abertos que atendam o interesse público e promovam a democratização das comunicações;

Instituição da obrigatoriedade para que os grandes canais privados brasileiros carreguem pelo menos uma emissora pública em seus canais digitais;

Adoção do Iboc para o rádio digital ?????????????????????????????????????

Comunicação pública e comunitária

Regulação do art. 223 da CF, com o estabelecimento de princípios que definam o sistema público de comunicação, em especial os relativos à gestão democrática e participativa.

Fim da repressão aos comunicadores comunitários

Fim do poder discricionário da Anatel para o fechamento de rádios comunitárias

Revogação da atual lei (9.612/98) e elaboração de uma nova legislação para as rádios comunitárias que contemple: (1) a ampliação do espaço das rádios no espectro de frequências, (2) o aumento de seu alcance, (3) a ampliação das possibilidades de financiamento, (4) a fiscalização rigorosa contra o

proselitismo político e religioso, (5) a avaliação dos processos de autorização segundo a ordem das manifestações de interesse, (6) a celeridade no processo de outorga: caso após seis meses o pedido não seja avaliado pelo Ministério das Comunicações, deve ser concedida licença provisória até a avaliação do pedido, (7) a plena liberdade de expressão para os comunicadores e comunicadoras populares nas rádios e TVs comunitárias, (8) a autonomia das rádios e de suas respectivas comunidades, sem quaisquer intervenções do Estado.

Efetivação do caráter público dos conselhos das emissoras públicas, com composição a partir de indicação da sociedade civil e de conselhos públicos setoriais – como os Conselhos de Saúde e Conselhos dos Direitos das Crianças e Adolescentes, Conselho do Deficiente, Conselho dos Direitos da Mulher, entre outros.

Financiamento

Criação de fundos públicos de apoio a emissoras públicas e comunitárias e à produção dos movimentos sociais e organizações da sociedade civil a partir da (1) taxação sobre o faturamento das emissoras comerciais, (2) taxação sobre a venda de televisores acima de 29 polegadas, (3) recursos do orçamento público, (4) doação dos cidadãos. Estes mecanismos devem garantir às emissoras públicas e comunitárias recursos estáveis e não contingenciáveis.

Definição de critérios para a publicidade oficial que considerem a diversidade regional, étnica, racial, de gênero e de opiniões políticas, com reserva de no mínimo 20% das verbas para a comunicação pública, privada sem fins-lucrativos e para as pequenas empresas privadas de mídia (mídia alternativa); o respeito integral aos direitos humanos deve ser condição para a alocação destas verbas em qualquer meio de comunicação.

Fim da publicidade estatal . Serviços e campanhas de interesse público devem ser veiculadas de forma gratuita na radiodifusão; As verba da publicidade estatal devem ser revertidas para a implementação de políticas públicas de comunicação.

Fim da dedução fiscal para as emissoras de radiodifusão que veiculam horário partidário e eleitoral;

Regulação do financiamento público para a produção de bens culturais, garantindo o livre acesso aos bens produzidos com recursos públicos; a produção e os documentos financiados com verba pública devem ser disponibilizados em padrões abertos e registrados com licenças livres;

Reserva dos investimentos públicos às organizações e empresas nacionais, públicas ou privadas;

Proibição do uso de verbas federais – BNDES, FAT, FGTS, etc – para saldar dívidas das empresas de comunicação; o uso desses fundos para os meios de comunicação privados deve necessariamente passar pelo Conselho de Nacional de Comunicação.

Internet / Banda Larga

O acesso à banda larga deve ser considerado um direito fundamental; sua universalização, portanto, deve ser considerada um dever do Estado;

Prestação do serviço de banda larga em regime público a partir da edição de decreto presidencial, com utilização do FUST para essa finalidade, especialmente por meio da Telebrás e outras empresas públicas;

Instituição do Plano Nacional de Banda Larga, com a criação de infraestrutura pública coordenada pela Telebrás a partir das redes ociosas das empresas estatais, para a prestação do serviço aos cidadãos por meio de empresas não monopolistas, bem como por prefeituras e organizações civis sem fins lucrativos.

