

EDITORIAL

Com o lançamento deste "Boletim da ABEPEC", está dado mais um passo para a consolidação de uma entidade pujante e ativa, como todos desejamos. Durante a fase de organização do VI Congresso, e um pouco depois, a divulgação dos assuntos da ABEPEC era feita através de dois veículos: o boletim GERAES (produzido pelo Departamento de Comunicação Social da UFMG) e o boletim do VI Congresso, que depois de 5 números desapareceu, juntamente com o motivo de sua existência.

Examinando a questão, a diretoria da ABEPEC resolveu criar um novo boletim. Assim, GERAES se ocupará mais dos assuntos relativos à Comunicação em si, enquanto que o Boletim da ABEPEC transmitirá as notícias institucionais da entidade.

Enquanto o projeto de criação de uma revista está sendo discutido (ver matéria neste boletim), a diretoria resolveu relançar os "Cadernos de Comunicação", contendo o material apresentado no VI Congresso. O primeiro número está pronto, aguardando a solução de questões financeiras para sua impressão. Dessa maneira pretende-se contar, no ano que vem, com pelo menos três veículos regulares de informação sobre a Comunicação. Para tanto é imprescindível que todos os associados enviem comunicações de eventos, ensaios, monografias, resenhas de livros etc.

Outra medida fundamental para a reafirmação da entidade é a criação de seções regionais (ver o novo estatuto da ABEPEC, neste número). Sem elas a diretoria terá dificuldades em saber o que está ocorrendo no País; até mesmo a atualização de endereços traz problemas. A seção regional permite a realização de eventos locais, reunindo escolas que normalmente não se comunicam; facilita o intercâmbio de experiências locais, regionais ou nacionais; gera recursos para a organização de seminários, pagamento de conferencistas etc. Enfim, a ABEPEC será forte na medida em que existam e sejam fortes suas seções regionais.

O Rio de Janeiro está criando a sua (ver matéria nesta edição). Que sirva como exemplo para todo o País.

Passada a agitação eleitoral, mãos à obra para que a ABEPEC seja a expressão de um conjunto de pessoas e entidades com objetivos comuns, com uma atuação dinâmica em nível local e regional e uma eficiente interligação em nível nacional.

Última Hora: a impressão deste boletim, assim como a de GERAES n.ºs 36 e 37, (novembro e dezembro), foi prejudicada pela greve das universidades autárquicas federais. Os números de GERAES ficarão prontos em janeiro.

PROGRAMA DE TRABALHO ILET-ABEPEC

O Instituto Latinoamericano de Estudos Transnacionais-ILET-Apartado 85-025; México-D.F., propõe à ABEPEC um amplo programa de entrosamento e cooperação, através de seu Diretor Fernando Reyes Matta. O ILET iniciou um programa de regionalização de suas atividades na América Latina, prevendo a criação em Santiago do Chile de um Centro de Estudos de Comunicação e Desenvolvimento, com ramificações em Buenos Aires e Cidade do México. Esta iniciativa, e outras que se seguirão, visam estimular projetos de pesquisa e de ação em forma regional, em todo o espaço latino-americano.

O ILET propõe à ABEPEC:

- 1-Participação de pesquisadores da ABEPEC nos projetos de pesquisa em andamento no ILET;
- 2-Realização conjunta de certas promoções como seminários e ateliers de trabalho. Neste contexto, Reyes Matta propõe desde já, a elaboração de uma proposta curricular e de um texto sobre Comunicação Internacional, tema que tem sido descuidado em toda a América Latina;
- 3-Organização de um plano de publicações em espanhol e português sobre Comunicação e Desenvolvimento, vinculado ao projeto iniciado no Chile.

Reyes Matta acredita que o ano de 83 proclamado pelas Nações Unidas como o "ANO INTERNACIONAL DA COMUNICAÇÃO", en- searia um conjunto de possibilidades para o lançamento comum do programa ILET-ABEPEC. Segundo ele o debate do ANO INTERNACIONAL DA COMUNICAÇÃO amea-

ça ser "dominado pelo enfoque das grandes companhias transnacionais da eletrônica". Para evitar este risco, Reyes Matta convida a ABEPEC a elaborar com o ILET uma série de artigos curtos para ampla divulgação na América Latina, nos quais se ressaltem os aspectos social, cultural e político da informação contemporânea. A Diretoria da ABEPEC prossegue nos entendimentos com o ILET, e convida os membros da Associação que desejem integrar-se ao futuro projeto a manifestarem o seu interesse, e a formularem sugestões concretas.

COMISSÕES DE ESTUDO

Já estão instaladas as Comissões de Estudo, tratando dos tópicos mais importantes do ensino e pesquisa da Comunicação. As pessoas interessadas em cada um dos assuntos devem dirigir-se diretamente aos responsáveis, para troca de materiais e de informações. A curto prazo, o objetivo maior do trabalho das Comissões é a preparação do temário e dos debates do Congresso da ABEPEC - julho de 1983 - quando cada uma das Comissões vai analisar o seu tema, em busca de uma síntese que possa orientar o trabalho da ABEPEC. Só como lembrete, até o momento já estão constituídas as seguintes comissões: Poder x Comunicação
Comunicação Internacional
Comunicação Rural
Mulher x Comunicação
Televisão
Comunicação x Educação
Comunicação x Movimentos Populares
A relação dos respectivos responsáveis consta do Boletim nº 5, do VI Congresso.

I FESTIVAL LATINO-AMERICANO DE TELEDUCAÇÃO UNIVERSITÁRIA

Realizou-se em Lima, de 4 a 9 de outubro, o I Festival Latino-americano de Teleducção Universitária, promovido pela Universidade de Lima, Centro de Teleducção da Universidade Católica, Fundação Konrad Adenauer e a ALATU-As-sociação Latino-americana de Teleducção Universitária.

O Festival reuniu 20 produções, representando 12 países da América Latina. Saiu vencedor o Uruguai, através do Instituto de Filosofia Ciências e Letras, que apresentou uma adaptação do conto "El Hijo", do autor uruguaio Horacio Quiroga, tendo como produtor executivo Gustavo Adolfo Ruegger, professor de Televisão no curso de Ciência da Comunicação. A produção contou com a colaboração efetiva dos alunos de Televisão do 3º ano, utilizando equipamentos emprestados por uma emissora comercial de TV.

O Festival agora realizado constitui longa aspiração da comunidade que se dedica à Teleducção Universitária, tendo sua idéia sido sugerida pela primeira vez em 1974. Tem como principal objetivo integrar e intercambiar as experiências dos cursos de Comunicação Social da América Latina, sem excluir outras instituições que também se dedicam a atividades envolvendo os meios de Comunicação para finalidades educativas. A primeira experiência foi com a "Série Contos", na qual cada instituição deveria promover a adaptação para TV de um conto de autor representativo de literatura de seu país, com uma duração fixa de 25 minutos, com uma inserção publicitária.

Os programas foram produzidos com equipamento videocassete de 3/4 polegada e cada participante permutou sua produção com os demais, retornando assim com toda a série para o seu país, podendo comercializá-la ou utilizá-la nos canais educativos.

Para este primeiro Festival o Brasil não inscreveu nenhuma produção de escola de Comunicação, em função sobretudo da pouca divulgação do evento, sendo representado pelo núcleo de Tecnologia Educacional da Fundação Universidade Estadual de Londrina, que participou com a adaptação do conto "Dois Dedos", de Graciliano Ramos (1945). Também inscrita, a Fundação Educacional Padre Landell de Moura, não conseguiu concluir a tempo a sua produção.

Para o II Festival, que se realizará em 83, ainda com a "Série Contos", será de todo desejável uma participação maior do Brasil e sobretudo das escolas de Comunicação. Maiores informações serão distribuídas logo que a Fundação Konrad Adenauer enviar à ABEPEC o material solicitado. O júri do I Festival, foi integrado pelo Presidente da ABEPEC, José A.C. d'Arrochela e representantes do Peru, Chile e México.

PARTICIPE DOS GRUPOS DE TRABALHO DA ABEPEC

urante os encontros de Barcelona e Paris, foi firmado um convênio de colaboração assinado pelas seguintes entidades: Associação Latino-americana de Pesquisadores da Comunicação-ALAI, Federação Latino-americana de Associações de Faculdades de Ciências da Comunicação Social-PELAFACS, Instituto Latino-americano de Estudos Transnacionais-ILET, Instituto de Cooperação Ibero-americana e Faculdade de Ciências da Informação da Universidade Autônoma de Barcelona.

Esse convênio pretende cobrir as seguintes áreas:

1) Docente: realização coordenada de estudos de pós-graduação, programas conjuntos de formação e especialização de professores e estudo da possibilidade de intercâmbio de professores e graduados;

2) Pesquisa: definição coordenada de linhas de pesquisa, trabalhos conjuntos e reuniões periódicas para intercâmbio e informação;

3) Documentação: inventário de material, normatização de sistemas e léxicos;

4) Difusão e publicações: organização de "ciclos de difusão", edição de um possível anuário de estudos, publicação de uma revista semestral, fomento do intercâmbio de revistas, documentos, monografias etc.

Para desenvolver esse acordo foi constituída uma comissão, coordenada por Patricia Anzola (ALAI), Marcial Murciano (UAB) e Manuel Calvo Hernando (IICI).

A primeira idéia surgida foi a realização em Barcelona, em abril-maio de 1983, de um seminário (de aproximadamente 5 semanas) reunindo professores de escolas de Comunicação, alunos de pós-graduação e pesquisadores. Haverá a cinco áreas de discussão: a) modelos teóricos; b) política (relações políticas que afetam a comunicação); c) cultura (semiótica, sociologia do conhecimento, antropologia cultural etc); d) econômica-tecnológica; e) formação. Cada tema deverá ser trabalhado por uma dupla: um espanhol e um latino-americano. A partir daí, os dois deverão desenvolver propostas de linhas de pesquisa futuras.

O grupo encarregado de "formação" deverá planejar um encontro de aproximadamente 2 semanas de duração, a ser realizado no próximo ano (provavelmente em outubro) na América Latina. O tema será "estruturação curricular", e procurará-se responder à seguinte pergunta: "Como traduzir a riqueza teórica e investigativa da América Latina nos currículos das escolas de Comunicação?" Deverão participar desse encontro encarregados de currículos latino-americanos e europeus (inclusive britânicos).

A ABEPEC se faz presente nesse convênio via ALAI, da qual é associada.
CADASTRO DE SÓCIOS

Se você não está recebendo as publicações da ABEPEC atualize seu endereço escrevendo para a sede de Belo Horizonte.

VII CONGRESSO DA ABEPEC
FLORIANÓPOLIS-83

Com relação ao processo movido pelo ministro Leitão de Abreu contra O Estado de São Paulo, a ABEPEC enviou ao jornalista Júlio de Mesquita Neto a seguinte carta:

Prezado Senhor:

No momento em que a "abertura democrática" é transformada no carro-chefe da propaganda político-eleitoral do Governo e de seu Partido, o Ministro-Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República proíbe o País de ingressar na era eletrônica, condenando-o (através da manutenção da Lei Falcão) à desinformação, haja visto o enorme número de brasileiros que não tem acesso aos meios impressos, por não terem recebido do Estado uma educação adequada.

Ao ser descrito como anti-liberal pelo jornal que V.Sa. dirige, o Sr. Leitão de Abreu se irrita e toma mais uma medida anti-liberal: tenta enquadrar O Estado na Lei de Segurança Nacional, fazendo uma curiosa e indefensável simbiose entre honra pessoal e segurança do Estado.

A séria e corajosa decisão da juíza-auditora Maria Letícia de Alencar, rejeitando a denúncia da procuradora militar de São Paulo, dá um enorme alento a todos aqueles que anseiam por uma sociedade civil pujante e capaz de manifestar suas idéias e opiniões, sem submissão à prepotência e ao arbítrio dos que não têm que prestar contas ao povo porque não foram por ele escolhidos.

