

DEMOCRACIA, CULTURA E CONVERGÊNCIA: Histórico e Problemas Na Regulamentação do Rádio, da TV e da Internet no Brasil

*DEMOCRACY, CULTURE AND CONVERGENCE:
HISTORY AND PROBLEMS IN THE REGULATION OF RADIO, TV AND INTERNET IN BRAZIL*

Ruy Alkmim Rocha Filho¹
Departamento de Comunicação Social (UFRN)
<https://orcid.org/0000-0002-6341-0643>

RESUMO

O artigo apresenta um panorama histórico focalizando a regulamentação da Radiodifusão e posteriormente da Internet no Brasil, entre 1910 e 2010. Ao colocar em perspectiva as leis referentes ao Rádio e à TV, observamos as contradições do cenário político brasileiro e os problemas relativos a metas de qualidade e universalização, bem como à concentração de propriedade e à falta de critérios democráticos para distribuições de concessões e de financiamento. A soma desses fatores cria obstáculos para a consolidação da democracia no país, afetando o papel do Estado e o enfrentamento de problemas sociais seculares.

Palavras-chave: mídia; radiodifusão; regulamentação; cultura; internet.

ABSTRACT

The article presents a historical overview focusing on the regulation of Broadcasting and later of the Internet in Brazil, between 1910 and 2010. By putting into perspective the laws related to Radio and TV, we observe the contradictions of the Brazilian political scenario and the problems related to the goals of quality and universalization, as well as the concentration of ownership and the lack of democratic criteria for the distribution of conceptions and financing. The sum of these factors creates obstacles for the consolidation of democracy in the country, affecting the role of the State and the confrontation of secular social problems.

Keywords: media; broadcasting; regulation; culture; internet.

¹ Ruy Alkmim Rocha Filho é professor vinculado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Doutor em Ciências Sociais pela UFRN. Mestre em Ciências Sociais pela UFRN e graduado em Jornalismo pela UNP.

INTRODUÇÃO

A Radiodifusão no Brasil começou com as importantes e bem sucedidas experiências de Roberto Landell de Moura, entre o fim do século XIX e os primeiros anos do século XX. Desde a criação da *Rádio Clube de Pernambuco* (1919) e da *Sociedade do Rio de Janeiro* (1923), a radiodifusão despertou a atenção do público, embora, a princípio, tenha permanecido acessível somente para a elite brasileira. Os custos de implantação das rudimentares emissoras eram elevados, bem como o preço de receptores importados, inacessíveis para muitos, considerando a desigualdade e a pobreza do país na época. As emissoras pioneiras surgiram a partir de associações sem fins lucrativos, das quais faziam parte amantes da nova tecnologia que dispunham de renda para tal. Este modelo prevaleceu até meados dos anos 1930, no Brasil: em lugar de profissionais ou capitalistas propriamente ditos, pessoas interessadas em experimentar, em conhecer as potencialidades do novo meio. Depois, gradualmente, foram surgindo novos grupos interessados em se iniciar na aventura radiofônica, que começava a seduzir mais e mais ouvintes (FERRARETO, 2001).

Naquele Brasil que vivenciava as contradições do subdesenvolvimento, da ausência de Reforma Agrária e de um capitalismo com industrialização incipiente, em face de um mercado consumidor restrito devido à concentração de renda, conforme discute Furtado (2002), estabelecer a radiodifusão não foi um processo imediato. Apenas nos anos 1930, houve maior atenção por parte do Estado quanto à regulamentação da Radiodifusão. O governo Getúlio Vargas demonstrou grande preocupação com o tema, o que levou a aprovação de leis acerca da publicidade no Rádio, a encampação da *Rádio Nacional*, e a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda, além da criação da *Voz do Brasil*. Desta forma, foi possível interferir intensamente na produção de conteúdos, o que foi essencial para formular e sedimentar a imagem pública de Getúlio Vargas. Já no final da década de 1930, o Rádio alcançou uma posição de destaque, popularizando-se, ostentando sucesso comercial.

Até 1924, o governo entendia que a legislação existente para a radiotelegrafia e radiotelegrafia atendia o controle da atividade radiofônica. Em 5 de novembro daquele ano, contudo, foi promulgado o Decreto n.º 16.657, limitando a prática da radiotelegrafia e proibindo a inserção comercial nas transmissões, presentes nos Decretos n.º 3.296/17 e n.º 4.262/21. Mas o primeiro estatuto específico da Radiodifusão no Brasil só foi promulgado após a Revolução de 30, mais precisamente, em 27 de maio de 1931, por meio do Decreto n.º 20.047, assinado por Getúlio Vargas, então chefe do Governo Provisório. Percebendo o efeito que o novo veículo provocava, as autoridades revolucionárias começaram a se preocupar com a sua regulação definindo, então, a radiodifusão como serviço de interesse nacional e de finalidade educativa. Um ano depois, através do Decreto no 21.111, de 1º de março de 1932, autorizou a veiculação de propaganda, limitada a 10% do tempo de transmissão (JAMBEIRO, 2004, p. 48)

Pouco restou do espírito romântico inicial nos anos 1940: na era de ouro, o Rádio era um negócio, a que se destinava crescente investimento publicitário, necessário para manter grandiosos elencos, nos quais figuravam músicos, atores, escritores e locutores. O espetáculo no ar – em que novelas, música ao vivo, futebol e humor dominavam os horários – pouco lembrava o sonho de Roquete Pinto,² em que educação era a prioridade absoluta.

² Edgard Roquette Pinto foi o criador da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, uma das pioneiras do Brasil. Seu trabalho foi voltado para a radiodifusão pública, com finalidade educativa e cultural, em favor do desenvolvimento. Para saber mais, ver: Ferrareto (2001).

O conflito entre interesse público e interesses privados se tornava cada vez mais evidente: o Rádio seria um instrumento difusor de cultura, de informação e de entretenimento ou uma engrenagem central na acumulação de riquezas e poder político? Poderia exercer os dois papéis simultaneamente, sem que uma ou outra perspectiva fosse sacrificada? Essas questões se tornaram ainda mais relevantes com o passar dos anos e o rápido crescimento da Radiodifusão, primeiramente capitaneado pelo Rádio, depois pela Televisão. As relações de poder no Rádio e na TV vão influenciar a mudança de paradigma tecnológico que levará ao advento da Internet. Interessante observar a forte interdependência entre a tecnologia midiática que surgia e a que entrava em decadência. Importante destacar que ainda nos anos 1930, já se tornavam evidentes as tendências à oligopolização, quando se percebe o crescimento expressivo dos *Diários e Emissoras Associados*. O império criado por Assis Chateaubriand³ acumulava jornais em diversos estados brasileiros, o que facilitou a conquista de numerosas concessões de Rádio e permitiu a criação da *TV Tupi* em 1950, a primeira emissora de televisão do Brasil. Chateaubriand não vacilou em empregar seu impressionante poder midiático em favor dos próprios interesses. A formação deste conglomerado mostra os limites do Estado em regulamentar e regular a radiodifusão. As lacunas legais e as omissões do Estado favoreceram a expansão vertiginosa de empresas a partir da propriedade cruzada, isto é, da atuação simultânea em diferentes meios – Rádio, TV, impressos.