Reserva de frequências para redes públicas e comunitárias ofereçam acesso à internet por meio de tecnologias de rádio (Wi-fi, Wimax, etc);

Cumprir a determinação da Lei Geral de Telecomunicações e implementar a desagregação estrutural das redes das concessionárias de STFC (Telefônica, Oi e Embratel);

Reestatização do sistema Telebrás;

Utilização de tecnologias alternativas para o acesso à Internet, em especial a PLC – *Power Line Communications* (redes de energia elétrica);

Ampliação das políticas de inclusão digital; essa inclusão deve ser estimulada por meio de políticas de acesso e uso comunitário, com sustentabilidade garantida independentemente das mudanças de gestão nos poderes executivos.

Não necessidade de contratação de provedor para conexão à Internet;

Instituição de um marco normativo dos direitos civis na internet, garantindo o direito à privacidade e a liberdade de expressão;

Garantia da neutralidade de redes como princípio para o funcionamento da rede e como direito dos usuários; implementar mecanismos de transparência e sanções contra a manipulação do tráfego de dados (*Traffic Shaping*).

Uso prioritário de padrões e protocolos abertos em todos os processos mediados por tecnologias;

Uso prioritário de softwares livres nas políticas de inclusão digital e nos processos tecnológicos públicos;

Telefonia móvel

Estabelecimento por decreto presidencial da prestação do serviço de telefonia móvel (SMP) em regime público;

Cinema

Reserva de 40% de cota de tela para filmes nacionais;

Mídia impressa

Criação, no âmbito dos Correios, uma política específica para a distribuição de revistas e jornais de pequena circulação;

Criação de um vale-jornal/mídia impressa, nos moldes do Vale Cultura;

Pesquisa, indústria e equipamentos

O processo de digitalização e desenvolvimento de infraestrutura deve considerar o fortalecimento da indústria nacional e o desenvolvimento tecnológico promovido por instituições brasileiras e atenda aos seguintes objetivos: (1) democratização efetiva das comunicações, (2) valorização da tecnologia nacional, (3) viabilização de canais públicos e comunitários digitais, (4) uso eficiente do espectro.

Implementação de uma política nacional para garantir um computador portátil para cada aluno da rede pública;

Reduzir o IPI dos equipamentos de produção de TV digital como política de fomento para o setor de conteúdo;

Propostas

1 - Proibição da publicidade infantil, responsabilizando as emissoras e veículos pela violação dos direitos das crianças. As multas decorrentes de eventuais punições das empresas devem ser revertidas para programas usados para a reintegração de crianças na sociedade.

2- Defesa do diploma e da regulamentação profissional dos jornalistas, como mecanismo para garantia da liberdade de expressão da população e tendo em vista os ataques da patronal, a precarização do trabalho e a pejotização. Garantir um processo de regulamentação que não seja discriminatório ou criminalizante em relação à comunicação comunitária e popular. Que o diploma não seja a única porta de entrada.

3- Além da regulamentação profissional, é preciso garantir os direitos trabalhistas e instrumentos como a cláusula de consciência. Incluir a questão dos direitos trabalhistas e o exercício profissional com dignidade como critério para renovação das concessões de rádio e TV.

3-Criação de um Conselho Nacional de Comunicação, aberto à participação popular em suas diversas instâncias e sujeito a exigências rigorosas de transparência. Sua composição deve 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 finalidade lucrativas).

Possibilidades para composição dos representantes da sociedade civil:

- eleição direta, com condições para informação da população;
- indicação de representantes dos conselhos setoriais (dentro os membros da sociedade civil);
- indicação dos representantes por todas as unidades federativas.

A presidência do Conselho deve ser designada pelos próprios conselheiros.

Este conselho deve ser deliberativo, ter critérios de rotatividade (uma recondução apenas dos membros) e não se transformar em meio de vida.

Este órgão será 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. O Conselho Nacional de Comunicação também deve ter como funções:

- ser responsável pelo cumprimento e fiscalização da Política Nacional de Comunicação (definida em um plano)
- assegurar a implementação do novo marco legal, incluindo o respeito às convenções e tratados internacionais ratificados pelo Brasil
- instituir normas e mecanismos para assegurar que os meios de comunicação garantam aos diferentes gêneros, raças e etnias, orientação sexual e classes sociais
- criar processos e mecanismos de controle social que proíbam a veiculação de programação que promova ou pratique a discriminação contra qualquer segmento,

introduzindo na mídia valores não homofóbicos, sexistas, racistas e antropocêntricos, de forma a promover também o debate sobre o meio ambiente.