A ABEPEC se solidariza com O Estado e com a juíza Maria Letícia de Alencar, pois ambos demonstraram entender mais de democracia do que aqueles que a pregam exercendo a manipulação, a mentira, o terror, a intimidação. Esperamos que o Superior Tribunal Militar mantenha a decisão da juíza-auditora, mostrando assim um elevado espírito público e contribuindo para o fortalecimento da liberdade de imprensa no Brasil.

TESES DE MESTRADO

A ABEPEC está concluindo o levantamento e catalogação das teses de mestrado relativas à Comunicação já produzidas até hoje nos diversos cursos de Pós-Graduação do Brasil (não apenas nos cinco cursos de Mestrado em Comunicação). No momento o Centro de Documentação da ABEPEC, localizado no Departamento de Comunicação Social da UFMG, já conta com cerca de 85 teses, defendidas em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro. A relação será publicada sob forma de catálogo com o "abstract" de cada tese e enviada aos sócios da ABEPEC, a todos os cursos de Comunicação do País e a pessoas e instituições interessadas na área.

ABEPEC: PELO ENSINO E PESQUISA DA
COMUNICAÇÃO NUMA SOCIEDADE
DE DEMOCRÁTICA

A MINISTRA E OS CURSOS DE JORNALISMO

Quando a Ministra da Educação, Esther Figueiredo Ferraz, externou suas opiniões sobre os Cursos de Jornalismo, a ABEPEC emitiu a seguinte nota oficial:

A Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação-ABEPEC, através de sua diretoria, manifesta-se publicamente contrária ao pronunciamento feito no dia 10 de setembro-Dia da Imprensa pela nova Ministra da Educação Professora Esther Figueiredo Ferraz, que defendeu a idéia de transformar o atual curso superior de Jornalismo em atividade suplementar aberta a graduados de outras áreas de conhecimento universitário.

A ABEPEC, entidade nacional de representação dos professores, pesquisadores, profissionais e escolas de Comunicação Social, defende de forma intransigente a melhoria das condições de trabalho e das condições de ensino nos cursos de graduação. A defesa dos cursos de Comunicação é uma das formas de se influir na formação de futuros profissionais e na preparação de uma opinião pública esclarecida e apta a participar de forma consciente da vida em sociedade.

Neste sentido cabe destacar que o meio profissional adota posição idêntica à da ABEPEC. No XIX Congresso Nacional de Jornalistas Profissionais (Guarapari, 08 a 11/09/82), foi aprovada uma moção de repúdio ao pronunciamento da Ministra. Os jornalistas consideram que a regulamentação da profissão e o ensino universitário do jornalismo em nível de graduação são conquistas da categoria.

A diretoria da ABEPEC estranha que a Ministra adote uma posição divergente daquela anunciada pela Comissão Especial do Conselho Federal de Educação que estuda os cursos de Comunicação. Essa comissão, composta por representantes de praticamente todos os setores envolvidos com o processo de Comunicação (jornalistas, publicitários, proprietários de jornais e agências de publicidade, emissoras de rádio e TV, professores e estudantes etc.), se posicionou desde o início de seus trabalhos contra a extinção dos cursos de Comunicação em nível de graduação, buscando, isso sim, aperfeiçoá-los.

A COMUNICAÇÃO NOS PAÍSES IBERO-AMERICANOS

O Departamento de Comunicação da Universidade Complutense de Madrid, com o patrocínio do Instituto de Cooperação Ibero-americano promove, de 6 a 11 de dezembro próximo, um encontro de especialistas em Comunicação com o objetivo de analisar a situação atual dos estudos de Ciência da Comunicação nos países de fala espanhola e portuguesa e estabelecer as bases necessárias para desenvolver programas a nível governamental que permitam adequar os estudos de Comunicação às necessidades dos países ibero-americanos

PARTICIPE DA ABEPEC

A ABEPEC VIVE DA ANUIDADE DE SEUS SÓCIOS

COMUNICAÇÃO E DEMOCRACIA

De 1 a 10 de setembro, dois importantes congressos realizados na Europa abordaram o tema "Comunicação e Democracia": um em Barcelona e o outro em Paris.

O primeiro, organizado pela Faculdade de Ciências da Informação da Universidade Autônoma de Barcelona e pelo Instituto Latino-americano de Estudos Transnacionais (ILET), teve como título "Democracia e Comunicação na América e Europa Latinas" e reuniu, de 1 a 3 de setembro, pesquisadores latino-americanos, espanhóis, franceses e italianos.

Foram apresentados trabalhos sobre "Informação Televisiva e o Sistema Político", "A Concentração Transnacional e Novos Limites à Democracia", "Tecnologia, Comunicação e Democracia", "Comunicação Eclesial e Comunicação de Massa: uma Incompatibilidade Radical", "Tipologia da Cultura Popular e da Comunicação Alternativa", e vários outros.

Esse encontro, que reuniu aproximadamente 45 pesquisadores, foi planejado para se encerrar logo antes da abertura da 13ª. Conferência da Associação Internacional para a Pesquisa em Comunicação de Massa (AIERI ou IA MCR), a qual estava comemorando seu 25º aniversário.

O tema "Comunicação e Democracia", proposto pelo grupo latino-americano durante a conferência anterior (Caracas, 1980), fazia prever acirrados debates ideológicos (a começar do próprio significado da palavra "democracia"), uma vez que a AIERI tem um

grande número de afiliados tanto no Ocidente quanto no Oriente. Mas isto não ocorreu, e os aproximadamente 400 participantes se envolveram em variados debates sobre o impacto das novas tecnologias de Comunicação, particularmente sobre os países do chamado Terceiro Mundo (mas não exclusivamente, pois a França -por exemplo- está muito preocupada com o controle exercido por empresas norte-americanas sobre o fluxo de dados existentes em seu território).

O próximo congresso da AIERI será realizado em Praga, em 1984.

Nos dois eventos, a ABEPEC esteve representada por seu vice-presidente, Bernardo Carvalho.

TELEVISÃO E EDUCAÇÃO

O Conselho Federal de Educação criou uma Comissão presidida pelo Prof. Navarro de Brito, para analisar a atuação da Televisão no campo educacional através das emissoras comerciais e educativas, e pensar formas de integração entre as TVs. A Comissão, integrada pela ABEPEC, deverá considerar ainda o impacto das grandes inovações tecnológicas que surgem na área de telecomunicações neste momento, como o videocassete, teletexto, videotexto, TV por cabo, etc., além das recentes portarias no setor. Para tanto, conta com a assessoria do Ministério das Comunicações, cujo Secretário de Radiodifusão, Prof. Lourenço Chehab, fez uma exposição a respeito na última reunião da Comissão.

DOCUMENTAÇÃO

Ainda durante os encontros de Barcelona e Paris, a ABEPEC manteve contatos com as seguintes instituições, visando basicamente ao intercâmbio de documentação, o qual já está em funcionamento com várias delas:

- Research Center for Cooperation with Developing Countries (Yugoslavia)
- Institut National de l'Audiovisuel (França)
- Institut Français de Presse (França)
- Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (França)
- Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico (Espanha)
- Universitat Autònoma de Barcelona (Espanha)
- Universidad de Navarra (Espanha)
- Center for Mass Communication Research (Inglaterra)
- Centre Arabe de Recherche sur la radio-TV (Iraqe)
- NORDICOM (Suécia)
- Mass Communication Research Centre (Hungria)
- Hebrew University of Jerusalem (Israel)
- International Development Research Centre (Argentina)
- University of Tampere (Finlândia)
- Instituto Latino-americano de Estudos Transnacionais (México)
- Associação Mexicana de Pesquisadores da Comunicação
- DESCO (Peru)
- Press Research Center (Polônia)
- Union for Democratic Communications (U.S.A.)
- Austrian Documentation Centre for Media and Communication Research (Austria)

Além disso continua funcionando um intercâmbio de documentação já iniciado há mais tempo, com instituições tais como CIESPAL (Equador), IBERCOM (Espanha), Centro de Documentação em Comunicação da UNESCO (Paris), ALASEI (Panamá) e outras.

A relação dos documentos que chegam é publicada no GERAES, e o material se encontra à disposição dos interessados no Centro de Documentação da ABEPEC, localizado no Departamento de Comunicação Social da UFMG.

SEÇÃO REGIONAL

Está sendo organizada uma seção regional da ABEPEC no Rio de Janeiro. Os companheiros cariocas interessados em participar dos trabalhos de organização, em atualizar sua filiação ou simplesmente se filiar agora, devem entrar em contato com:

Davide C. Mota-Rua João Borges, 79/103
22.451-Rio de Janeiro-Fone: 274.8153
João Batista e Sônia Abreu -Rua Laranjeiras, 218/304- 22.240-Rio de Janeiro - Fone: 205.1528 - Nilson Lage-Rua Cap. Resende, 521/403-B1.1-Caxambi
20.780-Rio de Janeiro-Fone: 261.0027

GERAES n°s 36 e 37

Acabam de sair GERAES 36 e 37, editados pelo Deptº de Comunicação da UFMG e Centro de Documentação da ABEPEC. Conforme divulgado, o GERAES será enviado a todos os associados da ABEPEC em dia com a anuidade de 82.

A anuidade, no valor de Cr\$ 2.800,00, poderá ser paga através de depósito em qualquer agência da Caixa Econômica Federal, a favor da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação, conta nº 084.003.500873-8 da Agência Carijós-Belo Horizonte.

III ENCONTRO LATINO-AMERICANO DE FACULDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Realizou-se na cidade do México, de 28 de setembro a 1º de outubro, o III Encontro Latino-americano de Faculdades de Comunicação Social, promovido pela FELAFACS-Federação Latino-americana de Associações de Faculdades de Comunicação e pelo CONEICC-Conselho Nacional para o Ensino e pesquisa das Ciências da Comunicação, do México.

O tema central do Encontro foi: "A Formação Universitária de Comunicadores Sociais para a América Latina: Realidades, Tendências e Alternativas", desenvolvido a partir de quatro exposições básicas: "As necessidades Sociais", a cargo de José Samuel Arango (Colômbia), "Planejamento Curricular", por Raul Fuentes (México), "A Prática Educacional", por Carlos Borromeu e José A. C. d'Arrochela Lôbo (ABEPEC) e "O Exercício Profissional", por Javier Protzel (Peru).

Anteriormente, a FELAFACS havia promovido o I e II Encontros em Lima, Peru em 79 e 80.

A ABEPEC pensa em publicar o material dos encontros, mas desde já coloca à disposição de seus associados os textos e conclusões, ao custo das cópias xerox.

Estiveram presentes ao III Encontro delegações do México, Peru, Uruguai, Equador, Panamá, Argentina, Colômbia, Costa Rica, Honduras, Chile, Guatemala, Paraguai, Brasil, Espanha e Porto Rico.

BRASIL SEDIARÁ O IV ENCONTRO LATINO-AMERICANO DE FACULDADES DE COMUNICAÇÃO

A Assembléia Geral do III Encontro aprovou por unanimidade a candidatura apresentada pela ABEPEC para que o Brasil seja a sede do IV Encontro, que ocorrerá entre julho e outubro de 1983.

O Encontro será promovido em conjunto com a Universidade Federal de Santa Catarina, através de seu Departamento de Comunicação Social, e coincidirá com o VII Congresso da ABEPEC.

Integrando a delegação brasileira ao III Encontro, juntamente com o atual Presidente da ABEPEC e o Presidente anterior, Carlos Borromeu, o Prof. César Valente, chefe do Deptº de Comunicação da UFSC, apresentou carta do Reitor de sua Universidade formalizando interesse em patrocinar o evento.

O tema central do IV Encontro, submetido à Assembléia e aprovado será "Estudo das Políticas Nacionais de Comunicação na América Latina".