Do ponto de vista de política de regulação, podemos concluir que os decretos de 1931 e 1932, e os subsequentes deles derivados, foram a base sobre a qual se assentou o desenvolvimento do rádio no Brasil. Ao mantê-los como base legal, Vargas já indicava que a forma de organização do serviço deveria servir plenamente à ditadura. Embora copiados do sistema de leis de um país democrático – os Estados Unidos – a legislação em sua essência é autoritária, porque concentra todo o processo de concessão, fiscalização e controle no Poder Executivo, impedindo qualquer possibilidade de ingerência da sociedade civil. Na verdade, a cópia foi seletiva, vez que não foram levados em conta os dispositivos legais que criaram a Federal Communication Commission e mecanismos de audiência das comunidades americanas servidas por emissoras de rádio, entre outras disposições legais que tornavam a regulamentação dos Estados Unidos concordante com a democracia liberal lá reinante (JAMBEIRO, 2004, p. 62)

Não chega a surpreender que a TV tenha se espelhado nesse modelo. Em 1950, quando é fundada a *TV Tupi*, tanto a estrutura empresarial quanto as atrações radiofônicas servem de base para a Televisão. Ainda hoje, estes fundamentos são recorrentes nas emissoras de sinal aberto. Ao criar a emissora pioneira, Assis Chateaubriand amplia o campo de atuação de seu conglomerado, que já reunia inúmeros Jornais e Rádios pelo país. Aproveitando-se de sua grandiosa influência econômica e política, o empresário tem diante de si um vasto território a ser explorado, sem grandes limitações legais.

A PRIVATIZAÇÃO COMO FATO CONSUMADO

O controle privado da radiodifusão se consolidou. Emissoras de TV foram criadas nos anos 1950, sem que houvesse legislação específica para regulamentar o mercado e garantir diretrizes

³ Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello criou os *Diários e Emissoras Associados*, maior conglomerado de mídia no Brasil entre os anos 1940 e o final dos anos 1960.

fundamentais como valorização de conteúdos brasileiros, preservação de conteúdos regionais, diversidade de opiniões, respeito ao interesse público. As propostas de regulação chegaram com mais de uma década de atraso, quando a hegemonia empresarial já estava encaminhada. Tardamente, a Lei 4.117 de 1962 menciona o serviço de televisão educativa, sem esclarecer como seria sustentado financeiramente.

A Lei no 4.117, de 27 de agosto de 1962, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações define as televisões públicas como serviço de televisão educativa a ser explorado pela União, Estados, Territórios, Municípios, Universidades e Fundações, destinados estritamente à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates (NEPTUNE, 2011, p. 35).

É preciso considerar as atribulações daquele momento político: desde 1954, com o suicídio de Vargas, as ameaças à ordem institucional se acumulavam. Após governos de transição, o breve governo Jânio Quadros foi sucedido por nova crise política. A posse de João Goulart ocorreu sob a ameaça de golpe, que foi enfrentado pelo movimento legalista. Leonel Brizola, então governador do Rio Grande do Sul, articulou uma cadeia de emissoras radiofônicas que ficou conhecida como a Cadeia da Legalidade (FERRARETO, 2001). A integração dessas emissoras visava conservar a ordem constitucional, garantindo a posse do vice-presidente eleito. A solução para a crise foi um parlamentarismo de oportunidade, quase um meio golpe. O Código Brasileiro de Telecomunicações surge nesse contexto, no qual o governo federal está fragilizado e as empresas de comunicação aprofundam o seu engajamento partidário em oposição ao vice-presidente que chegou ao poder respaldado por votação própria. Conservava-se o espírito das leis anteriores, sem remediar os defeitos: o único contrapeso ao poder empresarial deveria vir do Estado. Isso era impossível, pois o Estado estava sob o controle do poder econômico, o que viria a se aprofundar com a ditadura.

O Decreto n. 52.795, de 31 de outubro de 1963, regulamentou os serviços de radiodifusão, fixando os objetivos do rádio e da televisão, considerados de interesse nacional. Em 1964 foi aprovada a Lei n. 6.301, que criou a Empresa Brasileira de Radiodifusão (RADIOBRÁS) como órgão responsável pela exploração dos serviços de rádio e televisão do Governo (NEPTUNE, 2011, p. 35).

Em lugar de pluralidade ou concorrência, conforme os parâmetros da democracia liberal, que em alguma medida aconteciam nos EUA, verifica-se o enraizamento dos oligopólios. Não havia qualquer dispositivo para garantir a participação da sociedade, em face da omissão do Estado, que nem mesmo se interessou em instituir qualquer órgão regulador. Com o ocaso dos *Diários e Emissoras Associados*, as *Organizações Globo* assumem cada vez mais poder. A *TV Globo*, criada em 1965, cresce e se espalha pelo Brasil, contando com investimentos do grupo Time-Life, em flagrante desrespeito às leis vigentes⁴ que vedavam a participação de capital estrangeiro em empresas de comunicação. Em lugar de punições, o conglomerado recebe a boa vontade da ditadura, manifesta em generosos investimentos publicitários. Reforça-se o pacto pelo poder sob

⁴ Foi criada uma Comissão Parlamentar de Inquérito para averiguar o investimento de capital estrangeiro na *TV Globo*.

os auspícios da mídia: a autonomia soçobrou ao sabor das gentilezas custeadas pelos contribuintes, além da publicidade, empréstimos em bancos públicos, novas concessões de Rádio e TV. A censura recaiu sobre as redações, mas as empresas disputavam a simpatia do regime autoritário.

No final dos anos 1970, o lento processo de redemocratização altera o cenário: o fim da censura e a necessidade de democratizar o país aumentam o interesse no debate acerca da legislação. O mal-estar com o Estado de Exceção cresce com os choques do petróleo e o estouro da dívida pública. O retorno dos exilados, o renascimento do sindicalismo manifesto nas grandes greves do ABC paulista e o movimento por eleições diretas apontam para um certo fortalecimento de setores organizados da sociedade civil.

