

## **PROGRAMA DE GOVERNO DA CANDIDATURA LULA 2006**

### **CADERNO SETORIAL: COMUNICAÇÃO E DEMOCRACIA**

#### **DIRETRIZES GERAIS**

A democratização dos meios de comunicação deve ser entendida, ao lado das reformas políticas e da promoção das justiças sociais e econômicas, como um ponto fundamental para o aprofundamento da democracia no Brasil. Ao mesmo tempo, a convergência tecnológica, a demanda por conteúdo e tecnologias decorrente da proliferação dos meios digitais e o crescente papel da comunicação no mercado mundial e brasileiro dão à economia do setor o potencial de induzir a redução de disparidades regionais e sociais.

O governo deve assumir o compromisso com um **plano vigoroso e específico de democratização da comunicação social no Brasil como uma de suas principais propostas para um segundo mandato** e de fortalecimento da democracia.

Dentro deste plano, é fundamental a garantia do acesso da população aos meios de comunicação, especialmente, através de redes públicas e comunitárias capazes de transmitir a diversidade e a pluralidade da cultura nacional. Ao mesmo tempo, o acesso às tecnologias digitais de comunicação deve ser encarado como estratégia para a garantia de direitos e construção da cidadania, ao invés de mero fator de formação de consumidores.

O segundo mandato de um governo Lula deve propiciar, também, o estímulo à descentralização geográfica e social da produção de conteúdo no Brasil, através de mecanismos de incentivo aos produtores independentes e comunitários para sua inserção nos sistemas nacionais de comunicação e como instrumento de transformação democrática do setor.

Dentro deste aspecto, além de mecanismos de fomento e incentivo, deve-se encarar a inclusão digital e os processos de apropriação de tecnologia como indutores do desenvolvimento local e da produção e difusão de conteúdos de maneira autônoma.

A implantação desta estratégia depende de duas vertentes básicas de ações do governo federal e da sociedade, como serão detalhadas no capítulo das propostas. São elas:

- 1) A modernização da legislação existente, com a construção de um novo modelo institucional, de caráter democratizante e voltado ao processo de convergência tecnológica;
- 2) A democratização dos três sistemas de comunicação previstos na Constituição por meio de medidas que fortaleçam a radiodifusão pública e comunitária, a inclusão digital, os sistemas estatais, as produções regional e independente e a competição no setor.

## Um setor estratégico

Uma das marcas do século XXI é a crescente importância do conhecimento, da comunicação e da cultura na consolidação de nações e desenvolvimento da democracia. No entanto, estas novas exigências para inserção soberana no cenário mundial contrastam ainda com grandes desafios no plano nacional na área das comunicações. Os únicos meios que podem ser identificados com patamar próximo da universalização são a TV e o rádio abertos, com presença respectiva em 91% e 88% dos lares brasileiros. A telefonia fixa e celular encontram dificuldades para chegar a toda a população, atingindo 66% das residências. Se tomado o complexo educacional, o índice de aparelhos em estabelecimentos de ensino cai para 50%. No plano da informática, 16,6% das residências possuem computadores, sendo 12% conectadas à Internet. Cerca de 20% das escolas públicas possuem computadores de uso didático, mas somente 10% estão conectadas à rede mundial de computadores.

Se esses números nacionais forem analisados regional e socialmente, vão se mostrar mais dramáticos. À exceção da televisão e do rádio, em todos os demais indicadores é grande a desigualdade regional e social.

