

Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC)

GT Democratização da Comunicação

Manifestação pública da SBPC - Proposta de documento para a diretoria e Conselho da SBPC

Carta de Salvador: Democratização da Comunicação

Vivemos numa sociedade mediatizada na qual a quase totalidade dos indivíduos, não importando condições ou situações de classe ou renda, nível educacional, moradia, gênero, raça ou crenças informa-se, situa-se e forma suas opiniões e valores sobre seu cotidiano, relações sociais próximas e inserção no mundo, principalmente a partir do que vê, ouve, lê nos veículos de comunicação. Esses meios, que tiveram seu alcance extremamente ampliado pela emergência da internet, na qual estão inseridos e atuam, constituem-se num rico e poderoso setor econômico, gerador de emprego e renda, fomentador de hábitos de consumo, logo de estímulo à sustentação do mercado, sem falar na sua dimensão essencial à produção e reprodução da cultura contemporânea. Os meios de comunicação tornaram-se os maiores contadores de história da atualidade e as experiências mediadas têm assumido proporções cada vez maiores no cotidiano. Essas e outras mudanças têm provocado uma crise da discursividade social, colocando numa situação instável diferentes atores e seus respectivos lugares de fala, com destaque para os atores do campo político.

Em todo o mundo, esse amplo setor que articula grandes companhias fabricantes de sistemas e de aparelhos de transmissão e recepção, grandes corporações produtoras e distribuidoras de conteúdos audiovisuais e impressos, agências de publicidade e outros segmentos afins, movimenta entre 6 a 7 por cento do PIB mundial. No Brasil, a relação não é muito diferente. Por sua importância econômica, política e estratégica, esse setor, em boa parte dos países, foi submetido à regulação pública desde os seus primórdios. A telegrafia foi estatizada na Inglaterra e no restante da Europa ainda no século XIX; a radiodifusão, nas primeiras décadas do século XX. Nos Estados Unidos, embora submetidas a regras de serviço público, as atividades operacionais eram concedidas a companhias comerciais privadas, dando origem a monopólios e oligopólios como o da AT&T na telefonia e o das redes NBC-ABC-CBS na radiodifusão. Em nosso país, as primeiras experiências de radiodifusão contaram com o apoio decisivo da comunidade científica. Após a celebração do primeiro centenário da Independência, a iniciativa pioneira de personalidades como Roquette-Pinto e Henrique Morize, ligados à Academia Brasileira de Ciências, possibilitou a criação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, origem da Rádio MEC, e da utilização pioneira em nosso país dos veículos de comunicação como instrumentos de acesso à cultura e ao conhecimento. Por outro lado, como em outras nações da periferia capitalista, a regulação da comunicação chegou muito tarde. Após a promulgação de decretos isolados, apenas em 1962, foi estabelecido o primeiro Código Brasileiro de Telecomunicações, origem do sistema

estatal Telebrás nas telecomunicações, e do oligopólio na radiodifusão, com proeminência absoluta da Rede Globo de Televisão.

A grande reestruturação político-econômica do capitalismo das últimas três décadas, abrindo espaço para a afirmação de políticas públicas neoliberais, em substituição à regulação fordista-keynesiana, paralelamente à emergência e expansão das tecnologias digitais de tratamento da informação e comunicação (NTIC), provocou fortes pressões pela alteração do modelo de serviço público e adoção de um novo programa regulatório, baseado na lógica do mercado, com a produção e disseminação de conteúdos a serviço do consumidor e não do cidadão. A consequência foi o crescimento e expansão mundial de grandes conglomerados multimeios, os maiores deles sediados nos Estados Unidos: Comcast-Universal, Disney, Time-Warner, News Corp (Fox), entre outros.

Em função dessa enorme concentração, o que se observa, em todo o mundo, é que os empresários da mídia passaram a gozar de uma posição central e de um quase exclusivo poder para definir as condições e limites da liberdade de expressão. Acabaram por estabelecer bases para a definição do que, majoritariamente, deve ou não ser noticiado, quais vozes podem ter acesso aos veículos de comunicação de maior capilaridade social, construindo narrativas próprias de uma mídia hegemônica e com alto grau de interesse partidário direto ou indireto.