Não devemos nos esquecer da articulação entre poder econômico e poder político. O Congresso frustrou o desejo popular, adiando as eleições diretas. Pelo PMDB, Tancredo Neves vence as eleições indiretas, mas morre deixando um forte sentimento de desilusão. Assume o vice-presidente José Sarney e escolhe como seu ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães. A dupla distribuiu concessões de Rádio e TV para diversos correligionários, utilizando-as como moeda de troca na pequena política. Sacrificam-se os interesses públicos em benefício de interesses econômicos mais uma vez, desrespeitando a nova Constituição, antes mesmo que entrasse em vigor.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988 E AS COMUNICAÇÕES

Mesmo diante de um legislativo sob forte influência conservadora, no qual figuravam numerosos apoiadores do velho regime, mesmo sob um governo eleito por voto indireto, a conjuntura muda com os novos deputados membros da Constituinte, em 15 de novembro de 1986. No ano seguinte, iniciam-se os trabalhos no primeiro dia de fevereiro. A oposição entre conservadorismo hegemônico no parlamento e uma significativa inclinação da sociedade para ideias progressistas ajuda a explicar alguns acontecimentos. Entre o final dos anos 1970 e começo dos anos 1980, forma-se um cenário marcado pelo florescimento dos movimentos sociais, com maior protagonismo para mulheres, jovens, operários, trabalhadores rurais e outros segmentos (ARAÚJO, 2016) que sustentam uma notável onda progressista. Com numerosas manifestações de rua, esse campo teve significativa repercussão, a ponto de influenciar políticos moderados ou mesmo conservadores mais brandos. Para a surpresa de muitos, em 1988, é promulgada uma Constituição bem mais avançada do que se poderia esperar, que logo no artigo 5º estabelece garantias fundamentais para o cidadão. A proibição da censura no parágrafo 9º preserva a autonomia das artes, das ciências, da expressão intelectual e da comunicação, sem que seja necessária licença para quaisquer dessas atividades.

O capítulo sobre Comunicação Social é bem diferente das leis anteriores, trazendo ao sol problemas antes ignorados.

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade (BRASIL, 1988, não paginado).

O texto reafirma os princípios do artigo 5º, especificando que a liberdade de expressão também se refere ao jornalismo, à difusão da informação. Entretanto, estabelece no parágrafo 3º que cabe ao Estado “informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada”. Para empresários e organizações patronais, qualquer forma de regulação pode ser qualificada como censura. Parecem desconsiderar que há órgãos reguladores e dispositivos legais até mesmo em países de forte tradição liberal, como EUA e Grã-Bretanha.

Talvez, o mais polêmico parágrafo seja o 5º. Como vedar a instituição de monopólios numa economia oligopolizada como a brasileira? Justamente nos anos 1980, quando o neoliberalismo decreta o fim da história e o triunfo do privatismo, num momento em que as fusões e aquisições submetem a comunicação à hegemonia dos conglomerados em todo o mundo? Vale ressaltar que a concentração de mercado no campo midiático no Brasil é única. Difícil compará-la até com os EUA, que serviram de influência para a legislação brasileira por décadas, mas conservam certa disposição para a concorrência. NBC, ABC e CBS realmente disputam mercado e ainda concorrem com diversas empresas de TV por assinatura; há separação entre a produção e a distribuição: a dita produção independente exerce papel significativo e consegue se inserir efetivamente na programação televisiva.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família (BRASIL, 1988, não paginado)

Aqui, mais um aspecto em claro desacordo com a ordem econômica vigente. A programação das emissoras de Rádio e TV prioriza o entretenimento – enfatizando-se o interesse no entretenimento fácil e barato – em desfavor da educação, da arte e da informação. É preterida até mesmo a produção de entretenimento mais ambicioso, que discuta de forma mais crítica aspectos éticos, políticos, estéticos, econômicos, sociais ou ecológicos. As grades de programação valorizam pouco os conteúdos nacionais, principalmente a produção independente: é mais oneroso produzir conteúdo nacional ou comprar conteúdo nacional independente do que reprints filmes, novelas e séries reiteradas vezes.

Em lugar de apresentar conteúdos regionais – as notícias, o teatro, a música, o cinema, as artes plásticas, as histórias e as culturas de cada lugar – é mais barato verticalizar a produção. Cria-se uma estrutura de programação altamente centralizada, majoritariamente produzida no eixo Rio/São Paulo e o resto do país ocupa apenas lacunas, cedidas pelas emissoras *cabeças de rede*.⁵ As emissoras regionais produzem menos conteúdo próprio, cortam custos, precisam de menos funcionários. É difícil calcular qual o efeito desta política forjada pela Globo e seguida com maior ou menor rigor pelas demais redes ao longo de décadas. Entretanto, é inquestionável que houve enorme prejuízo econômico, cultural e até político, ao impedir o surgimento e a consolidação de cadeias produtivas audiovisuais locais. Isso está relacionado à forma como foram distribuídas as concessões de radiodifusão no Brasil.

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, aos quais caberá a responsabilidade por sua administração e orientação intelectual.

§ 1º É vedada a participação de pessoa jurídica no capital social de empresa jornalística ou de radiodifusão, exceto a de partido político e de sociedades cujo capital pertença exclusiva e nominalmente a brasileiros.

§ 2º A participação referida no parágrafo anterior só se efetuará através de capital sem direito a voto e não poderá exceder a trinta por cento do capital social (BRASIL, 1988, não paginado).

O artigo 222 foi alterado para permitir o ingresso de capital estrangeiro na Imprensa e na Radiodifusão. Se antes, as empresas de comunicação desejavam preservar o mercado da concorrência estrangeira, depois de 2002, mudaram de estratégia. Devido às crises financeiras, julgaram conveniente receber como investidores grupos transnacionais.

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

§ 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, §§ 2º e 4º, a contar do recebimento da mensagem.

§ 2º A não-renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

⁵ Cabeças de Rede são as emissoras que produzem a maior parte da programação. Situam-se no Rio de Janeiro e em São Paulo.

§ 4º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Art. 224. Para os efeitos do disposto neste Capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei (BRASIL, 1988, não paginado).