O país tem 43,5 milhões de domicílios com rádio e somente 3,7 milhões de assinantes de televisão paga. Em 1997, o número de telefones por cada 100 habitantes era de 11,7%; em 2004, passou para 29%. Apesar de a telefonia chegar a praticamente todos os 5.484 municípios do território nacional, nos 5.000 municípios mais pobres a teledensidade é a mesma de antes da privatização: 11% - 7,5 milhões de linhas. Nos 484 municípios restantes, a teledensidade é de 40,6% - 43,9 milhões de linhas. Estes municípios detêm 61% da população e representam 80% do consumo nacional, concentrando 85% das linhas. Se considerarmos que muitos domicílios têm mais de uma linha e que boa parte das linhas está no mercado corporativo, a média de 29 telefones em cada 100 habitantes é bem menor na realidade. Com relação à telefonia móvel, 2.962 municípios não dispõem de telefonia móvel. Já 1.054 municípios têm apenas uma operadora e não existem metas de universalização estabelecidas na lei. As operadoras de telefonia móvel concentraram as suas atividades nos mercados mais atrativos, ou seja, cidades com maior índice populacional. Embora o Brasil tivesse mais de 5 milhões de *hosts* da Internet, ocupando a 9ª posição no mundo, em 2005 somente 11 milhões de usuários ativos acessavam a rede mundial.

Em apenas 40 municípios brasileiros, por exemplo, existem mais de 50 telefones em cada grupo de 100 habitantes (indicativo seguro de que todas as casas estão conectadas à rede telefônica). Em mais de 1.280 municípios brasileiros, a taxa de penetração da telefonia está abaixo de 15%. Nas escolas, em todo o Norte, Nordeste, Bahia e boa parte de Minas Gerais, menos de 20% delas possuem computadores de uso didático, contrastando com outras regiões, onde podem ser encontrados percentuais muito mais altos. Evidentemente, se forem examinados números urbanos, indicadores similares poderão aparecer: é possível afirmar que, nas nossas grandes regiões metropolitanas, os bairros de renda mais elevada estão muito melhor servidos de redes e serviços de comunicações do que as favelas e bairros periféricos.

No setor de audiovisual, em 2003, foram movimentados cerca de US\$ 3,8 bilhões no Brasil, entre publicidade, assinaturas, ingressos e vendas de DVDs e vídeos. 103 milhões de ingressos foram vendidos nas 1.817 salas de exibição, com faturamento de US\$ 225 milhões. O país é o 52º mercado do mundo em número de salas, mas o 12º em número de ingressos. Entre 2003 e 2004, 133 novas salas foram inauguradas e, em 2004, 51 filmes nacionais foram lançados, embora só as 4 distribuidoras estrangeiras detenham 89% do mercado – mais de 80% de títulos estrangeiros (predominantemente EUA). Embora os EUA tenham 8.132 habitantes por sala de cinema e a Argentina 33.399, o Brasil tem 97.028. Enfim, o país tem poucas salas que são freqüentadas por uma parcela muito pequena da população. Assim, a TV aberta, que é o centro da economia do audiovisual, com 42 milhões de domicílios com aparelhos de televisão, representando 59% do mercado e um faturamento de US\$ 2,26 bilhões (2003), constitui-se na grande oportunidade de lazer e entretenimento para a população brasileira.

Enfim, grandes parcelas da população brasileira estão excluídas desses avanços tecnológicos. O que corresponde a uma enorme dívida informativo-cultural com a maioria da nossa população. Por isso, configura-se uma ocasião ímpar para que se caminhe no sentido de consolidar o importante direito à comunicação e, portanto, o acesso às tecnologias digitais àqueles grupos que, historicamente, não têm sua voz nelas representada.

## **O GOVERNO LULA 2003-2006**

O balanço da atuação do governo Lula, no terreno da comunicação e da democracia, pode começar exatamente por este tema: nosso governo representou um avanço significativo para a inclusão digital no país, a partir de uma mudança substancial nas diretrizes de promoção de acesso cotidiano da população às redes, equipamentos e ao domínio das habilidades relacionadas às tecnologias de informação e comunicação.

Essa nova abordagem, baseada nas experiências acumuladas em gestões estaduais, municipais e de iniciativas não-governamentais, passou a estimular uma política pública de inclusão digital ao invés de delegar esta tarefa ao mercado, e encarou o acesso às tecnologias como estratégia fundamental para a garantia de direitos e construção da cidadania, e não como mero fator de formação de consumidores.