Duas frentes concomitantes estão abertas, em diversos países democráticos, para evitar o déficit de pluralismo e equidade que essa situação oligopolista enseja: de um lado, a regulação propriamente dita, e de outro, e de forma complementar, o fomento de um sistema público de comunicação. Tal sistema, gerido de maneira transparente e com participação da sociedade, estaria orientado por princípios editoriais pautados na diversidade de opiniões, com o objetivo de promover a concorrência, com limites à concentração vertical e horizontal e à propriedade cruzada de empresas e veículos de comunicação.

O que se observa no Brasil, em termos da regulação da mídia, é o predomínio de um sistema anacrônico, pendente de regulação e de políticas públicas para a comunicação. Em alguns países latino-americanos, mais recentemente, leis e políticas públicas relacionadas aos meios foram formuladas e implantadas, não sem fortes resistências do empresariado, que costuma afirmar que as tentativas de limitação do oligopólio constituem um atentado à liberdade de expressão. Ao contrário, o que os movimentos pela democratização da comunicação têm buscado é a ampliação das garantias de que a liberdade de expressão seja para todos(as), estabelecendo a premissa de que os meios de comunicação têm um papel fundamental na construção e consolidação dos interesses comuns da cidadania e da sociedade.

Paralelamente, também nas últimas três décadas do século passado, aparece e cresce exponencialmente um novo fenômeno, de cunho científico, tecnológico, político, econômico e cultural: a internet. Enquanto sua evolução avançava dos meios militares e acadêmicos para o conjunto da sociedade, sua regulação era totalmente entregue, pelo governo dos Estados Unidos, a entidades de cunho privado e supostamente neutras em termos políticos, nucleadas pela *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* (ICANN). A internet penetra mundo afora, sem considerações às fronteiras nacionais e às normas de cada país, sendo

rapidamente adotada pelas mais variadas populações e culturas e tornando-se um ambiente comunicacional, informacional e de agenciamento de ações de todo tipo (comerciais, políticas, educacionais, lúdicas etc) que afeta profundamente a vida de bilhões de pessoas no planeta.

Após quase duas décadas de muita experimentação política e cultural, no que parecia ser, inicialmente, um ambiente aberto e livre da dominação econômica ou político-estatal, a internet começou a se concentrar em grandes plataformas sociodigitais (PSD) que inventaram maneiras de ganhar muito dinheiro a partir das próprias atividades negociais, profissionais ou lúdicas de milhões de empresas e bilhões de pessoas. Em pouco mais de dez anos, surgem e se tornam poderosas corporações como a Alphabet/Google, Amazon, Facebook e Apple (conhecidas em seu conjunto pelo acrônimo GAFA), a ponto de desafiar a liderança e hegemonia exercidas há muitas décadas pelos grupos tradicionais de rádio, televisão, cinema e imprensa. Nesta nova fase da internet, a era da doutrina GAFA, o consumidor se transmuta em dados, tornando-se ele mesmo um produto, já que tais empresas vão ocupando espaços crescentes, colocando-se em um lugar de “maîtres penseurs” em relação ao futuro das pessoas e dos destinos da sociedade. Através dos algoritmos, fabricam-se cálculos, estruturam-se instruções, desenham-se caminhos de pensamento que nos vão construindo: em vez de tais empresas nos servirem, elas se servem sobretudo de nós, sem maiores considerações pela privacidade e dispondo comercialmente dos dados pessoais de seus usuários. Para centenas de milhões de usuários, o Facebook constitui a principal, senão a exclusiva, janela para o mundo.

Por outro lado, crescem as pressões pelo livre acesso a bases de dados de todo o tipo, os sistemas tradicionais de copyright estão em crise e ganha espaço a produção e utilização de softwares livres. Surgem novas formas de produção e intercâmbio de informação de todo o tipo e em variados formatos midiáticos, torna-se usual a colaboração científica em rede e cresce o ensino a distância. Todo este novo cenário demanda debate, elaboração e implementação de políticas públicas de comunicação

No âmbito brasileiro, a Constituição de 1988 estabeleceu bases para um novo capítulo democrático. Pela primeira vez em nossa história, uma Constituição abrigava um conjunto de princípios que deveriam orientar uma futura regulação das comunicações. No entanto, 30 anos depois de sua promulgação, há pendências significativas em termos de normas infra-constitucionais e políticas públicas. Por pressão de interesses variados, os governos eleitos sob a Carta de 1988 promoveram mudanças em nosso marco regulatório, incluindo até mesmo a própria Constituição, sendo a mais importante a privatização total e desnacionalização parcial do Sistema Telebrás, em 1998. A força política interna do oligopólio da radiodifusão impediu, porém, até agora, maiores mudanças na regulação do rádio e da televisão que continua, formalmente, obediente ao defasado Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962.