O texto constitucional apresenta uma série de avanços essenciais, entretanto, mais de trinta anos após a promulgação, ainda esperam para serem regulamentados. Mesmo com a persistência de omissões preocupantes, como uma referência aprofundada aos direitos da audiência, ou uma definição do direito à informação e à comunicação, o texto tem aspectos notáveis. Bolaño (2007, p. 21) destaca cinco conquistas mais relevantes:

Proibição do monopólio e do oligopólio nos meios de comunicação (artigo 220, parágrafo 5); Preservação das finalidades educativas, culturais e informativas; Proteção à cultura regional através da garantia de regionalização da produção; Estímulo à produção independente; Criação dos três modos complementares de exploração (privado, estatal e público) (artigo 223) (BOLAÑO, 2007, p. 21).

Ao não serem regulamentados, os artigos perdem parte da sua efetividade. Isso ajuda a explicar uma série de problemas que subsistem no sistema comunicacional brasileiro. Observemos a questão das concessões, problema fundamental para garantir um mercado regulado sob parâmetros democráticos. Eis a divisão de atribuições: o Congresso Nacional outorga e renova concessões, permissões e autorizações para empresas de Rádio e TV. Para não as renovar, dois quintos do congresso precisam votar nominalmente. Há um claro desequilíbrio na correlação de forças: os poderes executivo e legislativo teriam interesse suficiente para confrontar o poder dos empresários, negando a renovação de concessões? Parece pouco provável, ainda mais num país como o Brasil, por suas dimensões territorial e populacional, ou mesmo pelos dilemas relacionados à educação, à informação e à comunicação. Confrontar os interesses empresariais significa enfrentar duras campanhas midiáticas, sem respeito ao contraditório, sem deferências ao debate racional público. Na prática, empresas de radiodifusão assumiram ao longo da história considerável poder político, sem prestarem contas à sociedade. Vale destacar, ainda, o poder dado ao congresso, que sempre teve ampla maioria conservadora, mesmo quando forças progressistas conquistaram a presidência da república. Quanto a isso, há pesquisas meticolosas formuladas por especialistas e pelo Fórum Nacional de Democratização da Comunicação (FNDC).⁶

O Conselho de Comunicação Social, único órgão mencionado ao longo do capítulo, teve pouco ou nenhum efeito prático. Demorou a ser instalado e não teve sua continuidade garantida. Em diversas ocasiões, o Congresso Nacional deixou de indicar componentes, o que diminui sua atuação já penalizada pela falta de regulamentação. Jambeiro formula observações importantes.

⁶ Disponível em: <http://fndc.org.br/noticias/donos-da-midia-uma-ferramenta-poderosa-para-democratizar-a-comunicacao-290030/>. Acesso em: 12 nov. 2016.

Quase todos os dispositivos regulando este setor da indústria cultural foram na prática tornadas nulas pelas forças políticas que têm controlado o Parlamento Nacional e o poder executivo federal. Exemplo marcante dessa nulificação é o Conselho de Comunicação Social, cuja criação terminou por constituir-se numa falsa vitória das chamadas forças progressistas na Constituinte. De fato, mesmo criado como órgão consultivo do Congresso - ao invés de órgão deliberativo independente, como inicialmente proposto - e posteriormente regulamentado em Lei Complementar, tendo sua composição negociada entre todos os grupos de interesse que atuam na área, até o final do século o Conselho não tinha sido instalado. E a julgar por eventuais declarações e comportamentos de influentes parlamentares provavelmente jamais o será (JAMBEIRO, 2002, p. 126).

Em aparente contradição com a expectativa de Jambeiro, o órgão foi instituído em 2002. Entretanto, sua criação teve pouco efeito, já que sua formação se deu sem respeitar a lei 8.389/1991, que o regulamenta. Mesmo sendo apenas um órgão consultivo, seu funcionamento foi impedido para não dar visibilidade ao tema. Vale lembrar que há inúmeros empresários da radiodifusão exercendo mandato no congresso, em clara desobediência ao artigo 54 da Constituição Federal.⁷ Importa destacar que a penalidade para a infração desse preceito é apresentada no artigo 55: perda de mandato. Contudo, seja por desinteresse em regulamentar ou por prevaricação ao interpretar os dispositivos constitucionais, parlamentares beneficiados por concessões de Rádio e TV sofrem poucos constrangimentos.

Em linhas gerais, o texto constitucional esbarra no desinteresse do Congresso em regulamentar e na demora do executivo em trazer à prática as normas. É sabido que a política é território daqueles que exercem pressão e até o momento, as pressões populares têm sido menos exitosas do que as pressões da iniciativa privada. As emissoras de Rádio e TV - seja por intermédio da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV, seja por outras entidades representativas - sempre estiveram muito bem preparadas para defender os seus interesses, demonstrando pouco apreço por normas brasileiras ou internacionais.

É possível observar as pressões do segmento durante as discussões que resultaram na Lei do Cabo, aprovada sob o número 8.977 de 1995. Quando as negociações se iniciaram, ainda em 1991, havia grande mobilização, que culminou com a formação do Fórum Nacional de Democratização da Comunicação. A Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e a Federação Nacional dos Sindicatos de Telecomunicações (FITTEL), bem como outras instituições, tomaram lugar nos debates, com contribuições significativas. Representantes das *Organizações Globo* e de outros conglomerados se omitiram, numa tentativa de dificultar o processo. Posteriormente, passaram a interferir intensamente, por intermédio da Associação Brasileira de TV por Assinatura, que substituiu a Associação Brasileira de Emissoras de Antenas Comunitárias, em 1993.

⁷ “Os Deputados e Senadores não poderão: I - desde a expedição do diploma: a) firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer a cláusulas uniformes; b) aceitar ou exercer cargo, função ou emprego remunerado, inclusive os de que sejam demissíveis “ad nutum”, nas entidades constantes da alínea anterior; II - desde a posse: a) ser proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada; b) ocupar cargo ou função de que sejam demissíveis “ad nutum”, nas entidades referidas no inciso I, “a”; c) patrocinar causa em que seja interessada qualquer das entidades a que se refere o inciso I, “a”; d) ser titulares de mais de um cargo ou mandato público eletivo” (BRASIL, 1988, não paginado).

Esta mudança foi mais do que a troca de estatuto e de nome de uma entidade empresarial de classe. Ela veio como decorrência da entrada definitiva no mercado de televisão por assinatura de empresas como as Organizações Globo e a então recém-criada Multicanal, além do Grupo Abril, o primeiro a investir nesse novo campo de atividade. E foram esses três grupos empresariais que, deslocando os pequenos e médios empresários que tinham inicialmente entrado no negócio da DISTV, dividiram entre si os cargos principais da diretoria e do conselho deliberativo da nova entidade (RAMOS, 2000, p. 160)

A participação da Associação Brasileira de TV por assinatura (ABTA) foi determinante, contrastando com o distanciamento notável do Ministério das Comunicações, conforme analisa Jambeiro (2000, p. 90). O encaminhamento dos trabalhos e a tramitação no congresso chamam a atenção, pela forma como o governo se reportou à *Rede Globo*.