A mudança permitiu um aumento sem precedentes não somente no acesso a computadores em casa, pelo programa Computador para Todos, mas, sobretudo, a partir de espaços coletivos de inclusão digital por todo o território nacional, em escolas, bibliotecas e telecentros, pelos programas Casa Brasil, Gesac, Pontos de Cultura, ProInfo, entre muitos outros.

O aumento quantitativo foi acompanhado de processos de apropriação social da tecnologia para o desenvolvimento local e para a produção e difusão de conteúdos de maneira autônoma. Iniciou-se também a construção de indicadores nacionais para o acompanhamento de iniciativas das três esferas de governo, setor privado e sociedade civil

organizada, por meio do Observatório Nacional de Inclusão Digital, no sentido de ampliar o controle social e a transparência.

O governo Lula obteve avanços significativos também no campo da radiodifusão estatal.

A Radiobrás gradativamente se afastou de seu histórico de comunicação institucional e buscou adotar em seus veículos uma política editorial mais independente e voltada para o direito do cidadão à informação. A empresa reativou seu parque de veículos. Instituiu projetos-piloto de comunicação, como o que está retomando rádios na mesoregião do Alto Solimões com gestão participativa. E criou, em parceria com outros poderes, a TV Brasil. Esta nova emissora transmite programação para quase toda a América Latina e vem se constituindo numa inédita iniciativa de comunicação estatal na qual os poderes atuam de forma conjunta na produção de conteúdo.

A gestão da Radiobrás durante o governo Lula tomou como princípio a comunicação e o jornalismo de caráter público. No segundo mandato, cabe concluir a transição para o novo modelo, criando no nível nacional os mecanismos de participação pública na linha editorial e na gestão da empresa, acompanhados das mudanças institucionais necessárias para tanto.

Outro desafio para o segundo mandato será o de criar – a partir das empresas de comunicação do governo federal, controladas pela Radiobrás e pela Acerp (TVE/RJ) - uma rede de alcance nacional, veiculando nas emissoras educativas de todo o Brasil.

A criação de Retransmissoras Institucionais (emissoras com conteúdo estatal dos três entes da Federação) será importante para veicular a produção do setor estatal e público.

Outra área onde o governo Lula atuou foi o da radiodifusão comunitária. Criaram-se comitês e grupos de trabalho para estudo e proposição acerca dos problemas encontrados pelas rádios comunitárias no seu processo de legalização junto à União. Relatório elaborado por um Grupo de Trabalho Interministerial será importante instrumento de análise e proposição de medidas.

Dando continuidade ao diálogo mantido com as entidades representativas do Movimento de Radiodifusão Comunitária, o governo proporá mudanças legislativas no tocante às emissoras comunitárias e concluirá a organização do setor de concessão de outorga para Radiodifusão Comunitária, com intuito de agilizar os processos no Ministério das Comunicações.

Por fim, é fundamental destacar tema que emergiu como a principal pauta da área no último ano: a digitalização da radiodifusão brasileira. Em 2003, o governo publicou o Decreto No 4901, no qual criava o Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD-T) e estabelecia, como objetivos deste, a democratização da informação, a promoção da diversidade cultural, a criação de uma rede de educação à distância e o desenvolvimento da indústria e tecnologia nacionais, entre outros. Nos últimos meses, a implantação deste novo meio teve seu encaminhamento acelerado com a publicação do Decreto 5.820/2006.

Neste processo, o governo buscou garantir a atração de investimentos estrangeiros em semicondutores, componentes essenciais no importante mercado da microeletrônica, e a incorporação de tecnologias nacionais na decisão de adotar o padrão tecnológico japonês ISDB.