Neste momento, a ABEPEC e o Deptº de Comunicação da UFSC estuda uma proposta de temário para apresentar à FELAFACS e ao quadro associativo.

COMISSÃO DO CFE

A ABEPEC está enviando a todas as Escolas de Comunicação o documento final da Comissão do Conselho Federal de Comunicação que estudou o novo currículo mínimo para os cursos de Comunicação. Referido documento, através de um relator, será apresentado ao plenário do CFE e depois encaminhado para o MEC, prevendo-se a implantação do novo currículo somente a partir de 1984.

UCBC

Foi realizado em São Paulo, de 29 de outubro a 02 de novembro passado, o XI Congresso Brasileiro de Comunicação Social promovido pela UCBC-União Cristã Brasileira de Comunicação Social. Com a participação de aproximadamente 1500 pessoas, o Congresso reproduziu a estrutura dos anos anteriores, apresentando um total de 75 painéis ocorrendo simultaneamente ao longo da semana.

Dentre os 250 painelistas participantes vários deles foram figuras internacionais ou de destaque nacional, como Luiz Carlos Prestes.

A ABEPEC se fez presente através da organização do painel "Atentados à Liberdade de Imprensa: A posição do SIP, da Imprensa e dos Jornalistas Brasileiros", coordenado pelo seu vice-presidente Bernardo Carvalho; e pela participação no

REVISTA DA ABEPEC

Em qualquer entidade associativa, as publicações "da casa" cumprem um importante papel de veículo de democratização das informações e consolidação de um espaço de discussão e divulgação de suas posições enquanto entidade.

No último Congresso da ABEPEC, ao se discutir essa questão, foi colocada a necessidade da criação de uma revista de linha editorial definida, que pudesse subsidiar a entidade nas suas propostas concretas de intervenção na realidade brasileira.

Atualmente, nenhuma das publicações regulares da ABEPEC cumpre esse papel. O seu boletim é, antes de tudo, um veículo de democratização das informações sobre as atividades da entidade; o GERAES é um órgão de discussão e análise crítica dos meios de comunicação de massa e os Cadernos de Comunicação, uma publicação eclética de divulgação dos trabalhos acadêmicos dos associados da entidade.

Visando suprir essa lacuna, o companheiro Albino Rubim apresentou na Assembleia Geral da ABEPEC, ocorrida durante o último Congresso, uma proposta de revista que foi aprovada por unanimidade. Como autor da proposta, foi indicado também seu coordenador. É acreditando que a viabilização de tal revista só será possível na medida em que todos participarmos com as nossas preocupações, propostas e sugestões, que vimos apresentar o projeto na íntegra, colocando-o novamente em discussão.

Aos companheiros interessados em participarem de mais esta frente de trabalho, solicitamos o envio de correspondências a:

Albino Rubim

Rua Pedro Americano, 60 - Barbalho - 40.000-SALVADOR-BA

painel "Códigos de Ética da Comunicação e Direitos Humanos", através de seu presidente José d'Arrochela Lôbo.

O tema do Congresso "Comunicação e Direitos Humanos", mais uma vez refletiu uma das preocupações atuais dos cristãos. Foi essa identificação de preocupações que tornou possível que diversos segmentos da igreja, principalmente católica, apresentassem painéis expondo suas experiências. O Congresso foi importante, além de tudo, por refletir uma aproximação, identificação e engajamento cada vez maiores da UCBC com o meio e as preocupações cristãs que lhe deram origem.

Pelo nível do conteúdo e número de pessoas inscritas, os últimos congressos da UCBC têm se constituído em um dos principais eventos da área de comunicação.

PROJETO DE REVISTA DA ABEPEC

- I - Gerais
- II- Objetivos
- III- Orientação Temática
- IV - Forma/conteúdo
- V - Organização Interna
- VI - Público
- VII- Questões Financeiras

I - GERAIS

Nome: ? (sugestões)

Subtítulo: Revista Crítica da Cultura Contemporânea

Tiragem: 3.000 exemplares

Nº de páginas: de 100 à 150

Periodicidade (inicial): Semestral (saído em janeiro-julho)

(obs.: primeiro número: julho/83)

II - OBJETIVOS

- 1 - Incentivar, divulgar e discutir estudos, pesquisas, ensino e políticas de comunicação e cultura realizados no Brasil e no mundo;
- 2 - Buscar a construção de uma teoria crítica da comunicação da cultura;
- 3 - Analisar criticamente a questão da comunicação e cultura no Brasil;
- 4 - Procurar subsidiar (através de debates preparatórios ou da vinculação de análises mais conclusivas) as tomadas de posição dos setores democráticos (inclusive da própria ABEPEC) referentes aos problemas ligados à comunicação e cultura no Brasil;
- 5 - Servir de alternativa político/científica de produção/divulgação na área de comunicação e cultura;
- 6 - Fortalecer a ABEPEC, tanto a nível teórico/político, quanto a nível organizacional.

III - ORIENTAÇÃO TEMÁTICA

- 1 - Teoria da comunicação e da cultura (buscando uma postura crítica);
- 2 - Comunicação e Cultura no Brasil (em especial recente) (análises históricas, econômicas, políticas e ideológicas);
- 3 - Debate e luta dos comunicadores (jornalistas, cineastas, profissionais de rádio e TV, publicitários, relações públicas, etc.) no Brasil (e no mundo);
- 4 - Relação Comunicação, Cultura e transformação Social (tanto a nível teórico, quanto em situações concretas) (questões como hegemonia, ideologia, políticas, democracia, sociedade civil e Estado);

- 5 - Relação comunicação, cultura e classes subalternas (e também minorias);
- 6 - Relação comunicação, cultura e classes dominantes;
- 7 - Ensino, estudos e pesquisas de comunicação e cultura.

IV - FORMA/CONTEÚDO

- 1 - Forma: importância do "visual" para não aparentar ser "acadêmica" (no mal sentido) - formato padrão de livro ou do "Cadernos do Ceas" / "Revista Vozes" (sugestões)
- 2 - Conteúdo:
 - a- ensaios/artigos
 - b- reportagens
 - c- entrevistas
 - d- depoimentos
 - e- transcrição de debates
 - f- documentos importantes da área (nacionais e internacionais)
 - g- projetos de pesquisa (a realizar/em realização)
 - h- traduções
 - i- comentários sobre produtos culturais recentes
 - j- resenhas de livros, trabalhos, teses e pesquisas (tanto para acompanhar a produção da área, quanto para ajudar a área a rediscutir criticamente sua produção nacional e internacional)
 - l- bibliografias e levantamentos sobre temas de comunicação e cultura
 - m- noticiário (de eventos mais "duradouros")

obs.: Em cada número a revista deverá conter/apresentar diversos tipos de conteúdo para dar um equilíbrio à publicação. (por exemplo: reflexão teórica/ "mais próxima do real") e para a realização de seus objetivos.

V - ORGANIZAÇÃO INTERNA

- 1 - Comissão de Redação:
Composta por sócios, preferencialmente localizados numa mesma cidade ou em cidades próximas, encarregados de, em última instância, produzir a revista. Cabe a esta comissão a centralização da produção da revista, o recebimento do material e de sugestões, a seleção do material a ser publicado (pensar aqui formas de tornar este processo o mais democrático possível) e editar a publicação. Preferencialmente a comissão ou membros dele devem acompanhar a editora (produção gráfica e distribuição da revista).

A comissão deverá manter um contato íntimo e continuado com a diretoria da ABEPEC.

(inicialmente a comissão pode ser indicada pela diretoria, mas depois: eleita?)

- 2 - Comissão de Representantes/Correspondentes
Sócios articulados ao núcleo de redação, com representantes/correspondentes por cidades e/ou estados e também no exterior. (por exemplo: sócios em bolsa de estudos).
A função da comissão é: reunir/preparar material, propor sugestões, discutir permanentemente a revista, organizar apoios (cultural, político e financeiro). Supervisionar a distribuição e a venda da revista (no seu respectivo local de atuação).
- 3 - Comissão Editorial:
Composta de nomes significativos (política, científica e/ou artisticamente) da área de comunicação e cultura. Esta comissão deve ser composta de pessoas já sócias da ABEPEC, ou de pessoas que se disponham a tornarem-se sócios da entidade. Além de dar um certo peso nacional e internacional à revista, a função principal desta comissão é a avaliação permanente da publicação, zelando por sua qualidade e enviando sugestões/propondo material para ser publicado. (qual a forma de escolher?) (renovável)
- 4 - Colaboradores:
Qualquer pessoa (sócia ou não) interessada em auxiliar a revista
obs.: todas as comissões são renováveis (temporais)

VI - PÚBLICO

- 1 - Estudiosos, alunos, professores, pesquisadores e profissionais da área de comunicação e cultura (também entidades)
- 2 - Pessoas e/ou entidades que se interessem por questões de comunicação e cultura.

VII - QUESTÕES FINANCEIRAS

- 1 - Incluir assinaturas da revista na anuidade paga pelos sócios (direito a receber os dois números anuais da revista)
- 2 - "Transar" co-edição com alguma editora (ver condições)
- 3 - "Transar" financiamentos para a revista (números) (CNPQ, CIAPES, fundações internacionais, etc.)
- 4 - "Transar" publicidade?
- 5 - Venda em livrarias, escolas, sindicatos, empresas de Comunicação etc.

(conjugar esquema comercial tradicional e vendagem, via secções/representantes-correspondentes).

ABEPEC / CIESPAL

Em agosto passado, quando do encerramento dos cursos de especialização em Pesquisa e Planejamento realizados através de um convênio ABEPEC/CIESPAL (Centro Internacional de Estudos Superiores em Comunicação para a América Latina, com sede em Quito, Equador), os Drs. Luiz Proaño e Peter Schenkel, respectivamente, Diretor do CIESPAL e representante da Fundação Friedrich Ebert junto ao CIESPAL, estiveram em Belo Horizonte. Nessa ocasião foram assinados novos convênios entre estas duas entidades, ampliando, dessa forma, os laços de cooperação.

Estes novos convênios assinados entre ABEPEC e CIESPAL abrangem as seguintes áreas de atuação: documentação, publicações, organização de cursos e pesquisas. Além disso, foi assinado um documento em que a ABEPEC se compromete a, a partir de então, ser a representante do CIESPAL no Brasil para contatos e promoções de qualquer natureza.

CONVÊNIOS ABEPEC/CIESPAL

Documentação:

Há mais ou menos um ano, os Centros de Documentação da ABEPEC e CIESPAL vêm intercalando materiais. Esse novo acordo apenas amplia e detalha melhor tal intercâmbio.

Como fruto concreto e imediato dessa ampliação de laços, o CIESPAL fez a doação de uma coleção completa dos livros INTYAN (45 volumes abrangendo diferentes temas ligados à Comunicação Social) ao Centro de Documentação da ABEPEC, onde já se encontram à disposição dos interessados para consultas.

Publicações:

Há interesse de ambas as entidades na tradução e distribuição das diversas publicações do CIESPAL em português, sendo estudadas.

Organização de Cursos:

A realização dos cursos do CIESPAL de especialização em Pesquisa e Planejamento da Comunicação no Brasil, foi uma experiência que deu certo.

Esse novo convênio propõe uma permanência desse tipo de experiência e, como próximo projeto, está sendo articulado um curso internacional de especialização em rádio a ser realizado também no Brasil.

Pesquisa:

Quanto à Pesquisa, foi firmado um protocolo de intenções que explicita o interesse particular de cada uma das duas entidades na área e a possibilidade de cooperação mútua.