A Lei do Cabo foi finalmente aprovada pela Câmara dos Deputados em 19 de outubro, com o voto unânime dos 18 líderes partidários daquela casa. Em 15 de dezembro foi aprovada no Senado, sem emendas, seguindo após para a Presidência da República. Enviada a análise do Ministério das Comunicações, pelo Gabinete do Presidente, a Lei teve alguns de seus artigos contestados, particularmente o que determinava que o Minicom ouvisse o Conselho de Comunicação Social sobre as subseqüentes Portarias regulando os aspectos operacionais da Lei. O Ministro revelou-se infenso às pressões do Fórum e de parlamentares e propôs ao Presidente da República que vetasse aquele dispositivo. Para a satisfação e relativa surpresa dos que estavam pressionando o Ministro, em 6 de janeiro de 1995 o Presidente Fernando Henrique Cardoso sancionou sem vetos a nova Lei. Fator decisivo na decisão presidencial foi a certeza de que tanto o Fórum pela Democratização da Comunicação quanto os empresários do setor aprovavam a lei tal qual tinha sido enviada a sanção presidencial. Recado com este teor foi dado diretamente ao Presidente, via telefone, por Roberto Irineu Marinho, da NetBrasil, na noite do dia 5 de janeiro (JAMBEIRO, 2000, p. 90).

Torna-se necessário contemplar as contribuições da sociedade civil quanto ao tema, com maior notoriedade a partir da redemocratização. O debate acerca da comunicação tem sido feito por sindicatos, associações e universidades, ainda que não tenha alcançado sistematização, fortalecimento, capilaridade e visibilidade política necessárias. Vale destacar a participação dos movimentos sociais em contraponto aos interesses privados na Mídia – merecendo ênfase a atuação do coletivo Intervezes e do FNDC. O Fórum surgiu a partir da aglutinação de forças empenhadas em debater comunicação e pressionar por avanços na Constituinte.

O FNDC foi criado em julho de 1991 como movimento social e transformou-se em entidade em 20 de agosto de 1995. Foi atuante na finalização dos trabalhos da Assembleia Nacional Constituinte que preparava a nova Constituição Federal. Ao final, foi instituído o capítulo V da Carta Magna, com artigos que tratam especificamente da Comunicação. Como o resultado não foi tão promissor quanto as expectativas do movimento à época, as entidades de classe que formavam a então Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação (FNPDC) decidiram que era preciso manter um esforço permanente de mobilização e ação na busca de políticas que democratizassem de fato a área. Assim, criaram, em 1991, a associação civil FNDC, com atuação no planejamento, mobilização, relacionamento, formulação de projetos e empreendimento de medidas legais e políticas para promover a democracia na Comunicação. Em mais de vinte anos de existência, o Fórum fez história ao participar de lutas políticas como a concepção do conceito de Radiodifusão Comunitária, a regulamentação da cabodifusão, a reforma da Lei de Imprensa e a criação do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional (CCS). A entidade encabeçou uma campanha contra a aprovação da Emenda Constitucional que permitia a entrada

de capital estrangeiro em empresas de comunicação e também publicou uma pesquisa referencial sobre a concentração da mídia no Brasil: Os Donos da Mídia.⁸ (FNDC, 2012, não paginado).

Ao debater estas questões, o FNDC acumulou uma série de artigos, análises e estudos quanto aos conflitos entre interesses privados e interesse público na Mídia. Entretanto, há obstáculos no caminho da democratização midiática: o descomunal poder político e econômico dos conglomerados de Mídia no Brasil; a confusão entre poder político e midiático, em face das concessões de Rádio e TV administradas por políticos em confronto com a Constituição Federal; essas duas linhas fazem com que o *lobby* midiático seja poderoso, influenciando sem qualquer contrapeso os poderes executivo, legislativo e judiciário. Trata-se de um poder enraizado historicamente, naturalizado socialmente.

Para as forças políticas conservadoras no Brasil, guardar proximidade com os proprietários de jornais, de revistas e de editoras, com os concessionários de Rádio e Televisão sempre foi conveniente. Tanto nas eleições, quanto nos momentos em que o respaldo popular era necessário para atingir objetivos políticos imediatos. Na década de 1990, a adesão às teses neoliberais foi muito grande entre os empresários da informação. O mercado – na verdade, investidores do mercado financeiro, em grande parte detentores de capital especulativo – tomou as empresas de comunicação como caixas de ressonância. Até mesmo a elite industrial brasileira perdeu espaço, seja por capitular ante a especulação, seja por cair na invisibilidade. Entretanto, as crises econômicas ao final dos anos 1990, mudaram o jogo do poder.

ESTADO E MÍDIA NO GOVERNO LULA

Quando fica evidente a vitória eleitoral do Partido dos Trabalhadores nas eleições presidenciais de 2002, as apostas começam. Havia dúvidas quanto ao posicionamento do Presidente e do Governo na formulação de políticas para as Comunicações. Em lugar de uma ampla reforma, a opção foi dividir o tema em blocos. Foram tomadas algumas medidas arrojadas, combinadas com escolhas moderadas: revisão de verbas publicitárias, um discreto debate acerca do audiovisual e algumas ações em favor do fortalecimento das mídias públicas. O Ministério da Cultura propôs a medida mais audaciosa: instituir a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV). A ideia era formar uma organização forte, capitalizada a partir de impostos cobrados de empresas radiodifusoras. Foi previsível o resultado: os conglomerados mobilizaram seu amplo poder de cooptação da opinião pública e a ideia foi sacrificada antes de maiores discussões. Ainda assim, foi criada a Agência Nacional do Cinema, sem interferência direta na radiodifusão.