Durante muito tempo, as Comunicações foram tratadas, no Brasil, como assunto próprio de especialistas, acadêmicos ou profissionais da área. Nos últimos anos, porém, um amplo conjunto de mudanças políticas e culturais fez com que diversos segmentos da sociedade civil organizada viessem a se interessar pelo tema e

intervir, com competência, no debate. Esse processo de mobilização atingiu seu auge na I Conferência Nacional de Comunicação (I CONFECOM), convocada pelo Presidente Lula, em 2009. Reunindo, no conjunto de suas etapas, mais de 30 mil participantes com a presença de representantes de movimentos sociais, entidades empresariais, academia e governo, a CONFECOM elaborou cerca de 700 propostas que podem nortear a construção de um novo marco regulatório e de políticas públicas para o setor. Embora a maior parte de suas propostas não tenha sido colocada em prática e uma segunda Conferência não tenha sido ainda convocada, na esteira de sua mobilização e debate, e sob a liderança do Fórum Nacional para a Democratização das Comunicações (FNDC), foram elaborados o documento "*20 Pontos para a Democratização da Comunicação no Brasil*" e o Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica (Lei da Mídia Democrática).

Entre 1988 e os dias de hoje, num jogo de forças políticas internas e externas e mobilização periódica dos representantes das empresas, dos profissionais e da sociedade civil organizada, conseguiu-se elaborar, pelo menos timidamente, alguns marcos regulatórios importantes para o setor, com a aprovação das Leis 9.612/1998, regulando as rádios comunitárias, 11.652/2008 que criou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), 12.485/2011, atualizando a regulação da televisão por assinatura, 12.527/2011 que trata de assegurar o Direito de Acesso à Informação. E no que tange às redes digitais, tivemos a importante aprovação do Marco Civil da Internet, através da Lei 12.965/2014, que trata da proteção dos direitos na rede.

No entanto, os acontecimentos políticos nos últimos anos, colocaram a nu o poder de mobilização e veiculação de opinião enviesada nos veículos de comunicação de maior alcance. Tornaram-se indisfarçáveis a participação e mesmo o protagonismo, algumas vezes decisivo, das redes de radiodifusão e da imprensa escrita nas ações jurídico-parlamentares que derrubaram a presidenta Dilma Rousseff, assim como a inegável contribuição das chamadas "redes sociais" para a catalisação do clima de intolerância e ódio que passou a dominar o País. Evidenciaram-se, de forma ainda mais precisa, os riscos para a democracia, decorrentes da dominação dos sistemas de comunicação por grandes conglomerados, movidos pelos seus interesses comerciais e objetivos de poder político. A esse cenário, somam-se as denúncias de Edward Snowden, trazendo à luz as íntimas relações das plataformas da internet e operadoras de telecomunicações com os serviços de vigilância e espionagem dos Estados Unidos.

A Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), entidade que sempre esteve envolvida com os grandes debates sobre o desenvolvimento e a democracia no Brasil, inclusive colocando-se, junto a outras, na liderança das lutas pela redemocratização, sente-se no dever de trazer sua contribuição para o debate sobre a comunicação no Brasil.

Para isso, a SBPC reuniu pesquisadores das relações políticas, culturais e econômicas que plasmam os veículos de comunicação e os processos de mediação da sociedade. A partir da racionalidade própria das investigações conduzidas nas mais diversas instituições, laboratórios e programas de pós-graduação das instituições brasileiras de ensino, pesquisa e extensão, esse conjunto de pesquisadores, associado a lideranças e quadros da sociedade civil

organizada, estive envolvido no Grupo de Trabalho Democratização da Comunicação no Brasil e promoveram um seminário sobre o tema, na Universidade Federal da Bahia, em Salvador, no dia 4 de junho de 2018.

Desta forma, a SBPC através deste documento compartilha suas propostas com a sociedade brasileira, convencida da imperiosa necessidade de regulação e implantação de políticas públicas relacionadas aos veículos de comunicação e à internet, em benefício da democracia e da soberania nacional. O Brasil necessita construir um amplo e coerente marco regulatório das comunicações, acompanhado de políticas públicas que incorporem a evolução tecnológica, política e econômica dos sistemas de comunicação e informação, reafirmando seus compromissos públicos com a democracia e com a soberania nacional.