POSIÇÃO DA ABEPEC FACE AO DOCUMENTO FINAL DA COMISSÃO ESPECIAL DO CFE SOBRE ENSINO DE COMUNICAÇÃO

Terminados os trabalhos da Comissão Especial do Conselho Federal de Educação que estudou o Ensino de Comunicação, a ABEPEC gostaria de prestar os seguintes esclarecimentos:

1- Convidada a integrar a Comissão desde o início de seus trabalhos, a ABEPEC aceitou a tarefa e designou como seu representante o professor José Salomão David Amorim, da Universidade de Brasília. Este representou a entidade em todas as suas reuniões exceto as duas últimas, quando foram designados, respectivamente, os professores José A.C.d'Arrochela Lobo e Ubirajara da Silva;

2- Interessada em democratizar o debate, a ABEPEC propôs e foi aceito que a Comissão fosse ampliada, passando a ser integrada por entidades representativas de categorias ligadas ao processo de Comunicação (estudantes, setores patronais e de trabalhadores das diversas áreas, etc.) Isso ocorreu e a Comissão passou de 6 a 21 membros (ver histórico da Comissão, no documento final);

3- Em julho deste ano a Comissão havia esboçado o documento final, que foi amplamente analisado pela ABEPEC durante seu VI Congresso. A ABEPEC e os estudantes (através do VI Encontro Nacional de Estudantes de Comunicação-ENECOM, realizado em julho em Santa Catarina) foram os únicos setores representados na Comissão que tiveram a oportunidade de discutir com suas bases as propostas apresentadas;

4- Nas discussões efetuadas durante o VI Congresso foram tomadas decisões em plenário rejeitando e/ou alterando algumas das propostas da Comissão;

5- As posições do Congresso da ABEPEC foram levadas às reuniões subsequentes da Comissão e, na sua maioria, foram derrotadas. Foi elaborado então o documento final;

6- A ABEPEC acata o documento final, entendendo que ele é fruto da discussão mais democrática já realizada até hoje no Brasil sobre a situação de Cursos de Comunicação ou, possivelmente, de qualquer outro curso;

7- Uma discussão envolvendo um número tão grande de posições, práticas e interesses,

sempre exigirá negociações e concessões, o que por sua vez gera imperfeições (inevitáveis, insistimos, em qualquer discussão ampla e aberta como essa);

8- Nesse sentido a ABEPEC sente-se na obrigação de explicitar seus pontos básicos de divergências com o documento final, como forma de subsídio (oferecido pelos professores e estudantes que participaram do VI Congresso) ao prosseguimento das discussões:

- a ABEPEC entende que o Currículo Mínimo, coerentemente com o seu próprio nome não deve ultrapassar 50% da carga horária do Plano;

- a entidade rejeita a proposta de mudança do nome da habilitação em Rádio e Televisão para "Radialismo". Considera que o nome proposto traz em si uma conotação empobrecedora, ao fundir Rádio e Televisão distintos e específicos tanto nas funções que desempenham na sociedade quanto na linguagem que adotam;

- a ABEPEC considera exagerada a obrigatoriedade do ensino de Língua Portuguesa em 07 períodos do Curso, ainda que o ensino de Redação seja aplicado à habilitação, do 4º ao 7º períodos. Considerando fundamental o ensino de Língua Portuguesa nos Cursos de Comunicação, ela entende que a carga ideal seria 4 ou 5 semestres;

9- A ABEPEC considera, por fim, que vários dos pontos contidos no documento final contribuirão sensivelmente para a melhoria dos Cursos de Comunicação no Brasil. Por exemplo, podemos citar a descrição detalhada dos laboratórios mínimos exigidos, a idéia de Projetos Experimentais e a necessidade de fiscalização periódica das escolas.

Belo Horizonte, 29 de novembro de 1982

A Diretoria da ABEPEC

Capítulo I - DA ASSOCIAÇÃO

Art. 1º - A Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação- ABEPEC, é uma entidade civil de âmbito nacional, sem fins lucrativos, com sede e foro na cidade de Brasília, Distrito Federal.

Art. 2º - A ABEPEC tem por finalidade:

- a) a luta pela democratização da comunicação e da sociedade
- b) a produção e difusão permanente de conhecimentos sobre os problemas de Comunicação
- c) o incentivo à pesquisa nos vários campos da Comunicação
- d) a constante avaliação do ensino e a proposição de políticas e diretrizes em defesa de sua qualidade
- e) a reflexão sobre a prática profissional, buscando a integração do conhecimento nas atividades profissionais.

Art. 3º - Para alcançar sua finalidade a ABEPEC providenciará:

- a) a mais completa integração dos sócios
- b) a articulação com pessoas e entidades nacionais e internacionais interessadas na área de comunicação
- c) a articulação com as entidades profissionais da área
- d) a articulação com entidades estudantis de Comunicação
- e) a articulação com outras entidades da sociedade civil

Art. 4º - No seu relacionamento com a sociedade, a ABEPEC agirá sempre visando:

- a) intervir nos problemas emergentes de Comunicação que envolvam sócios, associações, entidades profissionais, instituições e questões mais gerais da sociedade
- b) participar na discussão da Comunicação na sociedade brasileira, através de congressos, seminários, debates públicos e outras promoções
- c) promover e organizar o debate da Comunicação na sociedade,

Art. 5º - O tempo de duração da ABEPEC é indeterminado.

Capítulo II - DO QUADRO ASSOCIATIVO

Art. 6º - O número de membros do quadro associativo é ilimitado, dele podendo participar:

- a) professores de Comunicação em nível superior
- b) profissionais de Comunicação
- c) pesquisadores da Comunicação, em atividade regular
- d) universidades e outras instituições de ensino superior da área de Comunicação, reconhecidas ou autorizadas pelo Conselho de Educação competente

e) outras instituições ligadas à pesquisa em Comunicação

§ 1º - a representação na ABEPEC de cada membro, incluído na letra d desse artigo, será exercida através de sua unidade específica (escola ou faculdade) de Comunicação ou, na falta desta, por seu departamento de Comunicação.

§ 2º - As Seções Estaduais proporão o enquadramento dos candidatos ao ingresso no quadro associativo.

Art. 7º - São direitos dos membros da ABEPEC:

- a) participar das Assembleias Gerais
- b) propor as medidas que julgar convenientes aos interesses da Associação
- c) gozar das vantagens que forem votadas pela Assembleia Geral ou estabelecidas pela Diretoria.
- d) beneficiar-se dos serviços prestados pela Associação

§ 1º - o exercício do voto dependerá de estar o membro quite com a Tesouraria

§ 2º - os associados enquadrados nas categorias previstas nas alíneas a, b, c e e, terão direitos a um voto nas Assembleias Gerais.

§ 3º - os associados enquadrados na categoria prevista na alínea d, como instituições de ensino superior, terão direito nas Assembleias Gerais, a dois votos, sendo 1 do representante dos professores e um do representante dos estudantes, devidamente credenciados dos pela instituição e integrantes, respectivamente, dos corpos docente e discente.

§ 4º - Recomenda-se que os representantes credenciados pelas instituições de ensino superior, como prevê o § anterior, sejam democraticamente eleitos, respectivamente entre os docentes e discentes.

§ 5º - É vedado o voto por procuração.

Art. 8º - São deveres dos membros da ABEPEC:

- a) colaborar para o progresso da associação
- b) pagar pontualmente a contribuição financeira anual fixada pela Assembleia Geral.
- c) acatar as deliberações dos órgãos dirigentes da Associação

Art. 9º - Serão desligados da ABEPEC os membros que:

- a) concorrerem para o desprestígio da ABEPEC através de comprovação de incapacidade técnica e idoneidade moral ou infringirem preceitos éticos e profissionais
- b) faltarem com o pagamento da anuidade, sem motivo justificado, a juízo da Assembleia Geral.

§ 1º - as medidas disciplinares previstas neste artigo só poderão ser tomadas após a instauração de processo regular, assegurando-se ao inculminado pleno direito de defesa.

§ 2º - os membros desligados perderão todo e qualquer direito na Associação, mesmo de natureza patrimonial.

Capítulo III - DA ADMINISTRAÇÃO

Art. 10º - São órgãos da ABEPEC:

- a) Assembléia Geral
- b) Conselho Consultivo
- c) Conselho Fiscal
- d) Diretoria
- e) Seções Estaduais

§ Único - enquanto não existir o número mínimo necessário de sócios para a criação de uma Seção Estadual, poderão ser constituídas Comissões Estaduais Provisórias.

Art. 11º - A Assembléia Geral é o órgão supremo de deliberação da ABEPEC

Art. 12º - Compete à Assembléia Geral:

- a) eleger a Diretoria e o Conselho Fiscal
- b) determinar as diretrizes e atividades gerais da Associação
- c) decidir sobre desligamento de associado
- d) tomar conhecimento e deliberar sobre relatórios e prestação de contas apresentadas pela Diretoria, com pareceres dos Conselhos Fiscal e Consultivo
- e) deliberar sobre todo e qualquer assunto de interesse da Associação
- f) promover reforma do estatuto
- g) resolver os casos omissos

Art. 13º - A Assembléia Geral reunir-se-á ordinariamente cada 2 (dois) anos e, extraordinariamente, por convocação do Presidente, do Conselho Consultivo ou ainda de um terço dos seus associados.

Art. 14º - O Conselho Consultivo é constituído pelo Presidente da ABEPEC e pelos coordenadores das Seções Estaduais.

Art. 15º - Ao Conselho Consultivo compete:

- a) - aprovar o plano anual de atividade da ABEPEC a ser executado pela Diretoria
- b) - aprovar o orçamento-programa elaborado pela Diretoria
- c) - referendar substituição de membros da Diretoria em caso de vacância por qualquer motivo

d) - opinar sobre relatórios da Diretoria a serem submetidos à Assembléia Geral

e) - aprovar o relatório anual dos trabalhos e a devida prestação de contas

f) - resolver os casos omissos "ad referendum" da Assembléia Geral

g) - decidir sobre assuntos que lhe sejam encaminhados pela Diretoria

Art. 16º - O Conselho Consultivo reunir-se-á pelo menos uma vez por ano.

Art. 17º - O Conselho Fiscal é constituído de 3 (três) membros eleitos pela Assembléia Geral.

Art. 18º - Ao Conselho Fiscal compete analisar a prestação de contas da Diretoria emitindo parecer no balanço anual e conta de lucros e perdas.

Art. 19º - A Diretoria da ABEPEC é constituída dos seguintes membros:

- a) Presidente
- b) Vice-Presidente
- c) Diretor
- d) Diretor
- e) Diretor
- f) Diretor

Art. 20º - A Diretoria reunir-se-á no mínimo duas vezes por bimestre

Art. 21º - Compete à Diretoria:

- a) dirigir a Associação
- b) proceder à admissão dos sócios propostos pelas Seções Estaduais
- c) resolver os casos omissos "ad referendum" do Conselho Consultivo

Art. 22º - Compete ao Presidente:

- a) representar a Associação, ativa e passivamente, em juízo ou fora dele, podendo constituir procuradores
- b) representar os associados junto às autoridades e à sociedade em geral nos assuntos ligados às finalidades da ABEPEC, referidos no art. 2º deste Estatuto.
- c) cumprir e fazer cumprir as resoluções das Assembléias Gerais
- d) convocar e presidir as reuniões da Diretoria e do Conselho Consultivo e as sessões das Assembléias Gerais.
- e) apresentar ao Conselho Consultivo o relatório anual dos trabalhos e ao Conselho Fiscal a devida prestação de contas
- f) desenvolver as atividades que se fizerem necessárias para o

- progresso da Associação
- g) superintender os serviços dos vários setores da Associação
- h) apresentar à Assembléia Geral o relatório final e a prestação de contas de sua gestão

Art. 23º - Compete ao Vice-Presidente:

- a) substituir o presidente em seus impedimentos
- b) exercer outras funções que lhe forem atribuídas pela Assembléia Geral, pela Diretoria ou pelo Presidente

Art. 24º - Atribuições dos Diretores:

- a) organizar e superintender todos os serviços da Secretaria
- b) exercer as atividades que o Presidente lhes atribuir
- c) redigir as atas das reuniões da Diretoria e das sessões das Assembléias Gerais
- d) ter sob sua fiel guarda todos os valores da associação
- e) zelar pelos bens móveis e imóveis da associação
- f) movimentar as contas bancárias
- g) efetuar o pagamento das despesas autorizadas pelo presidente
- h) receber as contribuições da associação
- i) organizar a prestação de contas

§ Único - As atribuições de cada um dos Diretores eleitos pela Assembléia Geral são fixadas através de normas operacionais estabelecidas pela Diretoria atendendo-se a que:

- a) todos os documentos que digam respeito aos haveres da ABEPEC, tais como cheques, títulos, transferências de fundos e ordens de pagamento, devem ser obrigatoriamente assinados pelo Presidente e pelo Diretor encarregado da Tesouraria
- b) todos os membros da Diretoria eleita e apenas eles respondem quando no exercício e durante dois anos após o término do seu mandato, pelas obrigações sociais.