Para o segundo mandato, está colocado o desafio de desenvolver ações relativas a este processo, no eixo da promoção do conteúdo audiovisual plural e diverso de origem nacional, bem como a ampliação das fontes de informação, cultura e programação educativa e de entretenimento.

A gestão do presidente Lula trabalhou para superar obstáculos históricos na área das telecomunicações e da comunicação social.

Destaca-se, em especial, a regulação do setor, que tradicionalmente serviu como instrumento para a promoção do setor comercial em detrimento do interesse público no campo das comunicações, sobretudo na radiodifusão (rádio e TV). A regulação do setor é fundamental para a democratização da comunicação social, bem como para que a comunicação seja estratégica e obrigação estatutária de um Estado moderno.

Durante o governo Lula, interrompeu-se o processo de centralização das iniciativas formuladoras e executoras de parte importante das políticas de comunicação que estavam, desde a criação da Lei Geral de Telecomunicações (Lei n. 9.472/97) no âmbito da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), ação necessária uma vez que o órgão não goza destas duas dimensões como suas principais atribuições dentro da estrutura do Estado.

O governo Lula trabalhou pela prevalência do princípio do interesse público sobre o histórico de promoção do setor privado, o que exige a reorganização dos serviços de comunicação à luz da convergência tecnológica a partir de contratos de concessão transparentes e voltados ao cumprimento dos objetivos instituídos na Constituição Brasileira.

Este é o sentido, por exemplo, da proposta de criação da Agência Nacional do Audiovisual (Ancinav). Ademais, o governo federal promoveu importante ampliação de recursos para o setor audiovisual (seja pelo aumento do orçamento para a área, seja pelo aperfeiçoamento de legislação). Não só foram destinados mais recursos como sua aplicação foi sensivelmente democratizada e descentralizada.

## **ACÇÕES PROPOSTAS**

### **Vertente 1 - NOVO MODELO INSTITUCIONAL**

Os últimos anos marcam, no Brasil e no mundo, um momento de transição nas comunicações. A existência de uma configuração integrada das plataformas tecnológicas digitais, também conhecida como convergência tecnológica, cria, dentre outras, a necessidade de novos regimentos que possam lidar com questões como o monopólio versus diversidade na oferta de informações; o compartilhamento do uso do espectro

radioelétrico; as novas ofertas de serviços como a televisão e o rádio digitais; a comunicação por satélites; as tecnologias de voz sob IP (VoIP); e as comunicações WI-FI e WI-MAX.

Por outro lado, a privatização das telecomunicações, notadamente no setor de telefonia, e a avassaladora concentração da propriedade que ocorre em nível mundial – inclusive com o controle, por empresas oligopolistas, de meios eletrônicos e impressos – são os componentes mais visíveis dessa transição. Ademais, configura-se uma ocasião ímpar para que se avance no sentido da consolidação do direito à comunicação e, portanto, no acesso à mídia daqueles grupos que historicamente não têm sua voz nela representada.

Esse quadro, amplamente diagnosticado, impõe a necessidade de que um segundo governo Lula tenha como marco a construção de um modelo institucional que de fato possibilite a democratização dos meios eletrônicos de comunicação social, uma vez que, ao contrário dos meios impressos, são estes os de maior impacto social e também os que dependem de regulamentação estatal.

Por Comunicação Social Eletrônica deve-se entender o segmento das comunicações que compreende primordialmente a radiodifusão aberta (rádio e televisão de recepção gratuita), a televisão por assinatura e as demais mídias eletrônicas resultantes das novas tecnologias digitais da informação e comunicação. Sua legislação deve estar apoiada no Capítulo da Comunicação Social da Constituição Federal e sua construção deve ser feita mediante uma ampla discussão com a sociedade para que se formule, no âmbito do Executivo e Legislativo, um avançado marco regulatório.