- regulamentar a propriedade e a propaganda veiculada no rádio e na TV, através da criação de uma Câmara específica para tratar deste tema dentro do Conselho

O Conselho deve existir em todas as instâncias (municipal, estadual e federal).

Garantir a institucionalização do conselho, garantindo recursos públicos para a participação dos seus representantes. Que os conselheiros não recebam Geton.

Como forma de agilizar a formação dos conselhos municipais e estaduais, nos moldes do Conselho nacional de Comunicação proposto, incentivar iniciativas parlamentares do mesmo gênero nas Câmaras Municipais e Assembléias Legislativas.

4- Realizações periódicas, a cada dois/três anos, de Conferências de Comunicação, nas três esferas da federação, para debater o Plano Nacional de Comunicação.

MAIOR DIVULGAÇÃO DAS CONFERÊNCIAS E SEUS RESULTADOS PARA OS JOVENS; ABERTURA PARA A PARTICIPAÇÃO DOS JOVENS, POR MEIO DE BLOGS, EMAILS, OU SEJA, MEIOS DE COMUNICAÇÃO EM GERAL, PARA QUE TENHAMOS DEMOCRATIZAÇÃO REALMENTE.

5- Que sejam revisadas as concessões de rádio e TV que utilizam na sua grade de programação a expansão de segmentos religiosos, fazendo apologia a intolerância religiosa e defamando os demais segmentos religiosos. Se houver programa destinado à religião que seja este voltado ao inter religioso voltado à Cultura de paz, mostrando a população a riqueza cultural, filosófica e a tradição de cada segmento apresentado.

6- Incluir na grade de formação dos cursos de comunicação a temática do direito à comunicação e as questões relativas à diversidade de gênero, raça, etnia, orientação sexual, deficiência, regionalidade.

7- Formação das pessoas, dos diversos segmentos, para o reconhecimento e exercício do direito à comunicação na perspectiva da educomunicação, nos espaços formais, não formais e informais.

8- Reparar, por meio de ações no Ministério Público, falsidades não nominativas (que atinjam um grupo ou segmento social) veiculadas pelos meios de comunicação.

9- Implantação de uma nova Lei de Imprensa, que garanta a regulamentação do direito de resposta.

10 – Garantir o direito de resposta contra empresas que degradam o meio ambiente e impedir propagandas enganosas veiculadas sobre o tema.

11- Defesa e fortalecimento dos meios comunitários, incluindo o fim da criminalização das rádios comunitárias e a instituição de mecanismos que garantam seu financiamento e sustentabilidade. **AMPLIAR AS CONCESSÕES PARA AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS, GARANTINDO A DEMOCRATIZAÇÃO E DESBUROCRATIZAÇÃO, COM PRAZO MÁXIMO DE DOIS ANOS PARA SUA LEGALIZAÇÃO, E, TAMBÉM, A**

IMPLANTAÇÃO DE RÁDIOS COMUNITÁRIAS NAS COMUNIDADES MAIS DISTANTES DO CENTRO.

12- Defesa da aprovação do PL em tramitação no Congresso que prevê a obrigação da divulgação do Alerta Amber, de difusão da informação das crianças desaparecidas. Incluir também as pessoas com transtornos mentais.

13- Implantação de uma procuradoria dos usuários dos serviços de comunicações ligada ao Ministério Público Federal, assim como à Defensoria Pública.

14- Aprovação de lei de defina os direitos civis nas redes digitais, incluindo a garantia a todos os cidadãos e cidadãs do acesso à Internet.

15- Valorização da língua portuguesa, através da atribuição da nacionalidade lingüística portuguesa a todos e todas que falam a língua.

16- Sendo a comunicação um direito universal, que o segmento idoso seja incluído no mecanismo de participação social, através da educomunicação para garantir a formação e o reconhecimento do exercício de direito na comunicação.

17- Rearticular a rede paulista pela democratização da comunicação e demais mecanismos de articulação dos movimentos sociais para fortalecer a luta pela democratização.