Art. 25º - O mandato da Diretoria, do Conselho Consultivo, do Conselho Fiscal e dos dirigentes das Seções Estaduais é de dois anos.

Art. 26º - As Seções Estaduais compõem-se dos sócios dos respectivos Estados.

Art. 27º - Compete às Seções Estaduais:

- a) implementar as políticas e programas da ABEPEC no Estado
- b) desenvolver atividades próprias, desde que não contrariem os objetivos e diretrizes da entidade.

Art. 28º - Cada Seção será dirigida por um Coordenador e um Secretário eleitos entre os associados a esta vinculados.

Art. 29º - Compete ao Coordenador:

- a) representar a ABEPEC no seu Estado
- b) integrar o Conselho Consultivo
- c) implementar as deliberações da Seção
- d) manter estreito e permanente relacionamento com a Diretoria.

Art. 30º - Compete ao Secretário:

- a) substituir o Coordenador nos seus impedimentos e com este colaborar nas tarefas da Seção
- b) receber as contribuições dos sócios

Art. 31º - Para constituir-se, a Seção necessita de um mínimo de 10 (dez) sócios.

Art. 32º - Cada Seção poderá reter até 50% do valor das anuidades pagas pelos associados da sua base territorial, mediante plano de aplicação aprovado pela Seção.

Art. 33º - As Seções Estaduais apresentarão anualmente à Diretoria relatórios de suas atividades e movimento financeiro

Art. 34º - Os cargos da Diretoria, do Conselho Consultivo, do Conselho Fiscal e das Seções Estaduais não serão remunerados.

Capítulo IV - DO PATRIMÔNIO

Art. 35º - O patrimônio da ABEPEC será constituído de:

- a) bens móveis e imóveis
- b) doações e legados
- c) contribuições de seus associados
- d) subvenções e auxílios

Art. 36º - Para a prática de atos que envolvam responsabilidade ou obrigação social, inclusive alienação ou penhora de bens móveis será indispensável a assinatura conjunta do Presidente e do Diretor que responder pela Tesouraria.

§ Único - Para alienar, hipotecar ou gravar bens imóveis é indispensável a autorização da Assembléia Geral.

Art. 37º - os membros da ABEPEC não respondem solidariamente ou subsidiariamente pelas obrigações sociais.

Art. 38º - É vedado a qualquer associado assinar em nome da Associação fianças, avais ou qualquer outro documento de favor

Capítulo V - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 39º - O ano social corresponde ao período de 1º de junho a 31 de maio do ano seguinte.

Art. 40º - São considerados associados fundadores aqueles que subscreveram a ata da Assembléia Geral de fundação.

Art. 41º - Será conferido o título de "Benfeitor da ABEPEC" às pessoas físicas ou jurídicas que hajam contribuído para a constituição

do seu patrimônio com garantias não inferiores a 10 (dez) salários mínimos.

Art. 42º - A dissolução da Associação só poderá ser decidida em Assembleia Geral Extraordinária, convocada especialmente para este fim com a presença de pelo menos 2/3 de seus associados em primeira convocação.

§ Único - Caso a Sessão convocada com a finalidade de extinção da ABEPEC não consiga reunir 2/3 de seus associados em primeira convocação, será convocada nova Assembleia, com a mesma finalidade, no prazo de 24 horas sendo que esta Assembleia poderá deliberar com a presença de pelo menos 2/3 de seus associados em primeira convocação; com maioria absoluta, em segunda convocação, de corridos 60 minutos; e com qualquer número, em terceira convocação, decorridos mais sessenta minutos.

Art. 43º - Em caso de dissolução, o remanescente do patrimônio da ABEPEC depois de solvidas todas as suas obrigações sociais e atendidas as deliberações da Assembleia Geral, terá o destino prescrito no Código Civil Brasileiro.

Art. 44º - O presente Estatuto, com as alterações nele incluídas pela Assembleia Geral realizada em Belo Horizonte, em 24 de julho de 1982, entrará em vigor na data de sua publicação.

EXPEDIENTE

Boletim da Associação Brasileira
de Ensino e Pesquisa da Comunica-
ção-ABEPEC

EDIÇÃO:

Bernardo A. Carvalho
Henrique Souza Novaes
José A.C.d'Arrochela Lôbo
Maria do Carmo de Souza Reis

SEDE: AV. ALVARES CABRAL, 400
FONE: (031) 224.5011
TELEX: (031) 2411
30.000-BELO HORIZONTE-MINAS GERAIS

IMPRESSO NA DIVISÃO GRÁFICA DA
EDICORA LEMMI S.A.

Av. Nove de Julho de Fátima, 1945 - Tel. FAX 801804
Caixa Postal 1880 - (30.000) Belo Horizonte - M.G.

BOLETIM

abe
pec

Nº 3 / 83 / OUTUBRO-NOVEMBRO

EDITORIAL

PROPOSTA DE LUTA POR POLÍTICAS DEMOCRÁTICAS

DE COMUNICAÇÃO PARA O BRASIL

Os representantes das entidades participantes do VII Congresso da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação, realizado em Florianópolis de 2 a 7 de outubro de 1983, propõem às suas respectivas categorias profissionais e ao conjunto da população o debate do presente documento. Ao reconhecer o documento como um elemento de debate, eles esperam que surjam as necessárias contribuições para a sua complementação e enriquecimento e propõem a realização, nos dias ~~22-30-31~~ ²¹⁻²²⁻²³ de novembro, de uma nova reunião das entidades e outras que aderirem à proposta, em Brasília, para elaborar um documento final e formalizar a criação de uma Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas de Comunicação.

Apresentam esta proposta: Audálio Dantas (Presidente da Federação Nacional dos Jornalistas); Alberto dos Santos Freitas (Presidente do Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão no Estado de São Paulo); Luiz Alberto Saenz (Presidente do Sindicato dos Artistas e Técnicos do Rio de Janeiro); Homero Simon (Presidente do Sindicato dos Engenheiros do Estado do Rio Grande do Sul); Maria do Carmo Kozma (Representante do Grupo de Mídia de São Paulo); Carlos Alberto Jacques de Castro (Presidente da Associação dos Profissionais de Processamento de Dados, seção RS); Cristina Tavares (Jornalista e Deputada, integrante da Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara Federal); Beth Mendes (Artista e Deputada, integrante da Comissão de Comunicação da Câmara Federal); Dário Corrêa (Representante da Ordem dos Advogados do Brasil, seção RJ); Daniel Herz (Chefe do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina); Laurindo Leal Filho (Vice-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação); Johannes Tilburg (Representante da União Cristã Brasileira de Comunicação); José Antônio D'Arrochela Lobo (Presidente da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação).

Florianópolis, 7 de outubro de 1983.

Consideramos como Política de Comunicação o conjunto de diretrizes que orientam um sistema de atividades de comunicação de massa e, portanto, condicionam as normas, o planejamento e a execução desse tipo de prática social. Nesse sentido, uma Política de Comunicação compreende as diretrizes públicas e privadas, que organizam ou que estão subjacentes às práticas culturais que envolvem meios técnicos de comunicação de massa. Este documento concentra-se principalmente naquelas práticas que sofrem direta ou indiretamente a interferência do Estado, seja através de meios institucionais, seja através do controle de insumos, dos meios de produção ou das relações de produção. A análise deste documento aponta para o papel primordial de radiodifusão - disciplinada por política governamental - na constituição do sistema de comunicação de massa no Brasil.

A preocupação com a formulação de Políticas de Comunicação ganhou grande alento com as iniciativas da UNESCO que derivaram das diretrizes estabelecidas na Conferência Geral de 1970. Desde então, diversas reuniões do organismo internacional foram produzindo um instrumental teórico e analítico que postula a necessidade de que os Estados nacionais racionalizassem a atuação dos meios de comunicação e propõe que as práticas de comunicação de massa sejam orientadas para o desenvolvimento. A UNESCO, nas posições mais representativas desse período de debates, não questiona o "caráter" de classe dos Estados nacionais e nem o "sentido" histórico da racionalização proposta e do desenvolvimento perseguido. As posições ambíguas adotadas pela UNESCO, entre tanto, suscitaram violentos ataques por parte das empresas capitalistas de comunicação e de suas entidades representativas, como a Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP) e da Associação Interamericana de Radiodifusão (AIR) que rechaçaram aquilo que qualificaram como interveccionismo estatal no campo da comunicação de massa.

Não é objetivo deste documento fazer um histórico abrangente do surgimento das questões sobre políticas de comunicação que abriram muitos caminhos dentro do quadro de debates da Nova Ordem Internacional da Informação (NOII) ou Nova Ordem Mundial da Comunicação (NOMIC). cremos, inclusive, que deve ser considerada superada a fase em que se punha em questão, exclusivamente, as feições do domínio colonialista que marca a organização e atuação dos meios de comunicação de massa, sobretudo na América Latina. Entendemos ser uma necessidade científica e política o desenvolvimento de uma análise que identifique claramente o caráter de classe do sistema de meios de comunicação de massa em operação no Brasil. A busca de uma clara explicitação desse caráter é uma tarefa vital para os setores que procuram avaliar seus interesses em relação à comunicação de massa.

EVOLUÇÃO HISTÓRICA

- Os meios de comunicação de massa, no Brasil, desenvolvem-se, desde o início do século, com a importação dos meios técnicos que geralmente são operados com um caráter experimental. Uma vez instalados, esses meios técnicos são progressivamente absorvidos pelo setor privado-comercial e vão sendo controlados por empresas voltadas para a acumulação capitalista.

- O Estado, especialmente a partir de 1930 quando se moderniza e começa a racionalizar sua intervenção sobre a economia e a sofisticar sua capacidade de mediação política, evidencia preocupação em controlar a produção cultural, especialmente as práticas de comunicação de massa.

- O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa acompanha o ritmo de desenvolvimento do capitalismo brasileiro e não tem expressão econômica muito relevante até 1964. Desde o golpe de março de 1964, a via de desenvolvimento capitalista adotada, resultante da conquista do Estado pela burguesia industrial e financeira interna - cional, transformou os meios de comunicação de massa em área de acumulação intensiva. Essa transformação irrompe, inclusive, no campo das diversões públicas (cinema, teatro, espetáculos, etc.) que, progressivamente, passam a ser objeto de especulação capitalista.

- Mesmo assim, as limitações do capitalismo brasileiro fazem com que o ramo das diversões públicas seja ainda secundário para a acumulação de capital, ao contrário do que se verifica com a imprensa e a radiodifusão. Nesse campo das diversões públicas, pressionado pela intelectualidade - e também como forma de cooptação dessa intelectualidade - O Estado intervém financiando e subsidiando a produção cultural que, em geral, tem que se submeter ao seu crivo político.