Assim considerando, a SBPC manifesta-se publicamente na defesa da democracia, que inclui a realização de eleições efetivamente livres e democráticas em outubro próximo, em torno das quais os candidatos podem e devem assumir compromissos com a Democratização da Comunicação. Para isso, é imperativo que aqueles que pleiteiem cargos eletivos, seja no âmbito federal, seja no âmbito estadual, pautem-se por plataformas capazes de abarcar os desafios trazidos pelo contemporâneo no campo da comunicação, manifestando-se de forma direta e transparente quanto às suas convicções e propostas.

Para a construção de uma Agenda da Democratização das Comunicações, consideramos, sem prejuízo de outros, os seguintes vetores/pontos:

1. Nos termos da Constituição e independentemente da legislação a ser construída, podem e devem ser adotadas medidas que promovam um sistema de comunicação não controlado por monopólios ou oligopólios, conforme prevê o artigo 220 da Constituição Federal, visando fortalecer e ampliar o contraditório, a divergência e a pluralidade de vozes na imprensa escrita, no rádio e na televisão. Tal pluralidade e a efetiva configuração de um ambiente democrático passam ainda pelo combate às concessões de radiodifusão a políticos com mandato, em especial deputados federais e senadores, que contrariam frontalmente o art. 54 da Constituição Federal.
2. Compromisso com a recriação do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação e do Ministério das Comunicações, cada qual inteiramente destinado e dedicado às suas áreas específicas, com dotações orçamentárias próprias
3. Assumir o compromisso público de integrar e ampliar o debate na sociedade sobre a necessidade de uma Lei Geral das Comunicações que sirva como base para a regulação e implementação de políticas públicas convergentes, superando a atual dispersão normativa e fragmentação política no campo das políticas de comunicação.
4. Fomentar, com recursos e medidas institucionais, a comunicação pública (não-governamental), inclusive restaurando e aprimorando o projeto original da EBC (desmontado pelo atual governo) e incentivando a expansão de rádios e TVs comunitárias.
5. Implantar e fortalecer os Canais da Cidadania, já previstos em normas como o Decreto nº 7.670, de 16 de janeiro de 2012.

6. Aprimorar e ampliar o sistema de meios de comunicação comunitários operados por organizações sem fins lucrativos

7. Criar o Conselho Nacional de Comunicações, mantido pelo Poder Executivo, como órgão independente superior de formulação política e fiscalização regulatória dos veículos de comunicação, integrado por representantes dos Poderes Executivo e Legislativo federais, de entidades da sociedade civil (empresariais e não-empresariais) e de representantes indicados por entidades acadêmicas e científicas.

8. Assumir defesa pública no sentido da implantação e do efetivo funcionamento dos Conselhos Estaduais de Comunicação

9. Defender a presença da produção intelectual e midiática de pensadores(as) negros(as) e indígenas nos sistema de comunicação, como um caminho fundamental para compreender e conseqüentemente buscar mecanismos de reconhecimento da diversidade cultural e étnico-racial brasileira e de enfrentamento do quadro de discriminação e violência que atinge parte expressiva da nossa sociedade.

10. Defender a neutralidade de rede, conforme já estabelecido na Lei 12.455, no Marco Civil da Internet (também proposto no Projeto de Lei da Mídia Democrática), estabelecendo mecanismos de verificação do seu cumprimento, e, em consonância com a mais moderna legislação adotada em outros países, defender a separação empresarial entre a camada de infraestrutura de telecomunicações e a camada de serviços e aplicações.

11. Defender a universalização do acesso à rede de internet em alta velocidade nos domicílios brasileiros (banda larga), que deve ser expandida e explorada por serviços em regime público e em regime privado (conforme atualmente ocorre com o Serviço de Telefonia Fixa, STFC). Neste sentido, deve-se estimular a participação dos pequenos provedores de internet (cerca de 6 mil em todo o país) na prestação do serviço, de modo a diminuir as desigualdades regionais e sociais.

12. Defender a regulação das plataformas sociodigitais, afirmando a soberania nacional, combate a monopólios, e estabelecendo normas de respeito à privacidade dos dados, liberdade de expressão sem tolerância para discursos de ódio ou discriminação, com amplo fomento à diversidade e pluralidade.