18- Exigir do governo federal que revogue a mudança imposta na legislação brasileira que permitiu a fusão da Oi/BrTelecom, ampliando o monopólio e a participação do capital estrangeiro na comunicação no Brasil, bem como exigir a revogação da lei imposta em 2001 pelo governo FHC que permitiu a entrada do capital estrangeiro no setor.

19- Obrigar as empresas de propaganda e marketing a cumprirem o Código de Defesa do Consumidor.

20 - Regulamentação da propriedade de automóveis, vetando-se a associação a status, poder, velocidade e discriminação de gênero.

21 - Fim da publicidade de bebidas alcoólicas, incluindo cerveja, principalmente nos horários de programação livre (TV), proibição de propaganda de bebidas no entorno de escolas, proibição de patrocínio de bebidas em festas e eventos para crianças e adolescentes, proibição de associação entre bebida e esporte.

22- Em sintonia com o que reivindica o Conselho Nacional de Saúde, defendemos que a publicidade de medicamentos direcionada para o consumidor seja proibida, sendo os anúncios e outras ações publicitárias restritas aos profissionais de medicina em veículos especializados.

23- GARANTIR POLÍTICAS PÚBLICAS DE ACESSO À INTERNET DE ALTA VELOCIDADE, UNIVERSALIZADA, ACESSÍVEL E DE BAIXO CUSTO QUE RESPONDAM AOS INTERESSES E DEMANDAS DA SOCIEDADE.

24- ASSEGURAR, POR MECANISMOS LEGAIS, O RESPEITO AOS COSTUMES, CRENÇAS E TRADIÇÕES DAS COMUNIDADES TRADICIONAIS EM FILMES, NOVELAS, SERIADOS, DOCUMENTÁRIOS E OUTROS, BEM COMO A ELIMINAÇÃO, EM MATERIAIS DIDÁTICOS, PEÇAS PUBLICITÁRIAS, JORNAIS E REVISTAS DE EXPRESSÕES QUE APRESENTEM POVOS, COSTUMES E TRADIÇÕES DE FORMA PEJORATIVA OU COM INTOLERÊNCIA RELIGIOSA.

25- PROMOVER CAMPANHA EM TODOS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, DE ENFRENTAMENTO À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER, DIVULGAR O SERVIÇO 180 (DISQUE-DENÚNCIA), E GARANTIR CONTEÚDO E CAMPANHAS DE DESCONSTRUÇÃO DOS PRECONCEITOS.

26- ESTIMULAR PESQUISAS, REFLEXÕES E DEBATES SOBRE O QUADRO DE DESIGUALDADE DE GÊNERO, RAÇA E ETNIA NOS ESPAÇOS DE DECISÃO EDITORIAL E GESTÃO DE DIFERENTES MÍDIAS, COM VISTAS À SUPERAÇÃO DE UMA VISÃO ESTEREOTIPADA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E PROFISSIONAIS DE IMPRENSA.

27- ESTIMULAR PESQUISAS JUNTO AOS PROGRAMAS DE TV COM VISTAS À INCLUSÃO DE CONTEÚDOS ÉTNICOS, RACIAIS E DE GÊNERO EM HORÁRIOS JUVENIS, COM OLHAR DE PRODUTORES NEGROS E MULHERES.

28- INSTALAR COMITÊS MUNICIPAIS FORMADOS PELO PODER PÚBLICO, MOVIMENTOS SOCIAIS, EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO, APOIADOS POR PROFISSIONAIS DA ÁREA DE COMUNICAÇÃO, PARA REALIZAR ATIVIDADES QUE DISCUTAM, EM ESCOLAS E OUTROS ESPAÇOS PÚBLICOS, A PROGRAMAÇÃO E CONTEÚDO DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DE CADA CIDADE. ESSAS ATIVIDADES DEVEM SER REGISTRADAS EM ÁUDIO E VÍDEO, DEVIDAMENTE FORMATADOS E DISTRIBUÍDOS GRATUITAMENTE EM INSTITUIÇÕES MUNICIPAIS, ESCOLAS DAS REDES PÚBLICA E PRIVADA, BIBLIOTECAS, ESPAÇOS DE VISITAÇÃO PÚBLICA E ACESSO LIVRE.