- O desenvolvimento das forças produtivas, envolvendo as práticas de comunicação de massa, desde 1964, foi gigantesco e decorreu do modelo de desenvolvimento econômico adotado que criou um mercado interno baseado na concentração de renda, voltado especialmente para os bens de consumo duráveis e serviços sofisticados produzidos pelos setores industriais e financeiros, vinculados ao capital internacional.

- A velocidade e a intensidade das transformações econômicas pós-64, que aprofundaram as relações capitalistas no Brasil, impuseram transformações correspondentes aos meios de comunicação de massa. Estes passaram a cumprir funções indispensáveis à reprodução ampliada do capital. Isto é, passaram a atuar estimulando intensivamente o mercado de consumo e com isso contribuindo para a racionalização da produção das grandes empresas. O sistema de comunicação de massa age de forma decisiva nessa evolução das relações econômicas

que caracterizam o capitalismo no Brasil pós-64.

- O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa no Brasil pós-64 vinculou-se ao acelerado processo de implantação e expansão do capital monopolista. Esse papel econômico, exercido diretamente pelos meios de comunicação de massa, lhes confere características singulares em relação aos dos países economicamente atrasados. No Brasil, esses meios cumprem uma função extremamente ativa nos planos político e econômico. Não são simplesmente meios de propagação ideológica, comparáveis à Escola, à Família, etc. São isto sim, meios privilegiados de organização social, que cumprem um decisivo papel político e econômico. Os meios de comunicação de massa não cumprem, portanto, um simples papel ideológico de hegemonia burguesa, mas exercem uma função organizadora e constitutiva das relações políticas e mercantis da sociedade brasileira.

- A instalação do capital monopolista no próprio ramo da comunicação de massa gerou uma violenta defasagem entre o desenvolvimento das forças produtivas e das relações de produção. No ramo da comunicação, surgem empresas de porte comparável às dos países desenvolvidos e desproporcional às pequenas e médias empresas nacionais. Por outro lado, as empresas que proporcionam cobertura nacional, com as cadeias de rádio e televisão, constituem um instrumento privilegiado do capital monopolista que se instala em todos os ramos da economia.

- Ao papel econômico cumprido pelos meios de comunicação de massa, corresponde um papel político. Trata-se de legitimar o regime que sustenta o modelo econômico imposto pela burguesia industrial e financeira associada ao capital internacional. Os meios de comunicação que em sua absoluta maioria também são empresas capitalistas, legitimam e sustentam os governos e os métodos repressivos e autoritários usados para garantir o processo de concentração de renda e super-exploação da força de trabalho. Os meios de comunicação de massa cumprem esse papel fazendo propaganda direta do governo, omitindo as informações que contrariam os interesses dos governantes e interpretando a realidade de uma forma que interessa às classes dominantes.

- A organização dos meios de comunicação de massa, numa sociedade como a brasileira, é portanto uma área extremamente sensível, onde se explicita claramente a estratégia de dominação burguesa.

- A montagem do sistema de comunicação necessário para cumprir o papel político e econômico compatível com o projeto da burguesia industrial e financeira internacional não foi acidental. Escolheu-se a televisão por ser o veículo mais apropriado para atingir o país inteiro. O capital internacional buscou criteriosamente um sócio local e o escolhido foi o empresário Roberto Marinho, com excelente folha de serviços prestados ao capital estrangeiro, como a campanha (financiada por empre-

sas multinacionais) movida contra a nacionalização do petróleo e contra as posições nacionalistas do governo de Getúlio Vargas, só para citarmos um exemplo. Os contatos entre a Globo e o grupo norte-americano no Time-Life iniciaram em 1961 e já em 1962 foram assinados contratos e enviados mais de um milhão e meio de dólares. As ligações da Globo com o grupo Time-Life, entretanto, só puderam realizar-se integralmente após o golpe de março de 1964, com especial apoio dos responsáveis pela área econômica do governo golpista, como o atual senador Roberto Campos do PDS. Diversas outras personalidades que ocuparam funções importantes no aparelho governamental a partir de 1964, e que estão no governo até hoje, responsabilizaram-se por conivência, negligência ou omissão nas irregularidades que possibilitaram a implantação da Rede Globo, inconstitucionalmente amparada pelo capital estrangeiro.

- A intervenção inconstitucional do capital estrangeiro sobre as organizações Globo, através do grupo Time-Life, forneceu as condições financeiras e técnicas para um acelerado desenvolvimento. A implantação da Rede Globo vincula-se, por outro lado, a um processo igualmente acelerado de modernização da infra-estrutura de telecomunicações que reflete a penetração das multinacionais da indústria eletro-eletrônica no Brasil. O desenvolvimento da infra-estrutura de telecomunicações possibilita que a Rede Globo afirme-se como o primeiro sistema de comunicações a funcionar em escala nacional, a exemplo das redes norte-americanas de televisão. O capital, o apoio técnico e as avançadas técnicas gerenciais proporcionadas pelo grupo Time-Life forneceram as condições básicas para o desenvolvimento da Rede Globo. A nova televisão brasileira gerada pela instalação da Rede Globo expandiu-se violentamente: no início da década de 80, já estava absorvendo mais de 60% do total das verbas publicitárias investidas no país, sendo portanto o principal veículo de comunicação de massa (ver quadro). E do total dos investimentos publicitários destinados à televisão, cerca de 70% são captados pela Rede Globo.

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO (%)

ANO	TV	JORNAL	RÁDIO	REVISTAS	OUTROS
50	-	39	24	10	27
55	-	36	24	11	29
60	9	33	14	11	33
65	32,8	18,4	19,5	25,6	3,7
71	39,3	24,8	12,7	17,0	6,2
75	53,9	19,8	8,8	14,1	3,4
80	57,8	16,2	8,1	14,0	3,9

Fonte: Grupo de mídia de São Paulo e Secretaria de Imprensa e Divulgação da Presidência da República.

- Com a implantação da Rede Globo criou-se um ramo privilegiado de acumulação do capital que desenvolve-se vinculado aos ramos modernos da indústria e do setor terciário, que foram beneficiados pelas políticas econômicas pós-64. A radicalização da exploração privada comercial praticada pela Rede Globo, impulsionou toda radiodifusão (rádio e televisão) a absorver, hoje, quase 70% do montante dos investimentos publicitários aplicados no Brasil. Essa exacerbação do caráter privado-comercial da radiodifusão condiciona o desenvolvimento de todos os meios de comunicação de massa. A radiodifusão, portanto, está no centro do desenvolvimento de todo o sistema no Brasil.

A LEGISLAÇÃO E A POLÍTICA OFICIAL

- A expansão da radiodifusão privada-comercial foi baseada na legislação vigente desde 1962 (Lei 4.117 de agosto de 1962, posteriormente complementada pelo Decreto 236 de fevereiro de 1967). Essa legislação é genérica e ambígua na definição de um papel social para a radiodifusão. Na verdade, essa legislação é formalmente ambígua, porque ao não estabelecer limites claros para a exploração privada dos serviços públicos de radiodifusão, assegura uma liberalidade propícia às empresas capitalistas. Desconsiderando as conquistas democráticas alcançadas em vários países desenvolvidos, no sentido de se limitar o uso privado desses serviços públicos, a legislação de radiodifusão vigente no Brasil favorece o capital. Essa legislação, por outro lado, afirma-se pela clareza de certos princípios autoritários, como o dispositivo herdado da Regulamentação das Radiocomunicações de 1931, que atribui ao Presidente da República prerrogativas para decidir exclusivamente e sem critérios objetivos sobre a outorga de concessões. O Código Brasileiro de Telecomunicações, nesse sentido, mesmo sendo instituído num período de normalidade institucional, é um verdadeiro AI-5 da comunicação de massa no Brasil.

- A expansão da radiodifusão foi possibilitada, também, pela violenta concentração de capital e tecnologia em algumas poucas empresas, que foram aquinhoadas com favores governamentais como outorga de concessões além dos limites legais, tolerância com o controle indireto das concessões por "testas-de-ferro", aumentos de potência, etc. O próprio Ministério das Comunicações colocou todos os radiodifusores sob suspeita quando admitiu publicamente que não tem condições para impedir o controle indireto das concessões através dos "testas-de-ferro".

- Com essas garantias para o avanço da exploração privada-comercial as emissoras extrapolaram até mesmo as tímidas restrições contidas na legislação que estabelece a subordinação da exploração comercial às finalidades educativas e culturais. Apesar da imprecisão e da genera-

lidade desse princípio, se aplicado com a interpretação mais óbvia, colocaria na ilegalidade a absoluta maioria das emissoras de radiodifusão e de um modo especial a Rede Globo. A utilização do merchandising que é a propaganda comercial veiculada de maneira sub-reptícia ou até mesmo ostensiva, no interior da programação de entretenimento, constitui violação ostensiva da legislação vigente.

- Mas não é a tolerância com a prática do merchandising a única fonte de corrupção da radiodifusão brasileira. É a política governamental que acata servilmente a imposição "de fato" feita pelas grandes empresas e especialmente pela Rede Globo, de um modelo de televisão para o Brasil. Nas diretrizes estabelecidas pela Presidência da República, no governo do General Figueiredo, essa política de radiodifusão está bastante explícita:

- "4 - A radiodifusão é atividade eminentemente privada, reservada no País exclusivamente a brasileiros. O papel do Estado terá caráter meramente supletivo e dirigido a objetivos específicos.
- 4.1 - A concessão de canais de radiodifusão levará em conta, além dos critérios técnicos e legais pertinentes, a viabilidade econômico-financeira dos empreendimentos.
- 4.2 - A formação de redes nacionais será estimulada, especialmente no campo da televisão, como meio de apoiar a meta de integração nacional e de assegurar a estabilidade econômico-financeira dos empreendimentos, dentro de um regime competitivo e equilibrado.
- 4.3 - A interiorização da televisão será incentivada pelo uso extensivo da infra-estrutura do sistema nacional de telecomunicações".

- A política de radiodifusão expressa nas diretrizes do General Figueiredo nada mais é do que a consagração do modelo de televisão imposto pela Rede Globo, desde a sua implantação, amparada no capital do grupo norte-americano Time-Life. A imposição deste modelo de televisão tornou-se viável pela coerência da Globo com o modelo econômico, que necessitava de um instrumento eficaz de estimulação de mercado gerado pela e para a concentração da renda, em âmbito nacional. Afirmou-se também pelo peso político que a Globo adquiriu e pelo seu inevitável sucesso comercial. O modelo de televisão imposto pela Rede Globo é tido no Brasil como "modo natural" da televisão existir. Tamanha é a eficácia dessa empresa que a sua existência anômala, se confrontada até mesmo com a limitada legislação vigente, não é sequer questionada. Mesmo sendo uma empresa montada inconstitucionalmente pelo capital estrangeiro. Mesmo concentrando, graças a favores e privilégios governa-

mantais, impressionante poder tecnológico e econômico. Mesmo que , pela sua forma de expansão - através de retransmissoras que atingem 99% dos domicílios com TV, em 88% dos municípios, atingindo 93% dos 120 milhões de brasileiros - a Globo estabeleça uma competição desigual com outras emissoras de televisão, de rádio e até mesmo com os jornais, na disputa pelas verbas publicitárias. Mesmo que atue submetendo a cada minuto o interesse social ao interesse privado-comercial. Mesmo estreitando, com a produção centralizada, o mercado de trabalho para diversas categorias profissionais. Mesmo concentrando nas mãos de um único empresário, um fantástico poder político, às custas da execução de um serviço público. Apesar disso tudo, até o momento, não surgiram setores organizados que reivindicassem o fim desse monumental usufruto de recursos públicos e dessa perniciosa política de constituição de redes ainda que essa reivindicação, além de tudo, ampare-se na legislação vigente.