13. Apoiar, elaborar e difundir políticas de comunicação que fortaleçam as chamadas mídias livres, os fóruns e movimentos midialivristas, a comunicação comunitária, os editais de apoio para os Pontos de Mídia Livre, com estímulo para o desenvolvimento de tecnologias abertas, plataformas e aplicativos que assegurem a diversidade de conteúdos e linguagens.

14. Defender o estabelecimento de política industrial e de incentivo à indústria nacional envolvendo Ministérios, Legislativo, Agências, Academia, Entidades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e sociedade civil, tornando-a mais participativa

e competitiva no desenvolvimento nacional.

15. Defender a aplicação efetiva de fundos setoriais (a exemplo do Fust, Funttel e Fistel) nas finalidades para as quais foram criados (universalização de serviços, fiscalização e desenvolvimento), sem contingenciamentos.

16. Defender a manutenção sob controle da União da infraestrutura de geração de energia e a infraestrutura de telecomunicações nacional, de maneira a manter a soberania nacional no planejamento dos recursos essenciais à sociedade brasileira.

17. Defender o estabelecimento de um planejamento integrado plurianual de áreas tecnológicas, com a criação de políticas públicas de incentivo à adoção de tecnologias inovadoras (por exemplo: IoT, Big Data, grid communication, Blockchain...).

18. Defender a aprovação de uma lei geral de proteção de dados pessoais. A SBPC se soma à luta pela aprovação do PLC 53/2018 em tramitação no Senado Federal. O projeto de origem da Câmara, foi aprovado por unanimidade e é fruto de um amplo diálogo de processo coletivo de elaboração, que resultou num texto alinhado com as melhores e mais avançadas diretrizes internacionais sobre o assunto, como a GDPR da Europa. O projeto garante a privacidade dos usuários, protege direitos fundamentais e estabelece obrigações por parte das plataformas e empresas ao realizar a coleta e tratamento de dados.

19. Considerando que atual legislação eleitoral permite explicitamente o impulsionamento de notícias mediante pagamento nas plataforma sociais, a SBPC recomenda que a Justiça Eleitoral determine que as “redes sociais” e as plataformas de mecanismos de busca comuniquem os valores gastos em cada postagem impulsionada e em cada termo de busca adquirido.

No âmbito da própria SBPC, destacam-se como importantes iniciativas:

1. Mobilizar a comunidade científica e reivindicar a convocação da II CONFECOM junto com outras entidades e representações da sociedade civil organizada.

2. Incentivar e apoiar a constituição de rádios e TVs Universitárias, estimulando a democratização da comunicação dos canais universitários (rádios, páginas web, tevês universitárias e iniciativas laboratoriais), com a criação de canais de participação da comunidade científica na definição de linhas editoriais e debate sobre conteúdos veiculados.

3. Estimular estudos e debates sobre a relação entre os veículos e os processos educacionais, sobretudo na Educação Básica, fomentando e apoiando atividades de literacia mediática.

4. Estimular as agências de financiamento para apoio à pesquisa no campo da comunicação e das tecnologias digitais de informação e comunicação, promovendo uma maior equidade científica entre as áreas do conhecimento.

5. Ampliar o debate e a formação de profissionais, pesquisadores e estudantes em temas ligados à divulgação e à circulação científica.
6. Estimular e desenvolver esforços no sentido de ampliar o debate sobre o Acesso à Informação como princípio básico das democracias modernas.
7. Transformar-se em uma das associações que compõem o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).
8. Considerando a liderança da SBPC junto às sociedades científicas afiliadas, sugerir que tais iniciativas incluam em suas pautas específicas o tema da Democratização da Comunicação, sugerindo a promoção de debates internos e públicos em suas reuniões anuais. Para tal, o GT Democratização da Comunicação se coloca à disposição para contribuir com essas articulações e atividades.

Salvador, 04 junho de 2018.

Grupo de Trabalho Democratização da Comunicação no Brasil

Ana Tereza Ribeiro de Vasconcelos, Doutora em Ciências Biológicas (Genética/UFRJ); Pesquisadora do Laboratório Nacional de Computação Científica LNCC/MCTIC.