29- CRIAÇÃO, PELOS GOVERNOS ESTADUAIS E MUNICIPAIS, DE NÚCLEOS DE CAPACITAÇÃO NAS CHAMADAS REDES SOCIAIS DE COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES, PARA FORMAÇÃO E APRIMORAMENTO DE ATIVISTAS DE MOVIMENTOS SOCIAIS, SINDICAIS, ONGS, ASSOCIAÇÕES COMUNITÁRIAS E ENTIDADES REPRESENTATIVAS DA SOCIEDADE CIVIL.

30- CRIAR CURSOS DE CAPACITAÇÃO, COMUNICAÇÃO E MÍDIA, AGENTES DE COMUNICAÇÃO NO TERCEIRO SETOR PARA OS JOVENS, MULHERES, NEGROS ETC. CONTAREM SUAS HISTÓRIAS E EXPERIÊNCIAS DO SEU ENTORNO.

31- GARANTIR, NOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO, A ACESSIBILIDADE À PROGRAMAÇÃO POR MEIO DE RECURSOS COMO TRADUÇÃO POR LIBRAS, AUDIODESCRIÇÃO E BRAILE.

32- INCLUIR, NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, PROPAGANDAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS, ESTADUAIS E INSTITUTOS TECNOLÓGICOS PARA QUE HAJA UM CONHECIMENTO GERAL DE DATAS DE INSCRIÇÃO, REDUÇÃO DE TAXA E INFORMES GERAIS.

33- RECUPERAÇÃO DA TELEBRAS PARA OFERECER ACESSO A INTERNET À POPULAÇÃO, A EXEMPLO DO DIREITO À ÁGUA, LUZ ETC. DE MODO A FAZER FRENTE À OFENSIVA DOS CONGLOMERADOS TRANSNACIONAIS, PARA QUE A DIGITALIZAÇÃO DEIXE DE SER SINÔNIMO DE DESNACIONALIZAÇÃO E OLIGOPOLIZAÇÃO, CONTRIBUINDO PARA DEMOCRATIZAR AS COMUNICAÇÕES E GARANTIR A SOBERANIA NACIONAL.

34- Garantia de orçamento público para criação de pólos culturais e telecentros para crianças como forma de inclusão digital.

35- Redução para 10% da veiculação da publicidade na grade da programação das emissoras, sendo o respeito a este limite considerado um critério para renovação das concessões.

36- Garantia de equidade de gênero nas instancias de decisão, dos processos de criação, desenvolvimento e implementação das políticas de tecnologias de informação e comunicação.

37 – Concessão de um canal aberto para as organizações da sociedade civil, movimentos populares e centrais sindicais, com o intuito de atender ao Art. 221 da Constituição Federal

38 - Garantia de direito de antena (nos canais privados) para veiculação de conteúdo produzido pelas organizações da sociedade civil, movimentos populares e centrais sindicais,

39 – Garantia de divulgação na mídia para a questão do biodiesel.

40- Que nos temas de cidadania – como programas voltados à inclusão de segmentos como terceira idade, crianças e adolescentes – não sejam gastos recursos para a veiculação de editais nas emissoras de televisão. Como forma de limitar os gastos com editais, que a informação seja veiculada no site das próprias emissoras, destinando a maior parte dos recursos para a produção de conteúdo.

41- Realizar seminário sobre “Comunicação e Imprensa Popular”.

Alterações doc pré-Conferência

Alteração do item 16

Em vez do reconhecimento, garantia do direito humano à comunicação, por meio de PEC.

Reformulação do item 17

Criação de um sistema nacional de comunicação por meio de lei, com operadores do estado, regulado pelo conselho nacional de comunicação que:

- articule uma arquitetura de participação, conferências periódicas, conselhos em todos os âmbitos, mecanismos de controle social, monitoramento e avaliação

Alteração item 18

CRIAÇÃO DE UM CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUTA PARA O CONJUNTO DA ÁREA DE COMUNICAÇÃO QUE ENGLOBE A DIVERSIDADE E PLURALIDADE, INCLUSIVE NAS QUESTÕES ÉTNICA, RACIAL, GÊNERO E OUTROS, SERVINDO DE PARÂMETRO PARA O JULGAMENTO, FISCALIZAÇÃO E ORIENTAÇÃO DA SOCIEDADE E DO PODER PÚBLICO.