- Em diversas oportunidades, setores dos governos pós-64 demonstraram certos temores quanto ao excessivo crescimento da Rede Globo e à força política concentrada por esta empresa. Entretanto, as tímidas medidas adotadas pelo Governo, com o estímulo ao surgimento de novas redes de televisão, evidenciam que não há real interesse sequer em propiciar uma equilibrada concorrência de mercado entre empresas privadas: as excepcionais condições técnicas e econômicas acumuladas pela Globo num processo espúrio de desenvolvimento a tornam praticamente inextinguível, estabelecendo-se apenas disputas por pequenos segmentos do mercado. Uma verdadeira democratização da radiodifusão brasileira só poderá ser alcançada com uma radical desconcentração da propriedade e da tecnologia.

- É preciso ressaltar que a abrangência dos serviços de televisão prestados pela Rede Globo não tem similar entre outros serviços públicos como eletricidade, água, saneamento básico ou mesmo educação. Nenhum destes serviços públicos atinge uma parcela de população tão grande quanto a atingida pela Rede Globo, fornecendo serviços de radiodifusão. A rede de retransmissoras desfrutada pela Rede Globo torna o Brasil o segundo país do mundo em redes de microondas, só atrás dos Estados Unidos. É extremamente grave que isto ocorra, justamente, com os serviços de uma empresa privada que fornece não água, nem luz, nem esgoto: a Rede Globo fornece idéias, interpretação da realidade. A Globo procura disfarçar sua orientação política e mercantil apresentando-se como uma "mobilizadora da solidariedade nacional" em campanhas que, na verdade, tratam o interesse público de uma forma muito particular. Expressões como "debate" e "mobilização", são usadas para qualificar a orientação dada pela Globo a suas campanhas. Essas expressões escondem o caráter vertical e autoritário da produção e das práticas da empresa que busca legitimidade com a simulação da discussão de

questões nacionais ou com o enunciado de falsos problemas, como os efeitos terapêuticos de uma determinada planta ou a adoção de determinada prática de ginástica. A grande repercussão de algumas dessas campanhas sensibiliza as pessoas desinformadas e tem que ser desmistificada: com suas campanhas a Globo não faz nada de excepcional, pois está permanentemente, diária e cotidianamente mobilizando a Nação para tomar coca-cola; para estigmatizar os negros sempre apresentados como empregados nas novelas; para incutir que as crianças que comem iogurte são saudáveis e inteligentes; para mostrar que o general Figueiredo é popular; para apoiar o Governo; enfim, para afirmar as idéias das classes dominantes.

- É preciso ressaltar, também, que essa política de estruturação monopolista das redes e as diretrizes que o Governo adota para a radiodifusão, como a concentração de concessões, e de potência de emissão em algumas empresas, ampara-se na legislação vigente, mas não está determinada por esta legislação. Exemplificamos: o Governo poderia adotar, imediatamente, uma política de outorga de concessões exclusivamente a entidades associativas e representativas da sociedade civil, sem fins lucrativos, como sindicatos, cooperativas, etc. Para implementar uma política desse tipo não seria necessária a mudança de sequer vírgula da legislação vigente. Isto é, o Governo constrói sua política de radiodifusão, claramente, a partir dos interesses das classes dominantes que quer preservar e defender. Apesar da radiodifusão ser enquadrada legalmente como um serviço público, não há preocupação do Governo em preservar o interesse das maiorias: a radiodifusão é tratada, como diz a política formulada pelo general Figueiredo, como uma "atividade eminentemente privada".

A AMPLITUDE DA PRESENÇA DO CAPITAL MONOPOLISTA

- A ênfase que estamos dando à radiodifusão, e particularmente à Rede Globo justifica-se pela expressão desse ramo da comunicação de massa no Brasil. Como já observamos, a radiodifusão absorve quase 70% do montante das verbas publicitárias aplicadas no País. E o peso da Globo é impressionante: mais de 40% do total das verbas publicitárias aplicadas no Brasil são dirigidas a esse grupo privado. Se somarmos a esse total captado pela Rede Globo a publicidade absorvida por outras empresas das organizações Globo, como as redes de rádio em AM e FM, o jornal "O Globo", a Editora Rio Gráfica, entre outros empreendimentos, podemos dizer que quase a metade das verbas publicitárias aplicadas no país destinam-se às empresas de Roberto Marinho. Não é possível, portanto, reorientar as políticas de comunicação do Brasil, em favor dos interesses populares, sem o desmantelamento da estruturação monopolis-

ta da radiodifusão.

- O capital monopolista, entretanto, também encontra-se presente na imprensa, no ramo editorial e na indústria fonográfica. E o Estado dispõe de meios eficazes para influenciar estes setores, por exemplo, com o controle de importações de máquinas, equipamentos, peças, papel e insumos diversos. A convivência política do Governo com a instalação do capital monopolista no ramo editorial também manifesta-se de outras formas. Enquanto a espúria Lei dos Estrangeiros é invocada para justificar a perseguição de pessoas como o ex-presidente da União Nacional dos Estudantes (UNE), Javier Alfaya, desconsidera-se a atuação do ex-funcionário do grupo norte-americano Time-Life, Victor Civita, que controla no Brasil a Editora Abril, um dos maiores impérios editoriais da América Latina, contrariando as disposições constitucionais que definem como privativas de brasileiros natos a propriedade e a orientação administrativa ou intelectual de empresas de comunicação.

AS NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO

- O surgimento de novas tecnologias de comunicação, baseadas nas aplicações da microeletrônica, como os serviços de cabodifusão, videotexto, teletexto e TV por assinatura, gerou uma corrida dos grandes grupos da área de comunicação que pretendem submeter a implantação desses serviços à exploração privada-comercial.

- O avanço das grandes empresas, sobre as aplicações tecnológicas da microeletrônica, busca a perpetuação e a radicalização do controle privado-comercial do sistema de comunicação de massa. Esse avanço também está orientado para tentar quebrar os aspectos nacionalistas da Política de Informática adotada pelo Governo, que busca alguma autonomia tecnológica para o Brasil. Por isso é urgente a mobilização dos setores que têm interesse ou necessitam de uma reestruturação democrática dos meios de comunicação de massa no Brasil. Essa mobilização deve impedir o avanço das empresas privadas-comerciais sobre os novos ramos da comunicação de massa que estão se desenvolvendo, com potencialidades imensas. Mas deve, também, tomar a ofensiva para colocar em cheque as condições que garantem aos grupos capitalistas dominantes o controle quase integral dos meios de expressão pública no Brasil. Isto é, uma atitude ofensiva dos setores democráticos do país não deve apenas buscar garantias de que as novas tecnologias de comunicação serão implantadas considerando-se o interesse público e não o interesse privado-comercial: deve romper a apatia e a tolerância com o controle privado comercial sobre a quase totalidade dos meios de comunicação de massa existentes no país. Afinal, o monopólio da informação no Brasil, além de ser empresarial, é um monopólio de classe.

PROPOSTA DE LUTA

- Existem diversas categorias profissionais imediatamente interessadas na reformulação das políticas de comunicação atualmente impostas no Brasil. Mas os interesses em torno de uma efetiva democratização da comunicação no Brasil, evidentemente, não se restringem a essas categorias profissionais: a atuação dos meios de comunicação de massa, controlados pelos grupos capitalistas, fere os interesses da absoluta maioria da população. E são esses amplos interesses populares que devem ser, não só a referência para o rumo que deve tomar a luta por outras políticas de comunicação, como também constituir a base social para qualquer mudança mais profunda. As categorias profissionais, na formulação das diretrizes que vão orientar a luta por políticas de comunicação, só adquirirão consequência se buscarem aliança com os setores operários e populares que sofrem diariamente a atuação dos meios de comunicação controlados direta e indiretamente por seus patrões. Essa luta democrática por uma nova política de comunicação para o Brasil só terá consequência histórica se orientar-se por uma perspectiva operário-popular.

- Esta proposição de luta dirige-se, portanto, a todas as forças democráticas que tenham interesse e possibilidade de lutar por uma perspectiva operário-popular para a organização dos meios de comunicação de massa no Brasil.

- Concluímos que só obteremos conquistas na luta por políticas de comunicação para o Brasil se houver coordenação e unidade de forças de distintas categorias profissionais e se esse debate for levado, com todos os meios que se conseguir utilizar, ao conjunto da população.

- No exposto, amparamos as seguintes diretrizes que nesse momento histórico representam um avanço para as categorias profissionais e os interesses populares. Essas diretrizes constituem a base das políticas de comunicação que deverão ser formuladas e dos indicativos da ação necessária para sua concretização.

RADIODIFUSÃO

Diretrizes gerais

- A exploração comercial das emissoras de radiodifusão (rádio e televisão) é incompatível com o caráter público desse serviço. O interesse popular envolvido na atuação das emissoras de radiodifusão exige formas democráticas de controle e de definição das suas linhas de atuação. A radiodifusão não pode ser submetida nem aos interesses especulativos e comerciais e nem ao jugo arbitrário do Estado.

- É necessário democratizar os mecanismos de outorga de concessões.

sões, as instâncias de controle da atuação das emissoras e a natureza dos concessionários.

Indicativos para a ação

- Criação imediata de uma comissão representativa das categorias profissionais e entidades socialmente representativas que aderirem a esse manifesto para elaboração de um novo Código Brasileiro de Telecomunicações, propondo um novo modelo para a radiodifusão brasileira e para a introdução das novas tecnologias de comunicação.

- Luta pela criação imediata, nas emissoras privado-comerciais, de instâncias de decisão com a participação dos profissionais empregados nessas empresas, na definição do conteúdo da programação.

- Denunciar publicamente a arbitrariedade da atual política de radiodifusão que dá prioridade a interesses privados e mercantis da organização da radiodifusão brasileira e na extensão dessas arbitrariedades e tendências monopolistas às novas tecnologias de comunicação, cuja implantação o Governo está acobertando e amparando.

- Denunciar o excessivo número de concessões que vêm sendo outorgadas, num claro esforço do Governo para esgotar o espectro de frequências disponíveis em concessões e empresas privadas e amparadas exclusivamente em critérios políticos (entre 1982 e 83, outorgou-se uma concessão a cada quatro dias).

- Instaurar ação popular contra a prática do "merchadising" pelas emissoras de televisão.

- Dirigir representação ao Governo Federal questionando a natureza da realização e exibição do programa "O Povo e o Presidente", veiculado pela Rede Globo.

Propostas referentes à outorga de concessões

- Proibição de que uma entidade concessionária acumule mais de uma concessão para execução dos serviços de radiodifusão. Isto é, cada entidade poderia ser titular de, no máximo, uma concessão de cada uma das modalidades de serviço de radiodifusão.

- Outorga das concessões pelo Congresso Nacional, ouvido o parecer de uma Comissão Federal de Radiodifusão, democraticamente constituída e representativa da sociedade civil.

- Prioridade, assegurada legalmente, para outorga de concessões de serviços de radiodifusão a entidades sem fins lucrativos e socialmente representativas.

- Definição clara do campo de abrangência geográfica das concessões outorgadas para execução dos serviços de radiodifusão.

- Previsão e regulamentação da outorga de concessões de baixa potência para serviço local de radiodifusão que necessita um mínimo de cuidados técnicos para operação, viabilizando o manejo direto dos meios de comunicação por entidades representativas de comunidades.

Proposições referentes à atuação das emissoras

- Regionalização e municipalização das emissoras de radiodifusão através do estabelecimento de limitações à potência das emissoras, de modo a diversificar a produção e a aproximá-las dos interesses regionais e locais. Essa medida tem, igualmente, a finalidade de equilibrar a competição entre as emissoras, fazendo com que a disputa de audiência seja resolvida pela qualidade da programação e não por favores técnicos arbitrariamente distribuídos pelo Poder Concedente.

- Extinção das redes monopolistas privadas-comerciais de rádio e televisão e criação de horários de programação nacional de informação e entretenimento. Essa programação nacional deve ter vários canais para opção do público e será controlada por uma entidade pública, não estatal, dirigida por um conselho representativo da sociedade civil, democraticamente constituído e subordinado ao Congresso Nacional.