É fundamental que esse novo regramento normativo-institucional defina papéis, estabelecendo marcos regulatórios onde não existam, e atualize e consolide a legislação esparsa, fragmentada e dispersa das comunicações no Brasil, com vistas a uma futura unificação regulatória entre os setores de comunicação social eletrônica e de telecomunicações.

Com base no compromisso do governo Lula com a sociedade brasileira – o de assegurar a democratização das comunicações –, o novo modelo setorial deverá corrigir as atuais distorções existentes na organização e no funcionamento destes serviços e orientar as profundas transformações que estão sendo introduzidas pela tecnologia digital. A construção de tal modelo demanda, entre outras iniciativas:

## **1.1. CONSTRUÇÃO DEMOCRÁTICA DE UMA LEI GERAL DE COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA**

- Regulamentação dos pontos necessários para o estabelecimento de um adequado equilíbrio e proporção entre os sistemas Privado, Público e Estatal de radiodifusão, previstos na Constituição; isso inclui:
  - Criação de mecanismos legais que efetivamente coíbam a concentração de propriedade e de produção de conteúdos e o desequilíbrio concorrencial garantindo, por outro lado, a competitividade, a pluralidade, a diversidade e a concorrência por qualidade dos serviços;
  - Correção das brechas legais que facilitam a formação de oligopólios na radiodifusão e isentam, na prática, as empresas concessionárias de contrapartidas como as previstas na Constituição;
  - Regulamentação da figura das rádios e TVs públicas, com a devida participação popular, para que se possibilite a formação de uma rede nacional com caráter democrático e inclusivo;
  - Criação da figura das rádios e TVs institucionais, conforme o projeto das RTVIs, que possibilitariam a municipalização da produção;
- Regulamentação do artigo 221 da Constituição, que estabelece os princípios para a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão, entre eles o estímulo à produção independente e regional;
- Consolidação da regulamentação das diversas modalidades de televisão por assinatura e dos demais serviços eletrônicos de informação que foram criados por decretos e portarias;
- Estabelecimento das condições legais para que a transição dos serviços analógicos para os digitais se dê orientada pelo critério de afirmação da democracia e da cidadania, da busca do desenvolvimento do mercado nacional, da promoção da inclusão social; e de uma inserção não subordinada nos sistemas e nos mercados internacionais de Comunicação Social gerados pela tecnologia digital.
- Consolidação do modelo de radiodifusão comunitária, assegurando sua expansão e aperfeiçoando suas condições de outorga e funcionamento. Tal ação requer as alterações legais necessárias para:
  - Aprimorar o processo de autorização para o serviço;
  - Criar mecanismos de auto-sustentação para o serviço;
  - Reconhecer como rádios comunitárias somente as emissoras que exercem um papel social e de democratização de acesso à comunicação em suas comunidades;
  - Permitir a formação de redes;
  - Regular a execução do serviço de radiodifusão comunitária de sons e imagens;
  - Permitir que a potência dos transmissores seja proporcional à necessidade da comunidade abrangida, conforme fiscalização;
  - Ampliar o número de canais para o serviço.

## **1.2 – PARTICIPAÇÃO POPULAR**

- Realização de conferências municipais, estaduais e nacional de Comunicação Social com vistas a criação de uma política nacional para a área;
- Criação de mecanismos e espaços institucionais (como conselhos) para a participação popular na elaboração, acompanhamento e fiscalização de políticas públicas.

## **1.3 ATUALIZAÇÃO DA REGULAMENTAÇÃO DO SERVIÇO POSTAL**

- Formulação e construção de um marco legal democrático que preserve a presença do Estado no serviço postal, regule este mercado de caráter estratégico e torne a ECT mais forte e competitiva;
- Retirada do Congresso Nacional do Projeto de Lei n. 1.491, de 1999, que trata da organização do serviço de correios no Brasil, e envio de novo projeto construído com a participação popular.