As empresas manifestam demasiado apreço por alguns trechos da Constituição, enquanto parecem ignorar a existência de outros. Essa visão motivou contestações judiciais e veementes manifestações públicas, nos momentos em que o Estado esboçou tentativas de regulamentar e

⁸ Site institucional do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Disponível em: <http://fndc.org.br/forum/quem-somos/>. Acesso em: 18 maio 2015.

aplicar os dispositivos constitucionais. Este é o caso da Classificação Indicativa, medida prevista na Constituição Federal, e descrita com maior detalhamento no Estatuto da Criança e do Adolescente.⁹ Quando o governo federal decidiu aplicar o que estava disposto na legislação, publicando portarias do Ministério da Justiça a respeito, houve expressiva oposição na mídia, figurando em editoriais, comentários e notícias. Radiodifusores defendiam uma autoclassificação sem penalidades ou ingerências do Estado; já o Ministério da Justiça, entidades dedicadas à comunicação democrática e aos direitos da criança defendiam penalidades para quem não respeitasse os parâmetros estipulados, de acordo com as normas descritas.

O debate culminou com a judicialização: as empresas entraram no Supremo Tribunal Federal com uma Ação Direta de Inconstitucionalidade contra a Classificação Indicativa. Isso revela a firme oposição dos radiodifusores a qualquer esboço regulatório, desconsiderando prerrogativas abertas pela própria legislação em vigor.

Mas esse não foi o último confronto entre governo federal, movimentos sociais e empresários. Em 2006, algumas decisões que pautaram a criação do Sistema Brasileiro de TV Digital trouxeram frustração a movimentos sociais e pesquisadores. Muitos defendiam um sistema genuinamente brasileiro, fortalecendo a indústria nacional e o desenvolvimento tecnológico. Após debates importantes, a escolha foi tomar como base o padrão japonês de digitalização, adicionando contribuições brasileiras. O acesso à Internet ainda era extremamente precário e restrito no país, mas a TV Digital parecia ser uma grande oportunidade para criar uma plataforma de desenvolvimento midiático, com potencial para favorecer a democratização tecnológica e convergência. Naquele ano, 97% dos lares tinham televisão, enquanto 19,6% possuíam computador, apenas 14,5% com acesso à Web.¹⁰ Discutia-se de forma entusiástica a fabricação de receptores que ampliariam os recursos dos televisores analógicos, permitindo não só a recepção do sinal digital, mas também explorar a interatividade, acessar mensagens, informações adicionais, comprar ou até receber serviços públicos.

A *Empresa Brasil de Comunicações* é criada em 10 de outubro de 2007,¹¹ incorporando os bens e equipamentos da *Acerp* e da *Radiobrás*. A empresa é a gestora da *TV Brasil*, que sucede as antigas *TV Educativas* do Rio de Janeiro e do Maranhão, bem como da *Rádio Mec* e das *Rádios Nacionais*, provocando uma nova organização na radiodifusão pública. A mudança também suscitou intensas críticas por parte dos conglomerados brasileiros, que não tardaram a rotular a nova emissora de TV Lula.

⁹ “Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infantojuvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição”. (BRASIL, 1990, não paginado)

¹⁰ 2ª Pesquisa Sobre Uso da Tecnologia da Informação e da Comunicação no Brasil disponível em: <https://www.cetic.br/pt/noticia/nic-br-anuncia-resultados-da-pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-no-brasil/>. Acesso em: 20 maio 21.

¹¹ A EBC é criada pela medida provisória 398/2007, depois convertida na lei 11.652/2008.

CONVERGÊNCIA, CULTURA DIGITAL E REGULAMENTAÇÃO

Depois de diversas aplicações restritas a universidades, redes e centros de pesquisa, a Internet começou a estar disponível para um público não especializado no Brasil entre 1994 e 1995. Importante destacar que Fernando Henrique Cardoso foi o presidente entre 1994 e 2002, com um programa de governo que defendeu e levou à prática diversas privatizações, com destaque para a telefonia, em 1998. Isso repercutiu também no acesso aos meios digitais, que dependia da infraestrutura telefônica. Dessa forma, a lógica privada norteou a oferta de serviços, abrindo espaço para diversas empresas, que poderiam atuar sem muitos limites regulatórios. Mesmo que o acesso ao universo digital tenha encontrado obstáculos ao crescimento, em função da desigualdade social e da frágil infraestrutura, observa-se um interesse cada vez maior das pessoas no assunto. A começar dos mais jovens, mais e mais pessoas se interessavam em criar uma conta de correio eletrônico, trocar mensagens, ler notícias, pesquisar textos e fotos.

Já no começo dos anos 2000, verificava-se notável diversificação nos conteúdos, maior presença de fotos e áudios com melhor qualidade. Em 2004, foram criadas as redes sociodigitais Orkut e Facebook e em 2005 o YouTube. A cultura digital sofre intensas transformações desde então, colonizando e causando disrupção no jornalismo, no entretenimento, na sociabilidade, no consumo, na propaganda, na educação, apenas para citar alguns exemplos. Não é exagero afirmar que a cultura digital alcançou e modificou a própria condição humana, constituindo uma outra esfera pública, que por sua vez também influenciou a humanidade. Deu-se um jogo em que criador e criatura passaram a construir um ao outro, tal qual se discute em filmes, como *Metrópolis*, *Tempos Modernos* ou *Matrix*. Mais que convidadas, as pessoas cada vez mais se sentiam impelidas a assumir uma *persona* nas redes sociodigitais.

A expansão do acesso à Internet foi rápida, ainda mais se considerarmos os usuários de telecentros, *lan houses*, escolas, universidades ou aqueles que utilizavam a rede no trabalho. Se por um lado houve significativa expansão, por outro era notável a desigualdade: o acesso era muito difícil para pessoas remediadas e pobres, ou ainda habitantes das periferias, cidades do interior, ou áreas rurais. Necessário destacar as reclamações quanto ao preço e à qualidade do serviço prestado por empresas privadas. Os conflitos entre interesses públicos e privados se espalharam pelo digital, de forma análoga ao que ocorrera com a radiodifusão ou mesmo com outros meios, provocando a participação do Estado.

No segundo mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2009, foi convocada a primeira Conferência Nacional de Comunicação (Confecom). Antes mesmo do evento, foram organizados comitês locais pró-conferência, para animar os debates, formular propostas e organizar as conferências estaduais, nas quais seriam escolhidos os delegados da Conferência Nacional.

A I Confecom teve grande representatividade, com a participação de entidades da sociedade, do empresariado e do poder público. O movimento nacional de democratização da comunicação recebeu então o reforço de novos atores, como coletivos de comunicação, blogueiros e jornalistas independentes; e movimentos sociais que não o da comunicação, como o movimento sindical, das mulheres, movimento negro, movimento LGBTQTT, entidades ligadas à juventude e dos trabalhadores do campo, dentre outros.¹²(FNDC, 2012, não paginado)

¹² Site institucional do FNDC. Acesso em 18/05/2015. Disponível em: <<http://fndc.org.br/forum/quem-somos/>>.