- Autorização para funcionamento, com atuação disciplinada legalmente, de produtores independentes de programação para rádio e televisão (atualmente só as emissoras de radiodifusão têm condições de importar equipamentos).

- Estabelecimento de limites máximos para a exibição de programas produzidos em outros Estados e fora do País. Estabelecimento de limites mínimos para produção local e regional.

- Orientação da atuação das emissoras de radiodifusão por conselhos estaduais e municipais democraticamente constituídos e socialmente representativos.

- Estabelecimento de reserva de mercado para a produção independente de televisão (produção executada por entidades não prestadoras de serviço de radiodifusão) com as seguintes características: a reserva de mercado será garantida por faixa de horários e tipos de programação (envolvendo curtas, médias e longa metragens e produções teatrais, circenses e musicais); essa reserva não será inferior a 50% da programação exibida pela emissora.

- Direção das emissoras de radiodifusão educativas (não exploradas comercialmente e pertencentes a órgãos públicos) por órgão colegiado de-

mocraticamente constituído e que inclua representantes das categorias profissionais na área de comunicação e entidades representativas dos setores populares existentes na área de atuação dessa emissoras.

- Restrição à produção de filmes publicitários pelas emissoras de radiodifusão, que só poderão ser realizadas por empresas produtoras.

- Estabelecimento, para as emissoras de radiodifusão, de limites máximos para aquisição e exibição de programas de uma mesma fonte.

- Estabelecimento da obrigatoriedade de cessão periódica de horário gratuito, pelas emissoras de radiodifusão, para veiculação de programas produzidos pelos partidos políticos.

- Proibição de exibição, pelas emissoras de televisão, de filmes longa-metragem no horário nobre (20h às 22h).

Proposições referentes a uma política tecnológica e industrial para a radiodifusão

- Formulação de uma política tecnológica e industrial para equipagem padronizada das emissoras de radiodifusão e para viabilizar a criação de centros independentes de produção.

IMPRENSA

Diretrizes gerais

- Pelo seu caráter social e pelo interesse popular que envolvem, as empresas jornalísticas não podem permanecer submetidas ao arbítrio dos interesses privados, especulativos e comerciais. O conceito de liberdade de imprensa não pode servir de bloco para a "liberdade de empresa", isto é, a liberdade para os interesses restritos do capital.

- É necessário democratizar as oportunidades de expressão através da imprensa, atualmente sujeitas quase que integralmente ao controle da iniciativa privada comercial.

Indicativos para a ação

- Criação imediata de uma comissão representativa das categorias profissionais e entidades socialmente representativas que aderirem a esse manifesto, para elaboração de uma nova Lei de Imprensa, formulando um novo modelo para a imprensa brasileira e tratando de forma abrangente o problema da produção editorial, não se restringindo às atividades jornalísticas.

Proposições referentes à constituição e funcionamento das empresas jornalísticas

- Estabelecimento de facilidades, legalmente estabelecidas,

para a constituição e o funcionamento de empresas jornalísticas que operam sem fins lucrativos e que sejam socialmente representativas.

- Criação de mecanismos democráticos e criteriosos para controle das importações de equipamentos, máquinas e matérias-primas necessárias ao funcionamento das empresas jornalísticas e editoriais.

- Criação, nas empresas jornalísticas, especialmente as privadas comerciais, de instâncias de decisão, com a participação dos profissionais empregados, na definição do conteúdo dos jornais e periódicos produzidos.

Proposições referentes à disponibilidade de recursos de produção para as atividades jornalísticas e editoriais

- As imprensas oficiais dos Governos dos Estados deverão ser estruturadas de modo a oferecer, democraticamente, a preço de custo, os meios de produção necessários para que as entidades sem fins lucrativos e socialmente representativas, produzam seus veículos de comunicação.

- Criação de subsídio, a ser distribuído pelo Congresso Nacional, a publicações de interesse social, de caráter científico e político, não contempladas pela publicidade comercial.

Proposições referentes à edição de livros

- As imprensas oficiais dos Governos dos Estados deverão ser estruturadas de modo a oferecer, democraticamente, a preço de custo, os meios de produção necessários para que entidades socialmente representativas e sem fins lucrativos e também formas cooperativas de organizações de escritores, produzam suas publicações.

- Vinculação da publicação, pelas editoras, de livros de autores estrangeiros à obrigatoriedade de publicação de livros de autores nacionais.

DIVERSÕES PÚBLICAS

Diretrizes gerais

- Pelo seu caráter social, pelo interesse popular que envolvem e pelo patrimônio cultural que constituem, as atividades enquadradas no campo das diversões públicas (cinema, teatro, espetáculos e artes cênicas em geral) não podem ser submetidos ao arbítrio dos interesses privados, especulativos e comerciais.

- É necessário democratizar as oportunidades de expressão e de acesso à cultura através do teatro, do cinema, dos espetáculos e artes cênicas em geral.

- O Estado, a nível federal, estadual e municipal, deve colocar recursos materiais e financeiros à disposição dos produtores. Esses recursos, por área de atuação, serão destinados por conselhos democraticamente constituídos e socialmente representativos, incluindo necessariamente representantes das entidades de profissionais da área, que definirão prioridades de atendimento. O Estado também deve criar e manter uma infra-estrutura política para exibição e distribuição da produção cultural, colocada disponível aos produtores a preço de custo.

Indicativos para a ação

- Constituição de comissões representativas das categorias profissionais e setores populares para a formulação de uma política para o cinema, o teatro e as artes cênicas, a ser proposta através de anteprojeto de lei ao Congresso Nacional.

Proposições referentes à Censura

- Extinção da censura aos espetáculos de diversões públicas e substituição do atual regime censório por um sistema de classificação de espetáculos para orientação do público, sem interdição ou cortes às obras. A classificação dos espetáculos será feita por um órgão colegiado, democraticamente constituído e socialmente representativo.

Proposições referentes à produção cinematográfica

- Ampliação da abrangência do princípio, integrante da legislação de curta-metragem, estabelecendo-se que todo filme estrangeiro, objeto de veiculação comercial, deve ser sempre acompanhado de um curta-metragem brasileiro em qualquer veículo ou suporte (inclusive televisão, videocassete, etc.).

- Criação de Pólos Cinematográficos nos Estados onde já existe alguma produção e fortalecimento dos já iniciados.

- Fazer valer para o cinema nacional a lei do similar nacional aplicável aos produtos importados.

- Fomento à produção de insumos e equipamentos para a indústria cinematográfica e para as atividades de artes cênicas e criação de facilidades para a importação de equipamentos e insumos cuja produção no Brasil não é tecnológica ou economicamente viável.

Proposições referentes às artes circenses

- Obrigatoriedade de destinação, em cada município, de espaços e condições adequadas para a instalação de lonas e pavilhões para ativi-

des circenses.

PROPOSIÇÕES GERAIS

Proposições referentes à liberdade de informação e expressão

- Revogação da Lei de Segurança Nacional e extinção de todos os dispositivos legais que restringem a liberdade de expressão pública ou que impedem o acesso de jornalistas a fontes de informação.

- Redução, a um mínimo socialmente aceitável, do período de interdição de documentos classificados (reservados, sigilosos, confidenciais, secretos, etc.) por razões de Estado. Criação de uma instância de recurso que possa rever as classificações efetuadas.

- Introdução, na legislação de Imprensa, da cláusula de consciência, que permite ao jornalista recusar-se, sem sofrer represálias, a realizar matérias que contrariam suas concepções morais ou políticas.

- Garantia do acesso de todo cidadão às informações armazenadas sobre sua pessoa em qualquer órgão público ou privado.

Proposições referentes aos direitos autorais

- Fortalecimento da legislação do direito autoral, especialmente das garantias de que os artistas e técnicos recebam o pagamento dos direitos autorais a cada apresentação do espetáculo, o que não é observado pelas emissoras de televisão na utilização de vídeo-tape.

- Estabelecimento de garantias de que o Governo homologue as tabelas aprovadas pelo Conselho Nacional do Direito Autoral.

Proposições referentes ao videocassete

- Estabelecimento de reserva de mercado para a produção nacional veiculada em videocassete e taxação da produção estrangeira.

Proposições referentes à Educação

- Iniciar imediatamente nas disciplinas adequadas dos cursos superiores de todas as áreas (Estudo de Problemas Brasileiros, por exemplo) o debate das propostas de luta por políticas democráticas de comunicação para o Brasil.

- Nos Cursos de Comunicação e áreas afins, além de inclusão nas disciplinas adequadas dos debates sobre as propostas de luta por políticas democráticas de comunicação para o Brasil, iniciar atividades de Pesquisa e Extensão sobre esta problemática: desenvolver Pesqui-

sas que contribuam para um esclarecimento das práticas dominantes de comunicação de massa e para identificar os interesses populares envolvidos; desenvolver atividades de Extensão - envolvendo professores e estudantes - para levar à população o debate das propostas de luta por políticas democráticas de comunicação.

- Inserir no sistema de educação formal básica (primeiro e segundo graus) programas visando a análise e reflexão sobre a comunicação de massa, tendo como objetivo a formação da consciência crítica sobre o papel dos meios e atividades de comunicação na sociedade.

- Criar e apoiar os programas de formação de consciência crítica dos usuários dos meios de comunicação de massa, através das organizações de base da sociedade civil.

- Planejar e adaptar os cursos de Engenharia Elétrica, de 2º e 3º graus, para o desenvolvimento tecnológico necessário para a implantação no Brasil das novas tecnologias de comunicação (recepção direta de satélite, serviço de cabodifusão, videotexto, teletexto, etc.).

Proposições referentes à comunicação na América Latina

- Estabelecer política clara de apoio à luta dos povos do Terceiro Mundo por uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação. Neste sentido, entre outras medidas, apoiar material e politicamente o Programa Internacional de Desenvolvimento da Comunicação (PIDC) da UNESCO e a criação da Agência Latino-americana de Serviços Especiais de Informação (ALASEI).

Proposições referentes à organização dos trabalhadores na área de comunicação

- Criação de um sindicato único da área de comunicação, abrangendo todas as profissões similares: radialistas, jornalistas, gráficos, publicitários, atores e outros.

Proposições referentes à publicidade

- Proibição de utilização comercial de peças publicitárias produzidas no exterior ou simplesmente adaptadas no Brasil.

- Proibição de que as empresas de radiodifusão produzam filmes e video-tapes publicitários que só poderão ser realizados por empresas produtoras independentes.

- Estabelecimento de critérios claros e democráticos para a destinação da publicidade dos Governos das empresas estatais, federais, estaduais e municipais.

Proposições referentes à comunicação popular

- Criação, pelos Governos estaduais e municipais, de circuitos populares de comunicação, com a abertura de espaços em salas públicas, escolas, sindicatos, igrejas, para a difusão de filmes, video-tapes e espetáculos, como medida de apoio à cultura regional e local.

(O documento aqui transcrito, debatido pelos representantes das entidades participantes do VII Congresso da ABEPEC, na sessão realizada no dia 7/10/83, já inclui as emendas sugeridas nessa sessão).

Boletim da Associação Brasileira
de Ensino e Pesquisa da Comunicação
ABEPEC

Diretoria 1982/84

José A. C. d'Arrochela Lôbo - Presidente

Bernardo A. Carvalho - Vice-Presidente

Eliane Facón - Diretora

José Milton Santos - Diretor

Maria Aparecida de Paula - Diretora

Maria do Carmo de Souza Reis - Diretora

Sede: Av. Álvares Cabral, 400

30.000 - Belo Horizonte - Minas Gerais

Telex: (031) 2411

Fones: (031) 224:2629 e 224:5011

A impressão deste Boletim foi possível graças à colaboração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