### **Vertente 2**

## **DEMOCRATIZAÇÃO DOS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO**

Embora muitas das iniciativas necessárias para a democratização dos três sistemas de comunicação social previstos na Constituição Brasileira – o público, o privado e o estatal – dependam da construção de um novo marco regulatório, é possível e necessário torná-los mais democráticos a partir de ações de governo a serem tomadas antes ou no decorrer das mudanças na legislação.

Um sistema democrático de comunicação deve ser entendido como o mecanismo pelo qual a população brasileira – independentemente de seu extrato social ou de sua distribuição geográfica – encontra o espaço necessário para o exercício do direito fundamental à comunicação. Mais do que possibilitar que continuem como expectadores passivos do processo de comunicação, este sistema dá à sociedade a possibilidade de difundir sua produção audiovisual, sonora, impressa e digital de acordo com sua necessidade e seus interesses.

Além de integrar as diversas iniciativas de radiodifusão pública, comunitária e sem fins lucrativos existentes no Brasil – e dar a elas um caráter democratizante com a garantia da participação da sociedade em sua gestão e programação – o governo federal deve direcionar sua política no sentido de tornar realidade o princípio constitucional de equilíbrio entre os sistemas público, estatal e privado.

Neste último caso, são muito importantes as ações direcionadas para a regionalização da programação, a produção independente e a manutenção da pluralidade e da competição no mercado de radiodifusão aberta e de TV por assinatura.

A comunicação comunitária também deve ser estimulada e encarada como um sistema estratégico para a democratização das relações sociais no Brasil, assim como as iniciativas voltadas para a inclusão digital, com especial atenção para telecentros comunitários.

Para tanto, o governo deve tomar as seguintes iniciativas:

## **2.1 – COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA**

- Realizar a I Conferência Nacional da Radiodifusão Comunitária;
- Implementar mecanismos de divulgação da importância do serviço;
- Articular os programas e mecanismos governamentais já existentes – como os Pontos de Cultura e Telecentros – às emissoras comunitárias. Formar parcerias entre entidades comunitárias e as redes públicas de radiodifusão;
- Capacitar multiplicadores e radiodifusores;
- Ampliar o debate da digitalização do Rádio garantindo mecanismos de participação e utilização do sistema pelos radiodifusores comunitários, criando o Sistema Brasileiro de Radio Digital – SBRD;
- Fortalecer mecanismos de transparência na fiscalização pela Anatel, priorizando ações educativas e mapeando a radiodifusão sonora no Brasil;
- Estimular a formação de redes nacionais a partir das emissoras comunitárias (conforme item 1.1).

## **2.2 – COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

- Articular junto aos entes da federação um pacto pela comunicação pública que fortaleça uma rede nacional formada pelas emissoras educativas ligadas aos governos dos Estados e emissoras públicas nacionais de modo a garantir uma abertura destas TVs e Rádios à participação da sociedade organizada;
- Estimular a veiculação, nas redes públicas de radiodifusão, dos conteúdos produzidos pelas entidades comunitárias de rádio e por iniciativas como os Pontos de Cultura e telecentros comunitários, assim como de outras formas de produção independente e regionalizada produzida no país;
- Mapear o espectro radiolétrico e ampliar, quando possível, a potência e a canalização para retransmissoras das emissoras públicas com vistas a aumentar sua penetração no interior do país.

## **2.3 – COMUNICAÇÃO ESTATAL**

- Apoio, por meio de concessões públicas de radiodifusão, aos sistemas estatais de radiodifusão dos três poderes da República, assim como das esferas estaduais e municipais, cumprindo o princípio constitucional de complementaridade entre os sistemas;
- Manutenção e fortalecimento do canal de notícias do governo federal produzido pela Radiobrás, o NBR;
- Fortalecimento e criação de novas iniciativas de parcerias estatais como a TV Brasil.

## **2.4 – COMUNICAÇÃO PRIVADA**

- Recadastramento de todas as concessões para cancelar as concedidas a entidades que não estejam em conformidade com a lei e para se desenhar um mapa da concentração do setor.