QUE TAMBÉM SE ELABORE PARÂMETROS QUE DEFINAM ONDE A IMAGEM OU A MENSAGEM VEICULADA ESTIMULAM E REPRODUZEM PRECONCEITOS.

ITEM 22

ACRESCENTAR AO ITEM: ESTABELECE MEDIDAS DE FISCALIZAÇÃO DE CONTEÚDO, OUVIDORIA, OMBDSMAN, OBSERVATÓRIOS, FÓRUNS PERMANENTES DE COMUNICAÇÃO NO INTUITO DE GARANTIR A TRANSPARÊNCIA E A POSSIBILIDADE DOS CIDADÃOS E CIDADÃS EXPRESSAREM-SE QUANTO À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.

Fusão dos itens 23 e 24

EIXO 04 – Política de Comunicação e a Cidade de São Paulo

Provocadores: José Carlos Rocha (Fórum Democracia na Comunicação), João Brant (Intervozes) e Professor Ismar de Oliveira Soares (Núcleo de Comunicação e Educação- ECA- USP).

Reladoras: Mirta Maria Gonzaga Fernandes e Cinthya Andrade de Paiva Gonçalves.

1. Fortalecer a educomunicação como política pública das áreas da educação e da comunicação, além de retomar e ampliar no município de São Paulo as iniciativas da educomunicação, em especial, o Programa Educom.radio.
2. Criação de dispositivos legais à semelhança da Lei Educom do Município de São Paulo de dezembro de 2004, que garanta a formação para o reconhecimento e o exercício do direito à comunicação nos espaços formais, não formais e informais, bem como a infra-estrutura e os recursos indispensáveis para o cumprimento deste propósito.
3. Que o Poder Público Municipal torne efetivo o Conselho Gestor da Lei Educom, garantindo que as representações previstas sejam indicadas, e políticas de ação sejam elaboradas no cumprimento da Lei, que inclui a acessibilidade dos recursos e a formação de profissionais para o atendimento dos distintos públicos.
4. Constituir um Conselho Municipal de Comunicação de caráter deliberativo quanto às políticas públicas municipais de comunicação, com maioria de representantes da sociedade civil, para formulação, implementação, fiscalização e monitoramento das políticas municipais de comunicação. Sua criação deve se dar a partir de diálogo do poder público com a sociedade civil local, pactuando atribuições, composição e forma de escolha, que devem sempre garantir independência em relação ao governo municipal. Entre as possíveis atribuições desse conselho estão:
 - a. Monitorar e avaliar a execução das políticas locais de comunicação, zelando pela sua execução em âmbito municipal;
 - b. Gerenciar fundo para estímulo à comunicação comunitária;
 - c. Apontar diretrizes para aplicação de verba oficial de publicidade;
 - d. Definir uma política de acesso à publicidade e propaganda oficiais com igualdade de oportunidade para veículos de comunicação das bases sociais (rádios, jornais e revistas) segundo seus índices de custos, leitura e audiência.
 - e. Monitorar os meios de comunicação ligados ao governo municipal, garantindo que eles cumpram seus objetivos e não sejam apropriados por interesses particulares dos governantes;
 - f. Monitorar a ocupação local do espectro em rádio e televisão, incluindo as concessões locais, com a realização de debates e audiências públicas sobre o uso desse espaço público, encaminhando denúncias ou relatórios para os órgãos federais responsáveis;
 - g. Avaliar a pluralidade e diversidade da mídia local, buscando, no caso de concentração da mídia, incentivar, por meio dos fundos públicos, pequenos e médios veículos que tenham conteúdo predominantemente editorial (isto é, não publicitário), dos mais diversos segmentos e opiniões;