O processo aglutinou forças e gerou certa mobilização política, inclusive do segmento empresarial, que se fez representar nos eventos preparatórios. Entretanto, mais uma vez, a opinião pública foi pautada por ideias equivocadas que interditavam o debate. Os empresários, amparados por comentaristas conservadores com amplo espaço em emissoras, jornais e portais, difundiram a noção de que regulação é censura,¹³ ignorando que regulação da mídia acontece nos EUA, no Reino Unido e em diversos países classificados como desenvolvidos e amplamente democráticos pela própria Mídia. As tensões foram constantes antes da conferência, persistiram, em face da oposição arraigada entre movimentos sociais e entidades empresariais. A estratégia de manter 40% dos delegados para movimentos sociais, 40% para entidades empresariais e 20% para representantes governamentais visava moderar propostas mais avançadas por parte da sociedade. Ao final do processo, os debates:

Resultaram em 633 propostas aprovadas, sendo 569 nos 15 grupos temáticos de trabalho e 64 na Plenária final da Conferência Nacional. Outras 15 foram rejeitadas e 29 não apreciadas porque não houve tempo hábil para serem lidas no plenário em razão do encerramento da 1ª Confecom.¹⁴ (CONFECOM, 2010, p. 7)

A maioria das entidades empresariais se retirou do processo. As conclusões foram pouco debatidas pela Mídia, desinteressada em criar qualquer perturbação na ordem pautada pelo mercado.¹⁵ A matéria intitulada “Confecom termina aprovando 632 propostas para a área de comunicação”, publicada no portal G1, em 17/12/2009, ilustra o contexto e ajuda a entender o esquecimento da Confecom. Por trás do título anódino, a matéria desqualifica as propostas dos movimentos sociais. No texto, os porta-vozes do empresariado midiático são amplamente ouvidos, enquanto representantes da sociedade civil são ignorados. Judith Brito, representando a Associação Nacional de Jornais; Gilmar Mendes, ministro do STF, que se destacou por defender o fim da obrigatoriedade do diploma para o exercício do jornalismo; Edson Lobão Filho, senador pelo PMDB e – contrariando a Constituição – concessionário de radiodifusão; Miro Teixeira, deputado pelo PDT, que articulou a derrubada da lei de imprensa no STF; todos tiveram suas falas destacadas na matéria. Sem qualquer isonomia, o único ouvido a assumir uma orientação mais próxima dos movimentos sociais foi o vice-presidente da Federação Nacional dos Jornalistas, Celso Schroder. Entidades favoráveis à regulação não chegam nem mesmo a serem nominadas na matéria. Depois de pouca visibilidade nos meios jornalísticos, o assunto foi sepultado sob o véu do silêncio.

¹³ Diversos artigos, comentários e editoriais associaram regulação à censura. Eis alguns exemplos:
<<http://www.institutomillennium.org.br/blog/video-marcelo-madureira-sobre-censura-este-governo-foi-o-unico-que-mandou-recados/>>.
<<http://www.jogodopoder.com/blog/politica/censura-do-pt-pmdb-diverge-sobre-regulacao-da-midia/>>.
<<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/pt-vai-retomar-pessao-por-censura-a-imprensa-no-brasil/>>

¹⁴ Caderno 1ª Conferência Federal de Comunicação. Disponível em: http://www.mc.gov.br/component/docman/doc_download/480-caderno?Itemid=13217. Acesso em: 18 maio 2015.

¹⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1419592-5601,00-CONFECOM+TERMINA+APROVANDO+PROPOSTAS+PARA+A+AREA+DE+COMUNICACAO.html>. Acesso em: 18 maio 2015.

A reação levou o governo a novamente deixar de lado as propostas elencadas na Confecom. Entretanto, o FNDC retomou as discussões:

No ano em que o Código Brasileiro de Telecomunicações completou 50 anos, em 2012, frente à estagnação do poder público em apresentar uma proposta de regulação do setor, o que se esperava desde a I Confecom, o FNDC e entidades do movimento social lançaram, a partir da Plataforma para o Marco Regulatório das Comunicações, a campanha “Para Expressar a Liberdade” (FNDC, 2015, não paginado).

Mesmo em face das mobilizações e de um certo debate público, problemas referentes à regulamentação da mídia não só permaneceram no cenário, tornaram-se mais complexos, à medida em que o ecossistema midiático se tornava mais complexo e ao mesmo tempo mais presente no dia a dia de todas as pessoas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do intervalo de aproximadamente cem anos delimitado para este panorama, percebe-se a supremacia dos interesses privados sobre o interesse público tanto na Radiodifusão, quanto na Internet. Verificam-se graves problemas quanto à qualidade dos serviços, oferta e preços, interferindo diretamente na democratização do acesso. O caráter disruptivo das tecnologias digitais dá origem a diversas reconfigurações econômicas, técnicas, políticas e sociais que apontam para a necessidade de uma Lei Geral das Comunicações.

Em lugar de uma proposta mais ampla, contemplando a convergência, isto é, reconhecendo que as mídias estavam integradas como nunca em face da digitalização, o que favorece a concentração de propriedade, a escolha foi regulamentar um aspecto em lugar de toda a comunicação. Repetindo o que ocorrera com as leis da TV Brasil e da TV por assinatura, a opção foi abordar mais um aspecto específico com o Marco Civil da Internet, instituído pela lei 12.965/2014.

Após as eleições de 2014, a presidenta Dilma Rousseff parecia estar disposta a encaminhar uma proposta para regulação da mídia. Entretanto, a conjuntura política ainda mais desfavorável a progressos sociais demoveu o governo. No final de 2014, formou-se uma crise econômica relacionada à queda drástica nos preços das commodities, repercutindo fortemente na balança comercial. No campo político, o resultado mais acirrado nas eleições presidenciais, somado ao avanço conservador no congresso, asseverara o cenário de instabilidade. O agravamento da crise política levou ao *impeachment* da presidenta reeleita, mesmo sem crime de responsabilidade para embasar o processo.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 119.
- ARAÚJO, J. S. **Um Projeto popular de Juventude: Entre novas e antigas referências e experiências de participação política**. 2015. 108 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015.
- BOLANO, C. R. S. **Mercado brasileiro de televisão**. São Cristóvão, SE: Universidade Federal de Sergipe; São Paulo: EDUC, 2004.
- BOLANO, C. R. S. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007. 124 p.
- BOLANO, C. R. S.; BRITTOS, V. C. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2017, p. 322.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 05 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 11 de maio de 2014.
- BRASIL. **LEI Nº 8.069: Estatuto da Criança e do Adolescente**. Brasília, DF, 13 jul. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em: 11 de maio 2014.
- BRASIL. **Lei nº 11.652, de 07 de abril de 2008**. Brasília, DF, 07 abr. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm. Acesso em: 11 de maio 2014.
- CASTELLS, M. **Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CONFECOM. **Caderno da 1ª Conferência Nacional de Comunicação Publicação do Ministério das Comunicações Conteúdo**. FGV Projetos, unidade da Fundação Getúlio Vargas Edição: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, DF, 10 jun. 2010.