## **2.5 – POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DO SETOR**

A indústria de bens simbólicos deve ser erigida como frente prioritária da economia brasileira e ter tratamento de caráter interministerial, a exemplo das discussões sobre a implantação da TV Digital no Brasil. Dentro deste quadro, os bancos oficiais e as agências de fomento orientarão suas políticas para a expansão, a regionalização e a democratização da comunicação no Brasil.

As iniciativas aqui propostas podem ser aplicadas para os meios privados, públicos e estatais, sempre tomando como diretriz norteadora que o surgimento do maior número possível de produtores deve atender à democratização do acesso da sociedade aos meios de comunicação.

Dentre as ações, o governo federal promoverá:

- Estimulo à constituição de pólos regionais integrados por centros de produção, com estúdios, equipamentos e técnicos, públicos ou privados, destinados à realização, em larga escala, de produções de cinema, televisão e vídeo. Esta será a base material para a regionalização da produção e o incremento da produção independente brasileira e sua veiculação através das redes regionais e nacionais de televisão aberta e de TV por assinatura, inclusive visando o mercado internacional. Os estímulos econômicos e legais apoiarão tanto as iniciativas de caráter comercial como as desenvolvidas no exercício do direito à comunicação nos veículos privados ou nas emissoras e canais comunitários;
- Organização e dinamização da distribuição da produção audiovisual regional e independente brasileira, e valorização desta para a disputa do mercado internacional de produtos audiovisuais;
- A Política de Comunicação Social do governo Lula conterà definições de política industrial, de importações, de desenvolvimento de tecnologia nacional e de formação de recursos humanos, adequadas para o desenvolvimento deste segmento e, também, incluirá planos, programas e ações para alcançar os seguintes objetivos:
  - Massificação da TV por assinatura, englobando as suas diversas modalidades de serviço, visando a máxima disseminação de alternativas de conteúdo para o público, bem como de acesso a serviços de banda larga;
  - Valorização da mídia impressa por meio de um Programa de incentivos legais e econômicos para o desenvolvimento de jornais e revistas

independentes, visando o barateamento dos custos de produção e distribuição, que permitiria diminuição do preço de venda, para aumentar o número de leitores no país;

- Estímulo à produção e ao uso das mídias nas escolas públicas e espaços de educação não-formal como estratégias de fomento ao debate, à compreensão e apropriação crítica das linguagens midiáticas, à formação de público e à diversificação de vozes, produções e canais de difusão;
- Mobilização das entidades de ensino superior e de seus cursos de graduação e pós-graduação, assim como das entidades representativas da área acadêmica e centros e instituições de pesquisa públicos ou privados, para incrementar a produção científica e técnica sobre Comunicação Social destinada a apoiar a expansão do mercado e a ampliação do acesso da população a sistemas e serviços; e para promover a investigação dos efeitos culturais, políticos e econômicos da mídia.

## **DIRETRIZES E PROPOSTAS PARA INCLUSÃO DIGITAL**

Para o governo Lula, a inclusão digital é uma estratégia de desenvolvimento e aprofundamento da democracia. Por isso, a promoção da inclusão digital compreende não só os esforços para ampliar a infra-estrutura de conectividade e a oferta de equipamentos, ainda inacessíveis à maioria da população, e sua manutenção. Ela inclui, sobretudo, incorporar o uso das tecnologias no cotidiano, desenvolvendo habilidades, conteúdos, interação social em rede e garantia de direitos para a população de baixa renda. Neste sentido, no segundo mandato, as iniciativas de inclusão digital serão cada vez mais integradas às políticas sociais, como o Fome Zero. Também se faz necessária uma coordenação mais ampla das ações para garantir maior impacto, e a pactuação de uma “agenda digital” para a próxima década.