5. Criar um conselho, comissão ou centro de referência de comunicação para dar as orientações e capacitação para as comunidades que tem a comunicação democrática, livre e que fazem a inclusão racial e social que agem nos territórios, vistas pela sociedade como clandestinas e/ou piratas.
6. Criar o fundo municipal de comunicação para a execução das políticas públicas de comunicação com subsídios e doações de parceiros, empresas etc.
7. Garantir uma Política Pública Municipal de Comunicação que permita acesso gratuito a toda população por meio da rede mundial de computadores aos diversos conteúdos ali dispostos.
8. Promover a inclusão digital na cidade de São Paulo, para homens e mulheres em todas as etapas de suas vidas, por meio de lei para telecentros que devem ser geridos com a retomada dos Conselhos Gestores tripartites (usuários, poder público e funcionários), garantindo-se a sustentabilidade e permanência, independentemente das mudanças de gestão. Deve ser função dos telecentros possibilitar a apropriação crítica e autônoma das tecnologias por cidadãos e cidadãs.
9. Desenvolver Plano Diretor de Radiofusão Comunitária, nos termos do artigo 266 da Lei 13 885 de 25 de agosto de 2004 (Plano Diretor da Cidade de São Paulo), propondo que esta lei seja regulamentada.
10. Envidar esforços junto ao Ministério das Comunicações e à Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações – para a concessão de mais canais de Radcom para cidade de São Paulo;
11. Que seja dado tratamento isonômico às rádios comunitárias, educativas e comerciais, sem discriminação em função de suas respectivas natureza e finalidade.
12. Realizar a cada dois anos a Conferência Municipal de Comunicação, espaço deliberativo para aprovação de diretrizes para políticas de comunicação para o município e para a atuação do Conselho Municipal de Comunicação, garantindo-se por lei a existência de uma rubrica orçamentária para o financiamento das Conferências Municipais de Comunicação.
13. Garantir a todos os cidadãos e cidadãs o acesso à informação pública, como instrumento para facilitar o controle social das políticas de governo.
14. Garantir espaços permanentes de interlocução do poder público com o cidadão, como ouvidorias públicas;
15. Ampliar ao máximo os mecanismos de governo eletrônico, com a participação ativa do cidadão, para consultas, solicitações, dúvidas, diálogo sobre demandas e utilização de ferramentas de participação;
16. Criação de espaço para a divulgação de áudio visual municipal na TV Câmara em horários compatíveis, como forma de incentivar a produção cultural local.

17. Solicitar nos alvarás de funcionamento a liberação da música ao vivo ou mecânica, para garantir seguridade social dos artistas;
18. Emenda à lei da Cidade Limpa para possibilitar a divulgação dos espetáculos e apresentações culturais;
19. Abrir a TV Câmara para todos os cidadãos e cidadãs;
20. Implementar o artigo 17 da Lei Orgânica do Município de São Paulo para fazer funcionar a emissora de rádio e estação de TV;
21. Afirmar a comunicação e acesso às mídias, propagandas, imprensa, TVs, com concessões e outorgas para os quilombos urbanos e rurais.
22. Que os meios de comunicação divulguem a data 20 de novembro – dia da consciência negra em homenagem ao Zumbi dos Palmares;
23. Incorporar na comunicação as propostas previstas no Estatuto de igualdade racial para acompanhar o combate ao racismo, a discriminação, o preconceito, a homofobia e o machismo, corrupção, drogas, pedofílias, combate à intolerância religiosa.
24. Assegurar que a comunicação pública na cidade de São Paulo apresente pluralidade de versões e opiniões em matérias polêmicas com direito de resposta imediato e com garantia do contraditório e abertura de espaço às partes que se sentirem ofendidas.
25. Vedação da mentira sobre questões públicas e que os meios de comunicação sejam obrigados a desmentir, imediatamente, as informações falsas que tenham veiculado.

LEG.2 - DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS LEGISLATIVOS

RECIBO DE ENTREGA DE RESPOSTA DE OFÍCIO

AO(A) SR.(A). VEREADOR(A) JAMIL MURAD

SALA 0517

ENCAMINHAMOS A(S) RESPOSTA(S) AO OFÍCIO 003.485 / 2009 ENDEREÇADO A :

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

REFERENTE A(S) MATÉRIA(S) LEGISLATIVA(S) RELACIONADA(S) ABAIXO:

INC 02140 / 2009 PROTOCOLO P.M.S.P.

DOCUMENTO RECEBIDO C.M.S.P. 03941 / 2009 DATA DO RECEBIMENTO: 16/12/2009

NÚMERO DE ORIGEM: TID 5233989

RESPOSTA ENCAMINHA INFORMAÇÕES SOBRE A CONFERENCIA MUNICIPAL DE
COMUNICAÇÃO DA CIDADE DE SP.

ENTREGUE POR LEG. 2, RECEBIDO POR _____

REGISTRO N.º _____, EM ____/____/____