Cicilia M. Krohling Peruzzo, presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCom)

Edgard Rebouças. Coordenador do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo; coordenador do Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas, sistemas e transparência; diretor de Relações Públicas da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCom) e membro do Conselho Estadual de Direitos Humanos do Espírito Santo.

Fábio Palácio de Azevedo, doutor em Ciências da Comunicação (ECA/USP); professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

Fernando Oliveira Paulino, Doutor em Comunicação pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC-UnB). Professor e Diretor da FAC-UnB, membro da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa e Diretor de Relações Internacionais da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC).

Gioandro Marcus Ferreira, Doutor em Comunicação, professor da Faculdade de Comunicação da UFBA. Presidente da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Ivan da Costa Marques, Engenheiro Eletrônico (ITA), M.Sc. e Ph.D. em Ciência da Computação (Universidade da Califórnia, Berkeley). Professor de Estudos de Ciência, Tecnologia e Sociedade (UFRJ). Presidente da ESOCITE.BR (2011-2017).

Ivana Bentes Oliveira, Doutora em Comunicação pela UFRJ, professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da

UFRJ, Coordenadora do Pontão de Cultura Digital da ECO/UFRJ e do Laboratório de Inovação Cidadã da UFRJ, Pesquisadora do CNPQ, Membro do Conselho Científico da ABCiber (Associação Brasileira de Cibercultura), Diretora da Escola de Comunicação da UFRJ

Marcio Patusco Lana Lobo, Engenheiro de telecomunicações pela PUC-RJ, ex-Presidente do Conselho Consultivo da Anatel, Diretor de Atividades Técnicas do Clube de Engenharia, Coordenador da Câmara de Engenharia Elétrica do CREA-RJ.

Marcos Dantas Loureiro, Professor Titular da Escola de Comunicação da UFRJ; Doutor e Engenharia de Produção (COPPE-UFRJ); Professor e pesquisador dos Programas de Pós Graduação em Comunicação e Cultura (PPGCOM) e em Ciência da Informação (PPGCI) da ECO-UFRJ; Conselheiro do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br); Membro do Conselho de Administração do Centro Internacional Celso Furtado de Políticas para o Desenvolvimento; Sócio da INTERCOM; Sócio da ANCIB; Sócio da ULEPICC.

Marco Roxo, presidente da Compós, Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação.

Margarida Maria Krohling Kunsch, presidente da ABRAPCORP (Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas)

Murilo César Ramos, Murilo César Ramos, Doutor em Comunicação pela Universidade de Missouri-Columbia, EUA; pesquisador sênior do Centro de Políticas e Regulação das Comunicações (CCOM) e do Laboratório de Políticas de Comunicação, (LaPCom), da Universidade de Brasília (UnB); sócio da ECCO - Estudos e Consultoria de Comunicações.

Nelson De Luca Pretto, professor Titular da Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia. Doutor em Comunicação pela USP/1994. Mestre em Educação pela UFBA/1985. Membro da Academia de Ciência da Bahia. Conselheiro da SBPC – coordenador do GT

Pedro Andrade Caribé - Jornalista graduado na Facom/UFBA, mestre e doutorando na linha de Políticas de Comunicação e Cultura no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNB. Professor do colegiado de Jornalismo e Múltiplos da Uneb/Campus III. Coordenador do projeto Bahia1798.org e mediador do I Encontro Baiano de Mídia Livre.

Renata Vicentini Mielli, jornalista, secretária geral do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé e Coordenadora Geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação.

Ruy Sardinha Lopes, doutor em Filosofia pela USP, Professor do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da USP, campus São Carlos, presidente da Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação (SOCICOM)

Sayonara Leal, doutora em Sociologia pela UnB; Professora do Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília - Unb, membro da Diretoria da Esocite.br (Associação Brasileira de Estudos Sociais de Ciências e Tecnologias).

Sergio Amadeu da Silveira, professor da UFABC, coordenador do LabLivre (Laboratório de Tecnologias Livres da UFABC), membro do Conselho Científico da ABCiber (Associação Brasileira de Cibercultura) e integrante do Comitê Gestor da Internet no Brasil.

Venício Lima, Professor Emérito da UnB e Pesquisador Sênior do Centro de Estudos Republicanos Brasileiros (CERBRAS) da UFMG.

Veridiana Alimonti, advogada, doutoranda em Direitos Humanos (FD/USP) e integrante do Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social.