### **DIRETRIZ 1 - CONSOLIDAR UMA POLÍTICA PÚBLICA DE INCLUSÃO DIGITAL**

Conectividade, acesso coletivo, informatização das escolas, barateamento dos computadores, capacitação, custeio e acompanhamento são os eixos centrais das iniciativas governamentais, que deverão ser mantidos e ampliados no próximo governo. É necessária uma coordenação efetiva da implementação dos programas de inclusão digital que atuem nestes principais eixos, evitando a duplicação de esforços e a redundância das iniciativas, melhorando a qualidade do gasto público.

### **PROPOSTAS:**

- Pactuação de uma “agenda digital” para a próxima década, com a participação de governo, sociedade civil e iniciativa privada;

- Institucionalização e ampliação dos programas de inclusão digital do governo federal que promovem acesso coletivo, como ProInfo, Casa Brasil, Pontos de Cultura, e Telecentros Comunitários;
- Centralização da coordenação e execução da inclusão digital no governo federal;
- Instituição de um Conselho Nacional de Inclusão Digital para pactuar a participação do governo, da sociedade civil e da iniciativa privada;
- Implementação de um plano nacional de conectividade em banda larga, incluindo pequenos municípios, áreas de baixo IDH, rurais e remotas, interligando os prédios públicos, tais como, telecentros, escolas, postos de saúde e delegacias;
- Ampliação do aproveitamento de espaços governamentais de atendimento ao público para a inclusão digital;
- Viabilização da utilização imediata de recursos do FUST e reformulação da legislação para permitir seu uso como instrumento efetivo da inclusão digital;
- Implantação de mecanismos de acompanhamento, avaliação e fiscalização permanentes, como o Observatório Nacional de Inclusão Digital;
- Estímulo à redução do preço de bens de informática, fomentando a inovação tecnológica e as modalidades de financiamento.

## **DIRETRIZ 2 - FORTALECER A INCLUSÃO DIGITAL PARA O APROFUNDAMENTO DA DEMOCRACIA**

O acesso à informação e à comunicação são direitos essenciais de cidadania. Para o aprofundamento da democracia, as tecnologias não devem ser encaradas como ferramentas de consumo de informações geradas por um número restrito de produtores e emissores. A política pública de inclusão digital deve intensificar ações que compreendam as tecnologias como instrumentos, meios e linguagens para a promoção do desenvolvimento em suas várias dimensões, o que envolve a produção de conteúdos por parte das várias identidades culturais e realidades regionais que compõem o Brasil, e a multiplicação dos canais de difusão e de acesso a estas produções.

## **PROPOSTAS**

- Capacitação contínua da população nas habilidades de uso das tecnologias para promoção do desenvolvimento local em suas diversas dimensões: econômica, social, cultural, política e tecnológica;
- Promoção da gestão compartilhada dos espaços coletivos de acesso pela comunidade local;
- Formação e manutenção dos agentes de inclusão digital para a capacitação da população;
- Promoção da diversidade cultural a partir da produção de conteúdos locais e valorização das identidades culturais;

- Estímulo à produção local e colaborativa de conteúdos e à sua circulação em rede;
- Opção pelo software livre como estratégia de autonomia e desenvolvimento tecnológico;
- Estímulo ao condicionamento de computadores usados para aproveitamento na inclusão digital, e posterior reciclagem e correto descarte ambiental dos resíduos tecnológicos;
- Articulação das ações de inclusão digital às iniciativas de economia solidária e geração de renda;
- Adequar os ambientes de inclusão digital ao Decreto Lei no. 5296/04 de acessibilidade, que garante às pessoas com deficiência o acesso aos bens e serviços públicos.

Grupo responsável:

Jonas Valente  
Israel Bayma  
Carlos Alberto Castro  
Edgard Piccino  
Gabriel Aquino  
Maria Cristina Mori

Contribuições:

Venício Lima  
Bernardo Kucinski  
Marcos Dantas