- COSTA, S.; BRENER, J. **Dossiê das concessões de rádio e TV**. Correio Braziliense. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>. Acesso em 10. set. 2005.
- CRUZ, R. **TV digital no Brasil: tecnologia versus política**. São Paulo: Senac, 2008, p. 559.
- CURRAN, J.; SEATON, J. **Power without Responsibility: the press, broadcasting and the new media in Britain**. London and New York: Routledge, 2003.
- DAHL, R. **A democracia e seus críticos**. São Paulo: Martins Fontes, 2012, p. 633.
- FERRARETTO, L. A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 1. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001. 375 p.
- FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO. **Para expressar a liberdade**. 2012. Disponível em: <http://http://fndc.org.br/forum/quem-somos/>. Acesso em 10 junho de 2020.
- FUENZALIDA, V. **Televisión abierta y audiéncia em America Latina**. Buenos Aires: Norma, 2002.
- FURTADO, C. **Formação econômica do Brasil**. São Paulo: Nacional, 2002. 248 p.
- GERALDES, E. (org.) *et al.* **Políticas de comunicação: Um estudo comparado - Brasil, Espanha, Estados Unidos, México e Venezuela**. Salamanca: Comunicación social ediciones y publicaciones, 2012.
- GETINO, O. **Cine y televisión en América Latina: producción y mercados**. Buenos Aires: Ciccus, 1998.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- JAMBEIRO, O. *et al.* **No tempo de Vargas: o Rádio e o controle da informação**. Salvador: Edufba, 2004, p. 191.

- JAMBEIRO, O. **Regulando a TV: uma visão comparativa do Mercosul**. Salvador: Edufba, 2000, p. 228.
- JAMBEIRO, O. **A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos?** Estudos de Sociologia, Araraquara, 2008, v. 13, n. 24, p. 85-104.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008, p. 428.
- JUST, N. **Measuring media concentration and diversity: new approaches and instruments in Europe and the US**, Media, Culture & Society: SAGE Publications (Los Angeles, London, New Delhi and Singapore), 2009, v. 31 (1), p. 97-107.
- LÉVY, p. ; COSTA, C. I. da. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. 2. ed. Rio de Janeiro: ed. 34, 2010. 206 p.
- MACBRIDE, S. (org). **Un Solo Mundo, Voces Multiplices: comunicación y información en nuestro tiempo**. México: UNESCO/Fondo de Cultura Económica, 1987.
- MARTINS, F. **Regulação da comunicação eletrônica não ameaça liberdade de imprensa**. Portal Brasil, 16 dez. 2010. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2010/12/marcoregulatorio-da-comunicacao-eletronica-nao-ameaca-liberdade-de-imprensa-diz-franklin-martins>. Acesso em: 29 nov. 2014.
- MELO, J. M. de G. (orgs). **Televisão na América Latina 1950 - 2010: pioneirismo, ousadia, inventividade**. São Paulo: Metodista, 2011, p. 132.
- MEYER, T.; HINCHMAN, L. **Democracia midiática: como a mídia coloniza a política**. São Paulo: Loyola, 2008, p. 215.
- MORAES, D. de.; RAMONET, I.; SERRANO, p. **Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 184.

NEPTUNE, N. C. **A televisão pública no Brasil**. 2011. 196 f. Tese (Doutorado) - Curso de Artes Visuais, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?view=000857925>. Acesso em: 25 nov. 2014.

RAMOS, M. C.; SANTOS, S. dos. **Políticas de Comunicação: Buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007, p. 408.

RAMOS, M. C. Às margens da estrada da estrada do futuro: comunicações, política e tecnologia. Brasília: Fac, 2002, p. 205.

RAMOS, M. C. **Televisão no Brasil é Serviço Público?** 2006. Disponível em: <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI1294959-EI6794,00.html>. Acesso em: 06 set. 2011.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (orgs). **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010, p. 347.

RIVERO, J.; MOUTOUH, J. **Liberdades públicas**. São Paulo: Martins Fontes, 2006, p. 680.

SARAIVA, E.; MARTINS, p. E. M.; PIERANTI, O. P. (orgs). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

SILVA, J. M. D. da. **Frágil Democracia e Políticas de Comunicação: Processos Regulatórios, Diversidade e Concentração na TV Aberta no Brasil e na Argentina**. 2015. 445. UFPB. Recife, 2015. Disponível em: <http://repositorio.ufpe.br/bitstream/handle/123456789/13837>. Acesso em: 20 set. 2016.

SKIDMORE, T. E. **Brasil: de Getúlio a Castelo**. São Paulo: Paz e Terra, 1996, p. 512.

SOARES, M. C. **A luta pela democratização dos meios e as tecnologias digitais**. Revista Comunicação Midiática, 2006, v. 5, p. 117-138.

SPINELLI, A. **Mudança social e a crise no capitalismo: leituras sociológicas**. Natal: Edufrn, 2015.

SZECSKO, T. **Theses on the democratization of communication.** International Political Science Review (SAGE Publications), v. 7, n. 4, Politics and the Media, 1986 p. 435-442.

TORVES, J. C. **Televisão Pública.** Porto Alegre: Evangraf, 2007, p. 322.

UNESCO. **Media pluralism:** Unesco's New Communication Strategy gives high priority to encouraging the free flow of information, to promoting its wider balanced dissemination, and to strengthening communication capacities in the developing countries. Bureau of Public Information (memobpi), 2006.

WARD, D. **A mapping study of media concentration and ownership in ten european countries,** Commissariaat voor de Media, Netherlands Media Authority, 2004, p. 257.

Ronald. E. **Media ownership:** research and regulation. Cresskill, NJ: Hampton Press, 2008.

WEBER, M. **Sociologia da imprensa:** um programa de pesquisa. *In:* Estudos de Jornalismo e Mídia. Florianópolis, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2084/1825>. Acesso em: 25 nov. 2014.